

# PLANO BRASIL CRIATIVO

A criatividade brasileira  
construindo um novo  
desenvolvimento

Ministério da  
Cultura

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Quaisquer que sejam as antinomias que se apresentem entre as visões da história que emergem em uma sociedade, o processo de mudança social que chamamos desenvolvimento adquire certa nitidez quando o relacionamos com a idéia de criatividade.

**Celso Furtado**

Brasileiros, chegou a hora de realizar o Brasil.

**Mário de Andrade**

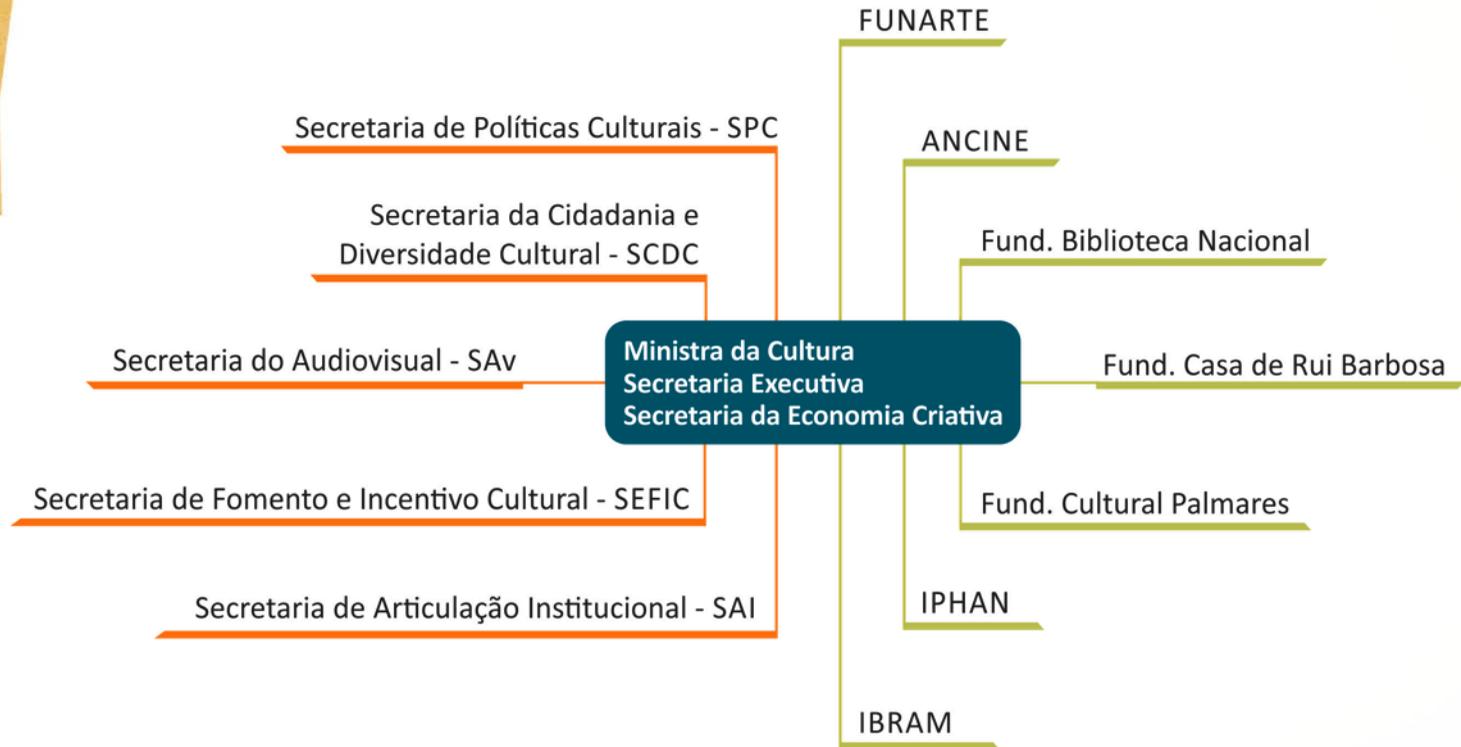


## 1. Objetivo

*Promover a produção, distribuição e consumo de riquezas resultantes da Economia Criativa Brasileira, reconhecendo-a como vetor estratégico para o desenvolvimento do país, através da integração e potencialização de políticas públicas de quinze ministérios.*

## 2. Parceiros do Plano

### Sistema MinC



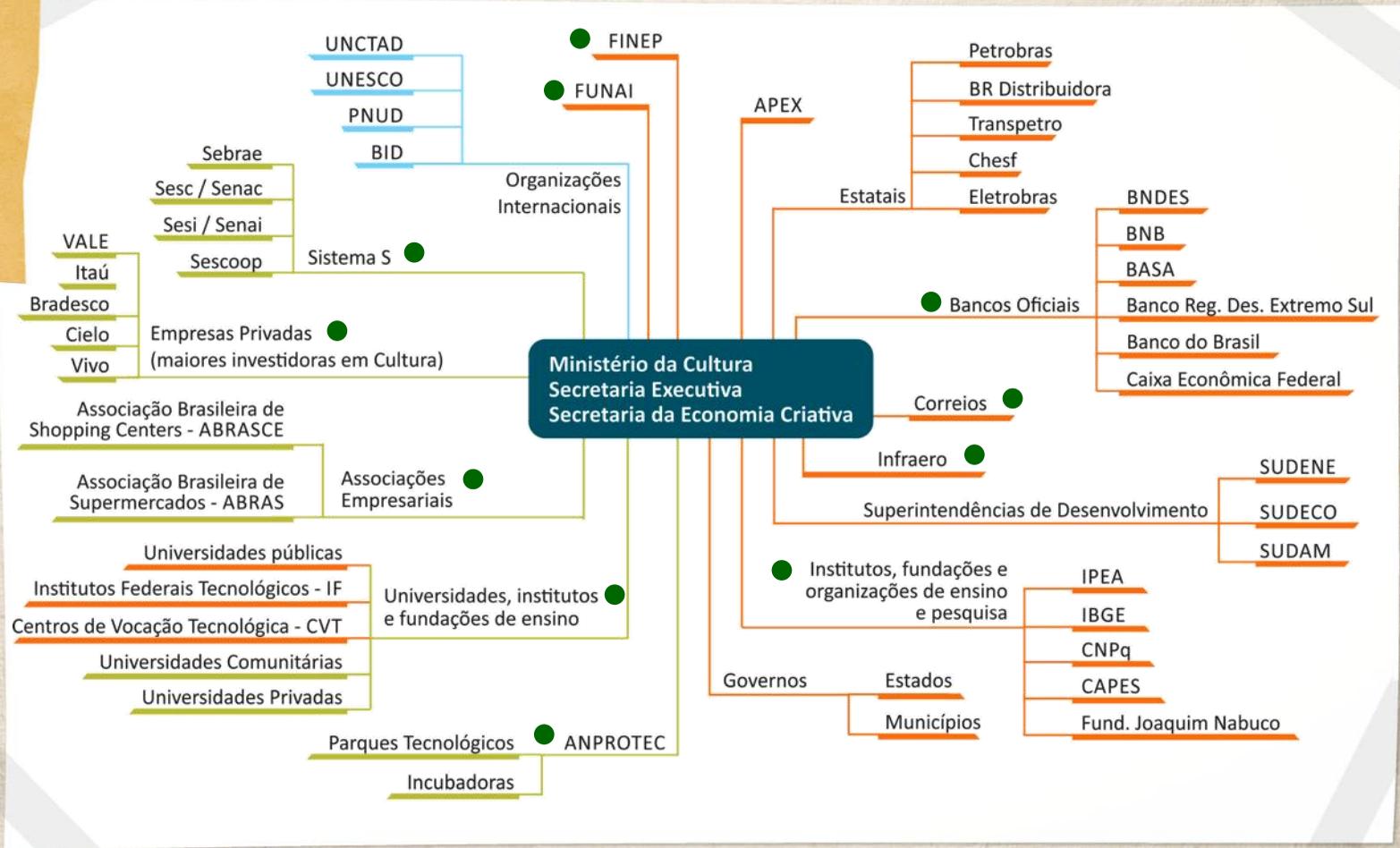
## 2. Parceiros do Plano

## Ministérios envolvidos



## 2. Parceiros do Plano

## Parceiros Institucionais

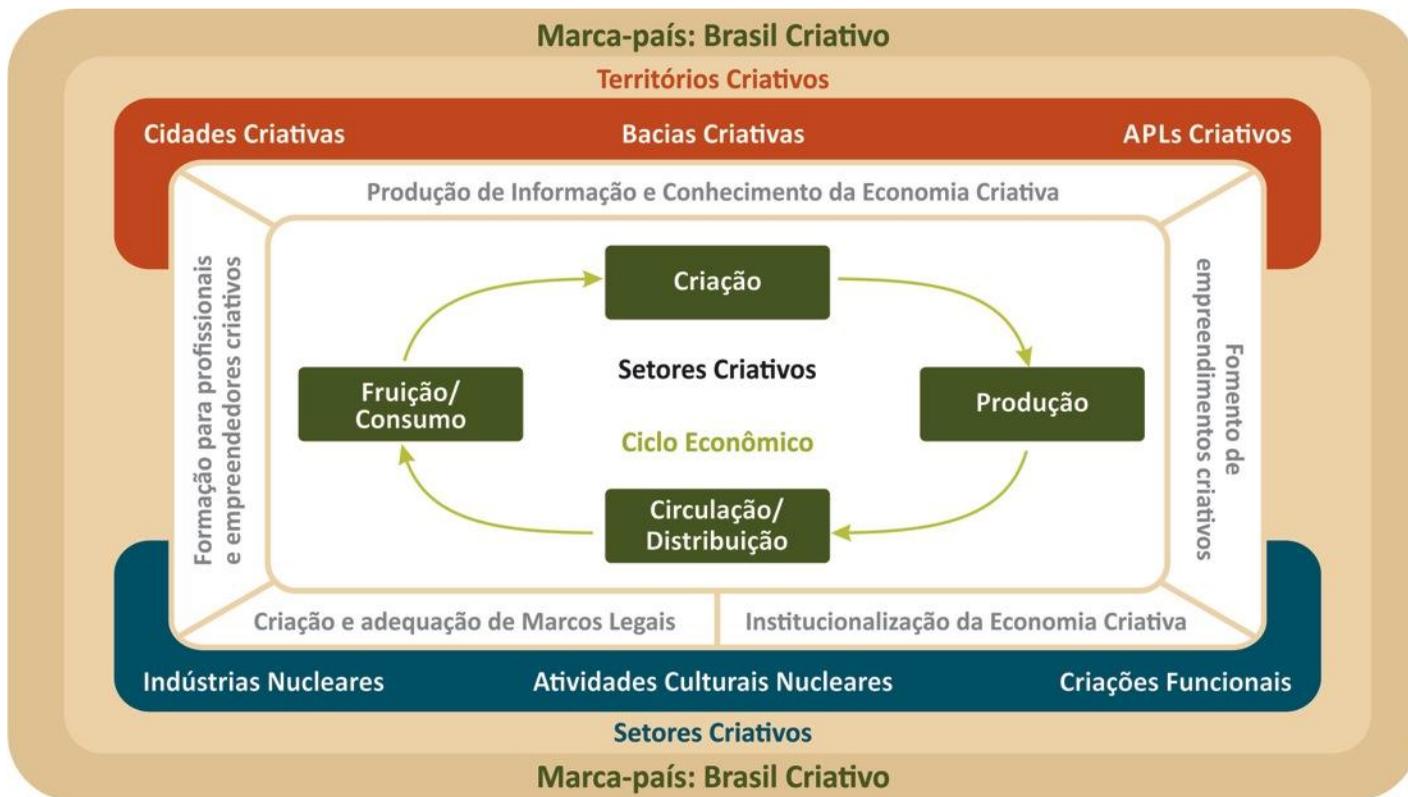




### **3. Desafios da Economia Criativa**

- Levantar, sistematizar e monitorar as informações e dados sobre a Economia Criativa para a formulação de políticas públicas.
- Formar gestores e profissionais para os setores criativos com vistas a qualificar os empreendimentos, bens e serviços.
- Fomentar a sustentabilidade de empreendimentos criativos para fortalecer sua competitividade e a geração de emprego e renda.
- Criar e adequar marcos legais para o fortalecimento dos setores criativos.
- Ampliar a institucionalização da Economia Criativa nos territórios visando ao desenvolvimento local e regional.

## 4. Estrutura do Plano



# Eixos de Atuação

**Formação para  
profissionais e  
empreendedores  
criativos**

**Fomento aos  
empreendimentos  
criativos**

**Criação e adequação  
de marcos Legais  
para a Economia  
Criativa**

**Produção de  
informação e  
conhecimento sobre  
a Economia Criativa**

**Institucionalização da  
Economia Criativa**

## Eixos de Atuação



### 4.1. Produção de informação e conhecimento sobre a economia criativa

A centralidade da cultura e das artes para a economia baseada no conhecimento não apenas entusiasmou pesquisadores de diversos países como também encontrou ressonância em organismos internacionais. É preciso lembrar que desde os anos 1970 a UNESCO vem defendendo a cultura como elemento fundamental do desenvolvimento, distinguindo-o do mero crescimento econômico. Com a construção da conta-satélite da cultura, o Brasil dá um passo importante para compreensão e a formulação de políticas públicas para o campo criativo brasileiro.

**Isaura Botelho**

*Pesquisadora do CEBRAP*

*Centro Brasileiro de Análise e Planejamento*

## 4.1. Eixos de Atuação



4.1. Produção  
de informação  
e conhecimento sobre  
a economia criativa

### **Produzir, sistematizar, difundir e monitorar informações estratégicas sobre a Economia Criativa Brasileira**

Conjunto de agentes públicos e privados articulados em rede e mediados através de plataforma eletrônica de dados e comunicação gerenciada pelo MinC, compreendendo uma unidade coordenadora nacional (abrigada na SEC) e 27 unidades estaduais (abrigadas em universidades públicas), além de outras instituições públicas e privadas responsáveis pela produção, sistematização, monitoramento e difusão de informações sobre a economia criativa.

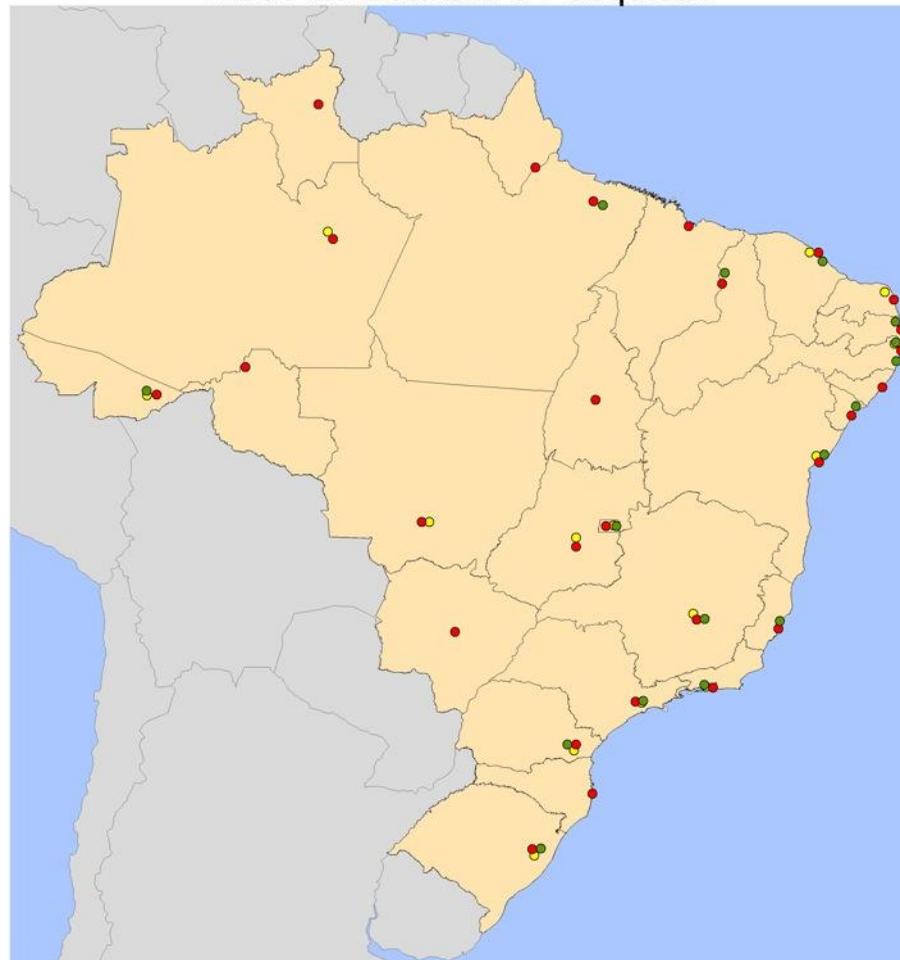
### **Meta 2013/2014**

- Observatório Brasileiro da Economia Criativa (OBEC)
- Conta-satélite da cultura
- 27 Observatórios Estaduais da Economia Criativa (OBECES)

Estratégia de  
implementação

A **Rede de Estudos e Pesquisas** será formada por 27 observatórios estaduais de economia criativa, vinculados a uma universidade pública em cada unidade da federação. Cada observatório estadual desenvolverá pesquisas em articulação com os institutos governamentais de planejamento e estatística, além do Criativa Birô local.

## Ministério da Cultura Rede de Estudos e Pesquisas



### Legenda

- Institutos de Pesquisas Estaduais
- Observatórios Estaduais de Economia Criativa
- Criativa Birô

0 250 500 1.000 Km

Fonte: Ministério da Cultura

## Eixos de Atuação



### 4.2. Formação para profissionais e empreendedores criativos

A educação brasileira carece da oferta de formações adequadas aos setores criativos, uma educação transdisciplinar e inovadora capaz de responder aos desafios do novo século e às novas necessidades do mercado de trabalho. Para tanto, é necessário construir um projeto educacional que incorpore novos modelos formativos, comunicação multimídia e interativa, além da inserção de novos conteúdos. O Pró-Brasil Criativo tem o propósito de contribuir para enfrentar este desafio.

**Tânia Fischer**

*Professora da Universidade Federal da Bahia*

## Eixos de Atuação



### 4.2. Formação para profissionais e empreendedores criativos

#### **Promoção de Formação Inicial e Continuada – FIC voltada para as cadeias produtivas dos setores criativos**

Oferta de Formação Inicial e Continuada – FIC, de acordo com catálogo de cursos do PRONATEC com foco nas regiões metropolitanas das capitais brasileiras, priorizando as cidades-sede da Copa do Mundo de 2014.

#### **Meta 2013/2014**

- 52.275 vagas

[Estratégia de implementação](#)

## Eixos de Atuação



### 4.2. Formação para profissionais e empreendedores criativos

#### **Promoção de cursos profissionalizantes voltados para as cadeias produtivas dos setores criativos nos territórios criativos**

Oferta de cursos de qualificação profissional voltados para as cadeias produtivas dos setores criativos das Cidades Criativas, Arranjos Produtivos Locais e Bacias Criativas reconhecidos e identificados pelo Ministério da Cultura.

#### **Meta 2013/2014**

- 5% das vagas ofertadas pelo PLANSEQ/FAT

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.2. Formação para profissionais e empreendedores criativos

#### **Criação do Pró-Brasil Criativo junto à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES**

Criação do Programa “Pró-Brasil Criativo” junto à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, para a oferta de cursos de especialização em gestão de territórios e empreendimentos criativos; estímulo a linhas de pesquisa em programas com áreas de concentração afetas à temática da economia criativa; e disponibilização de uma plataforma digital de conteúdos multimídia voltados para a formação de profissionais e empreendedores.

#### **Meta 2013/2014**

- 50 bolsas para projetos de pesquisa

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.2. Formação para profissionais e empreendedores criativos

#### **Formação da Rede CVT - Centro Vocacional Tecnológico**

Implantação de 10 Centro Vocacionais Tecnológicos voltados para a capacitação e fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais (APLs) criativos.

Modernização de 20 CVTs voltados para a capacitação e fortalecimento de APLs criativos.

#### **Meta 2013/2014**

- Implantação de 10 CVTs
- Modernização de 20 CVTs

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



4.2. Formação para  
profissionais e  
empreendedores  
criativos

### **Certificação para profissionais da área da cultura - CERTIFIC**

Certificação de profissionais do campo da cultura e da criatividade, independente da sua escolaridade, através do programa CERTIFIC.

#### **Meta 2013/2014**

- 5.240 profissionais certificados

Estratégia de  
implementação

Escolas de **Artes e Ofícios** estarão contempladas em duas ações:

- Cidades Criativas - PAC das Cidades Históricas

Ações de formação nos projetos de intervenção nas cidades:

- Cria Brasil – Artesanato

Ações de integração entre mestres do artesanato e alunos.

## Escolas de Artes e Ofícios



### Legenda

- Escolas de Artes e Ofícios

0 250 500 750 1.000 Km



## Eixos de Atuação



### 4.2. Formação para profissionais e empreendedores criativos

#### **Formação de Gestores Públicos de Cultura**

Realização de cursos para a formação de Conselheiros e Gestores Culturais alinhados com o Sistema Nacional de Cultura - SNC.

#### **Meta 2013/2014**

- 5.000 gestores culturais capacitados

Estratégia de implementação

#### **Seminários “Cultura e Universidade”**

Seminários anuais do MinC com as universidades para articulação, reflexão e formulação das políticas públicas para a formação superior do campo cultural.

#### **Meta 2013/2014**

- Rede nacional de formação para o campo cultural
- 3 seminários realizados

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.2. Formação para profissionais e empreendedores criativos

#### **Rede de Cultura e Arte dos Institutos Federais de Educação Tecnológica**

Instrumento de articulação, mobilização, dinamização, análises e discussões para a expansão da formação técnica cultural no país.

#### **Meta 2013/2014**

- 533 novos cursos

Estratégia de implementação

#### **Programa de Formação Livre em Gestão de Projetos e Empreendimentos Criativos**

Oferta de cursos em gestão de projetos e empreendimentos criativos.

#### **Meta 2013/2014**

- 100 novos cursos criados
- 6.500 profissionais capacitados

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

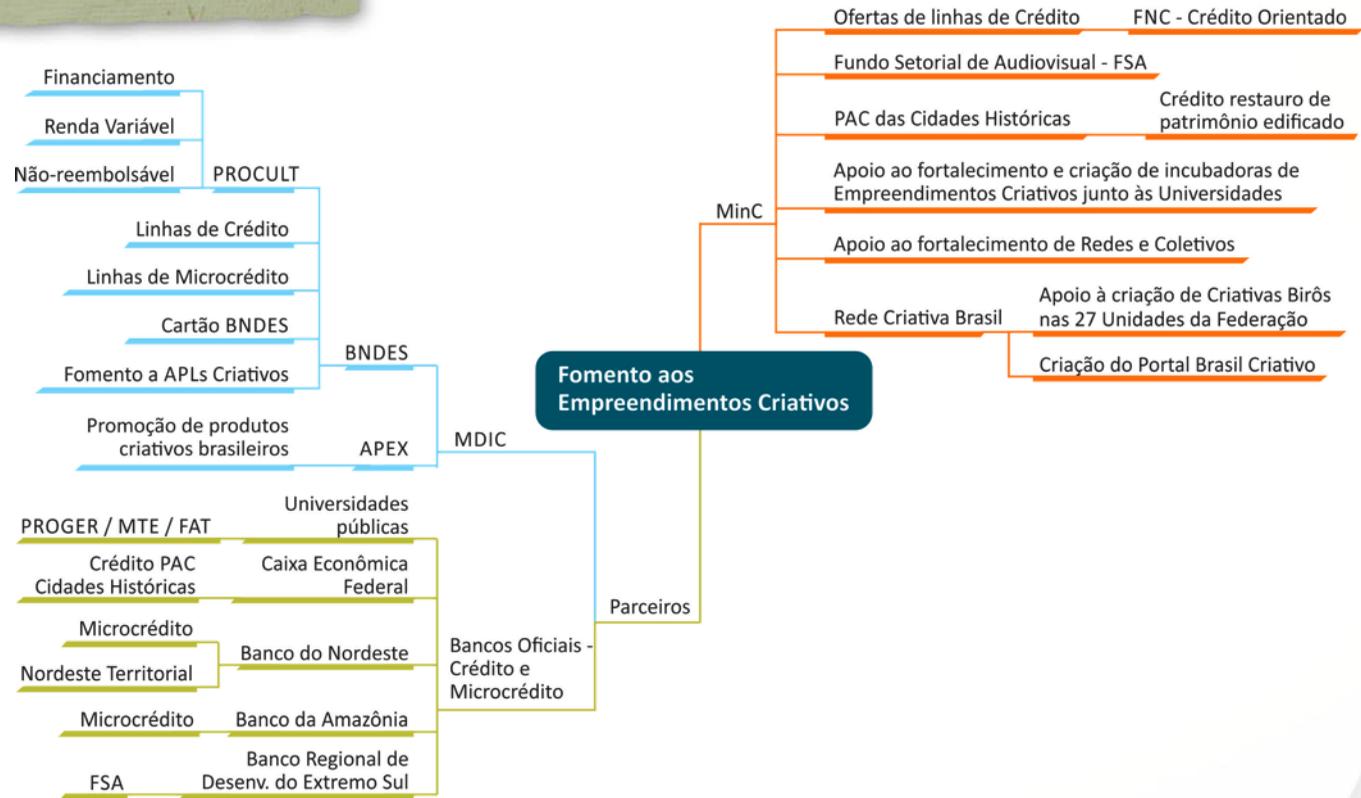
A institucionalização do Plano Brasil Criativo pelo governo federal – com sua característica transversal e integradora das ações de vários ministérios – em muito contribuirá para ampliar a visão sobre o apoio que pode e deve ser oferecido pelos bancos brasileiros. Com isto, o BNDES integrará e aperfeiçoará suas iniciativas, colaborando ativamente para o fomento da economia criativa, através de seus programas, políticas e fundos de financiamento.

**Luciano Coutinho**

*Presidente do BNDES*

# Eixos de Atuação

## 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos



## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

#### Linhas de Crédito para Empreendimentos Criativos

### Crédito Orientado do Fundo Nacional da Cultural – FNC

Concessão de crédito e assessoria técnica micro e pequenos empreendimentos dos setores criativos.

#### Meta 2013/2014

- 1.200 operações de crédito

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

#### Linhas de Crédito para Empreendimentos Criativos

### **PROGER Urbano - Investimento - Micro e Pequenas Empresas Criativas**

Customização de linha de crédito do Programa de Geração de Emprego e Renda do Banco do Brasil com vistas ao apoio financeiro para investimento, com ou sem capital de giro associado.

#### **Meta 2013/2014**

- 10% das operações de crédito do PROGER destinados a micro e pequenos empreendimentos criativos

[Estratégia de implementação](#)

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

#### Linhas de Crédito para Empreendimentos Criativos

#### Oferta de linhas de Microcrédito Orientado

Adequação das regras de negócios das linhas de microcrédito produtivo orientado, já ofertadas por Bancos Oficiais, para atender às características e necessidades dos setores criativos integrantes dos segmentos da economia popular.

#### Meta 2013/2014

- 20% das operações de crédito destinados a micro e pequenos empreendimentos criativos

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

Promoção da exportação de produtos criativos brasileiros

### **Internacionalização de bens e serviços criativos brasileiros**

Internacionalização de produtos criativos por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação de profissionais e promoção de eventos internacionais.

### **Meta 2013/2014**

- 200 empreendedores capacitados
- 50 ações de promoção

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

Plataformas digitais para o fortalecimento de Redes e Coletivos

### Fomento às plataformas digitais de redes e coletivos para a comercialização de produtos criativos

Criação de linha de fomento ao desenvolvimento de plataformas digitais de *software* livre voltadas para gestão de redes e promoção do comércio eletrônico de produtos criativos.

#### Meta 2013/2014

- 10 plataformas digitais apoiadas

[Estratégia de implementação](#)

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

Parques tecnológicos e incubadoras de empreendimentos criativos

### Fomento à criação e fortalecimento de incubadoras de empreendimentos criativos

Linha de fomento à criação e fortalecimento de incubadoras de empreendimentos criativos.

#### Meta 2013/2014

- 10 incubadoras criadas (no mínimo uma por região)
- 20 incubadoras modernizadas (no mínimo duas por região)

[Estratégia de implementação](#)

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

**Parques tecnológicos e incubadoras de empreendimentos criativos**

### **Fomento aos parques tecnológicos**

Linha de fomento a parques tecnológicos que abriguem empreendimentos criativos, para aquisição de equipamentos, capacitação de pessoal e contratação de serviços especializados.

### **Meta 2013/2014**

- 3 parques tecnológicos apoiados

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

#### Rede Criativa Brasil

#### **Criação da Rede Criativa Brasil**

Rede de Criativas Birôs articulados com instituições de ensino superior e de formação livre, agências fomento e de desenvolvimento, organizações de capacitação técnica e de promoção e difusão, organizações associativas, redes dos Pontos de Cultura, das Usinas Culturais e dos CEUs das Artes, redes e coletivos colaborativos da sociedade civil, entre outras organizações e instituições, com foco no desenvolvimento dos setores criativos brasileiros.

#### **Meta 2013/2014**

- Rede Criativa Brasil instalada

Estratégia de implementação

# Eixos de Atuação

## 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

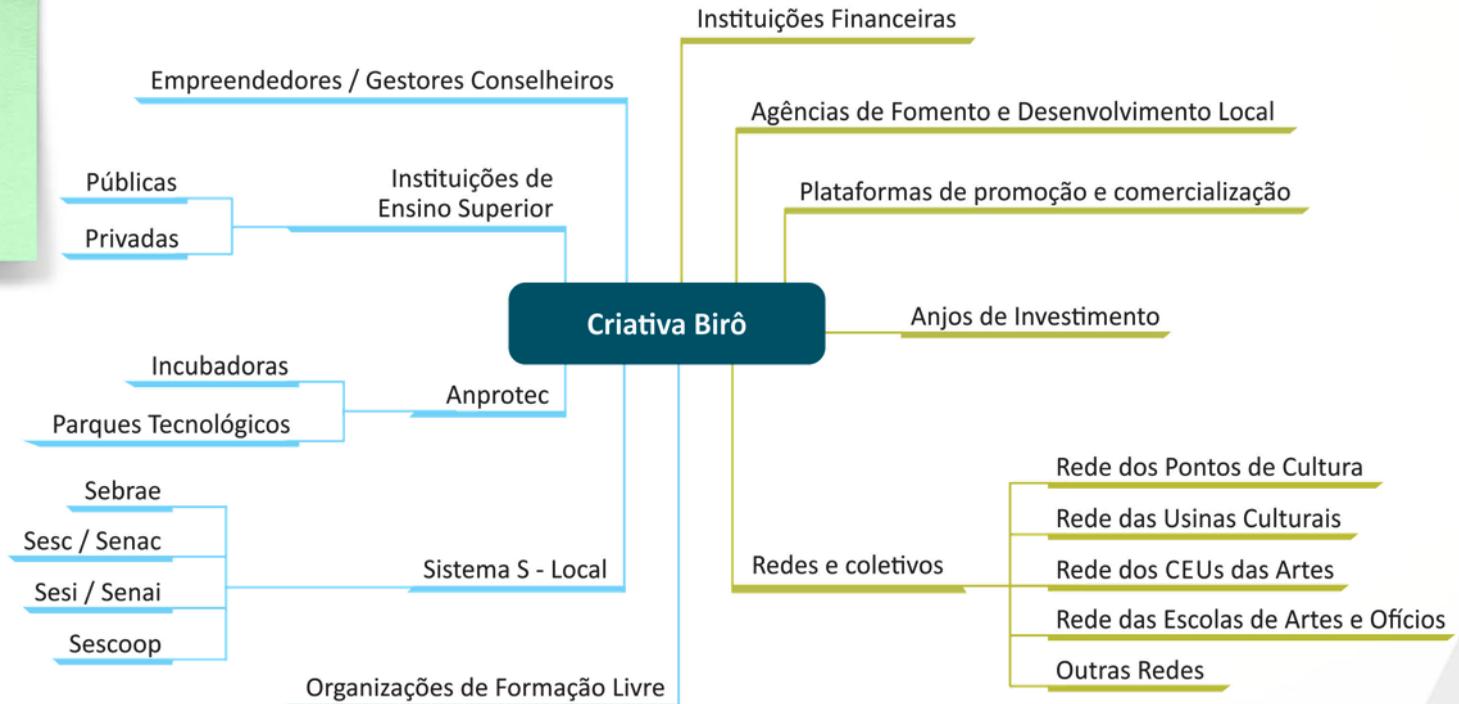
### Criação da Rede Criativa Brasil ARTICULAÇÕES NACIONAIS E INTERNACIONAIS



## Eixos de Atuação

### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

### Criação da Rede Criativa Brasil ARTICULAÇÕES ESTADUAIS



## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

Rede Criativa Brasil

### Implantação dos “Criativas Birôs”

Escritório público estadual voltado para o atendimento e suporte técnico aos profissionais criativos com a finalidade de qualificar a gestão de projetos e de negócios de micro e pequenos empreendimentos criativos.

### Meta 2013/2014

- 27 Criativas Birôs implantados

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.3. Fomento aos empreendimentos criativos

#### Plataforma Brasil Criativo

### Criação e implementação da Plataforma Brasil Criativo

Ambiente virtual que funcionará como canal de comunicação, divulgação e implementação das políticas, programas, ações, projetos, iniciativas, eventos, oportunidades de negócios e conteúdos formativos, servindo como suporte da Rede Criativa Brasil – RCB e da Rede de Informações e Monitoramento da Economia Criativa – RIMEC.

#### Meta 2013/2014

- Plataforma Brasil Criativo criada e implementada

[Estratégia de implementação](#)

## Eixos de Atuação



### 4.4. Criação e adequação de marcos legais para a Economia Criativa

A Economia Criativa promove o desenvolvimento sustentável e a inclusão social. Para isso, é necessário dotar o ordenamento jurídico de instrumentos que garantam efetividade e eficácia a este desenvolvimento.

**Marcos Wachowicz**

*Professor da Universidade Federal de Santa Catarina*

## Eixos de Atuação



4.4. Criação e  
adequação de marcos  
legais para a  
Economia Criativa

Lei Nacional dos Mestres da  
Cultura Popular

### **Lei Nacional dos Mestres da Cultura Popular**

Aprovação do PL 1176/2011, que institui o Programa de Proteção e Promoção dos Mestres e Mestras dos saberes e fazeres das culturas populares.

### **Meta 2013/2014**

- 3.500 mestres reconhecidos

Estratégia de  
implementação

## Eixos de Atuação



### 4.4. Criação e adequação de marcos legais para a Economia Criativa

#### Vale-Cultura

Aprovação do PL 5798/2009 que institui o Programa de Cultura do Trabalhador.

[Estratégia de implementação](#)

#### Procultura

Aprovação do Projeto de Lei 6722/2010, que institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura.

[Estratégia de implementação](#)

#### Direito Autoral

Tramitação do Projeto de Lei de Revisão da Lei de Direito Autoral - Lei nº 9.610/98.

[Estratégia de implementação](#)

## Eixos de Atuação



### 4.4. Criação e adequação de marcos legais para a Economia Criativa

#### Simplex Nacional

Ampliação do escopo da Lei Complementar 123/2006 (Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte) para incluir os empreendedores e prestadores de serviços criativos.

Estratégia de implementação

#### Folha de pagamento

Substituição da contribuição patronal ao INSS de 20% (por empregado) para o recolhimento da alíquota de 1,5% sobre a receita bruta dos empreendimentos de micro e pequeno portes.

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.4. Criação e adequação de marcos legais para a Economia Criativa

#### Desoneração da importação de insumos e equipamentos

#### Redução de alíquotas de importação de equipamentos e bens de capital

Desoneração tributária na importação de insumos, equipamentos, partes, peças e acessórios sem similares nacionais para os setores de *design*, arquitetura, *games*, cinema e animação.

Estratégia de implementação

#### Eficiência tributária

#### Desoneração do Imposto de Renda sobre o Lucro Presumido, CSLL, PIS E COFINS da cadeia produtiva inerente à produção cultural e de eventos.

Concessão de tratamento análogo ao dispensado às agências de publicidade para efeito de desoneração do imposto de renda sobre o lucro presumido, CSLL, PIS E COFINS.

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.4. Criação e adequação de marcos legais para a Economia Criativa

#### Regulamentação profissional da atividade de produtor cultural

Proposição de Projeto de Lei visando a regulamentação das atividades de produção cultural.

Estratégia de implementação

#### Lei Cultura Viva - Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania

Aprovação do PL 757/2011 que institui o Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania.

Estratégia de implementação

## Eixos de Atuação



### 4.5. Institucionalização da Economia Criativa

Não se deve negar que o campo da cultura e o da economia estarão sempre em disputa entre defensores de uma economia de mercado da cultura e aqueles que pensam na cultura e na criatividade brasileiras como elementos fundamentais na formulação de um projeto nacional de desenvolvimento. O conceito de economia criativa adotado pela Secretaria da Economia Criativa, do Ministério da Cultura, escapa do economicismo das versões correntes da pura *economia da cultura*, aproximando-se do pensamento crítico, mais complexo, da *economia política da comunicação e da cultura*. Por isso, a Economia Criativa, na perspectiva assumida pelo MinC, deve ser institucionalizada nos estados e municípios brasileiros.

**César Bolaño**

*Professor da Universidade Federal de Sergipe*

## Eixos de Atuação



### 4.5. Institucionalização da Economia Criativa

#### **Inserção da temática da Economia Criativa nos estados e municípios que aderiram ao Sistema Nacional De Cultura – SNC**

Institucionalização da temática da Economia Criativa nas políticas públicas de cultura dos estados e municípios, estimulando sua transversalidade com as temáticas da Ciência & Tecnologia, Desenvolvimento Econômico, Educação, Turismo e Trabalho & Emprego.

#### **Meta 2013/2014**

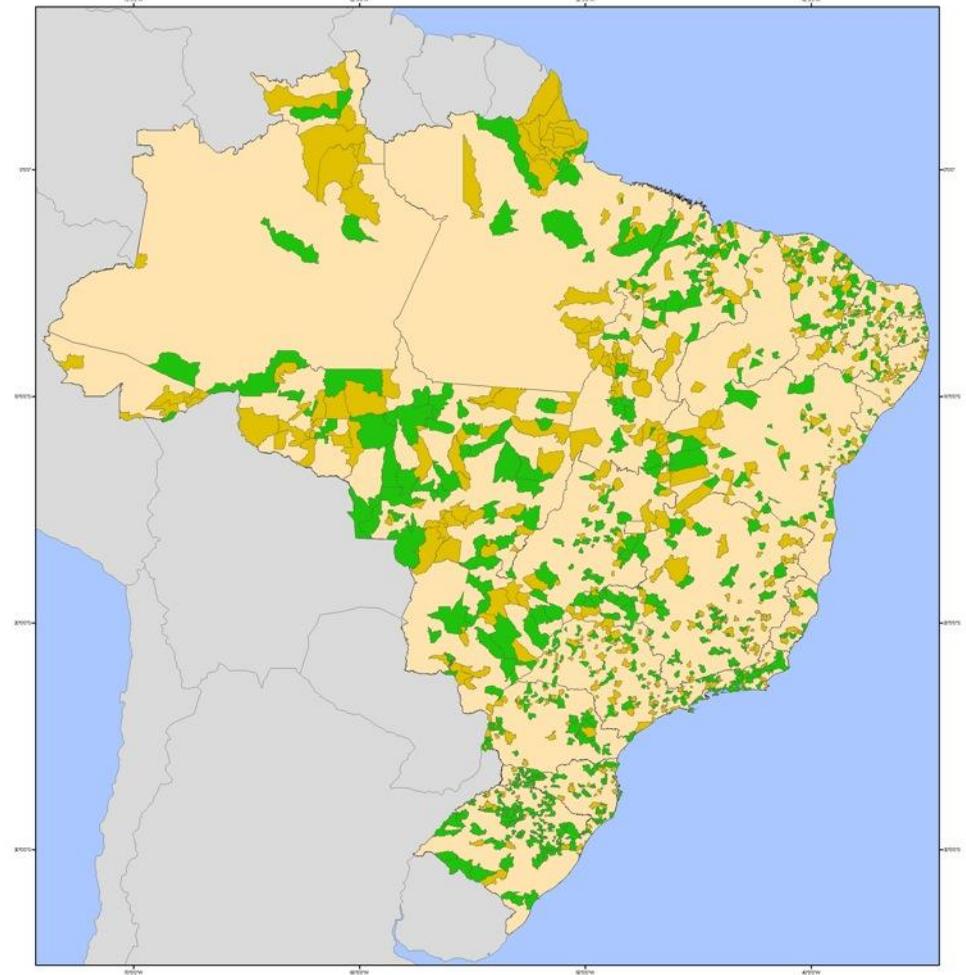
- 10 estados e de 10 capitais institucionalizados

[Estratégia de implementação](#)

Sistema Nacional de Cultura



# SISTEMA NACIONAL DE CULTURA ADESÃO MUNICIPAL



## Legenda

- Municípios integrados
- Municípios em processo de integração

	Municípios em processo de integração	Municípios integrados	TOTAL
Nº de municípios	533	723	1.256
Área total	1.095.193	1.191.682	2.286.874
População total	27.864.739	56.413.179	84.277.918



**Sistema Nacional de Cultura**

# Dimensões do Plano



**Dimensão Territorial:  
Territórios Criativos**



**Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

## Dimensões do Plano



### 4.6. Dimensão Territorial: Territórios Criativos

Os setores criativos são, crescentemente, vistos como força motriz do futuro da economia mundial e já constituem o cerne das estratégias de desenvolvimento regional em várias cidades importantes do mundo como Berlim, Lyon, Barcelona, Londres... Constituída predominantemente por pequenas e médias empresas, a Economia Criativa tem como matéria prima o conhecimento aliado à criatividade. E o valor de seus produtos e serviços guarda estrita relação com a capacidade criativa e inovativa de seus produtores. Esta é sua especificidade e sua força.

**Tânia Bacelar**

*Economista e especialista em  
Planejamento Global pela CEPAL*

## Dimensões do Plano



### 4.6. Dimensão Territorial: Territórios Criativos

#### Cidades Criativas

#### **Cidades criativas brasileiras**

Concessão da chancela “Cidade Criativa” às cidades brasileiras; criação e implementação da Rede Brasileira de Cidades Criativas.

#### **Meta 2013/2014**

- 20 cidades de médio porte
- 10 cidades de grande porte
- 12 cidades-sede da Copa do Mundo
- 10 cidades contempladas pelo PAC das Cidades Históricas

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.6. Dimensão Territorial: Territórios Criativos

#### Arranjos Produtivos Locais (APLs) Intensivos em Cultura

### Promoção da competitividade e da sustentabilidade dos APLs Intensivos em Cultura

Elaboração e pactuação de Planos de Desenvolvimento Produtivos (PDPs) de forma a aumentar a competitividade e fortalecer a sustentabilidade dos APLs intensivos em cultura.

#### Meta 2013/2014

- 27 APLs atendidos, um em cada unidade federativa

Estratégia de  
implementação

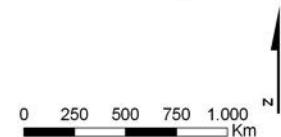
Os **APLs** intensivos em cultura serão selecionados a partir das bases de dados do MDIC e do MinC, sendo contemplados um arranjo em cada unidade da federação.

## Arranjos Produtivos Locais Intensivos em Cultura



Legenda

- APLs Intensivos em Cultura



## Dimensões do Plano



### 4.6. Dimensão Territorial: Territórios Criativos

#### Bacias Criativas

#### **Institucionalização e desenvolvimento das Bacias Criativas**

Pactuação e elaboração de planos de desenvolvimento regional que integrem políticas dos municípios consorciados integrantes das 5 Bacias Interestaduais identificadas: sobreposição dos Territórios da Cidadania (MDA), das Mesorregiões Diferenciadas (MI), dos Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Nacional (MTur) e das Bacias Hídricas (ANA).

Pactuação e elaboração de planos de desenvolvimento regional que integrem políticas dos municípios consorciados integrantes de 27 Bacias Estaduais identificadas pelas 27 unidades federativas.

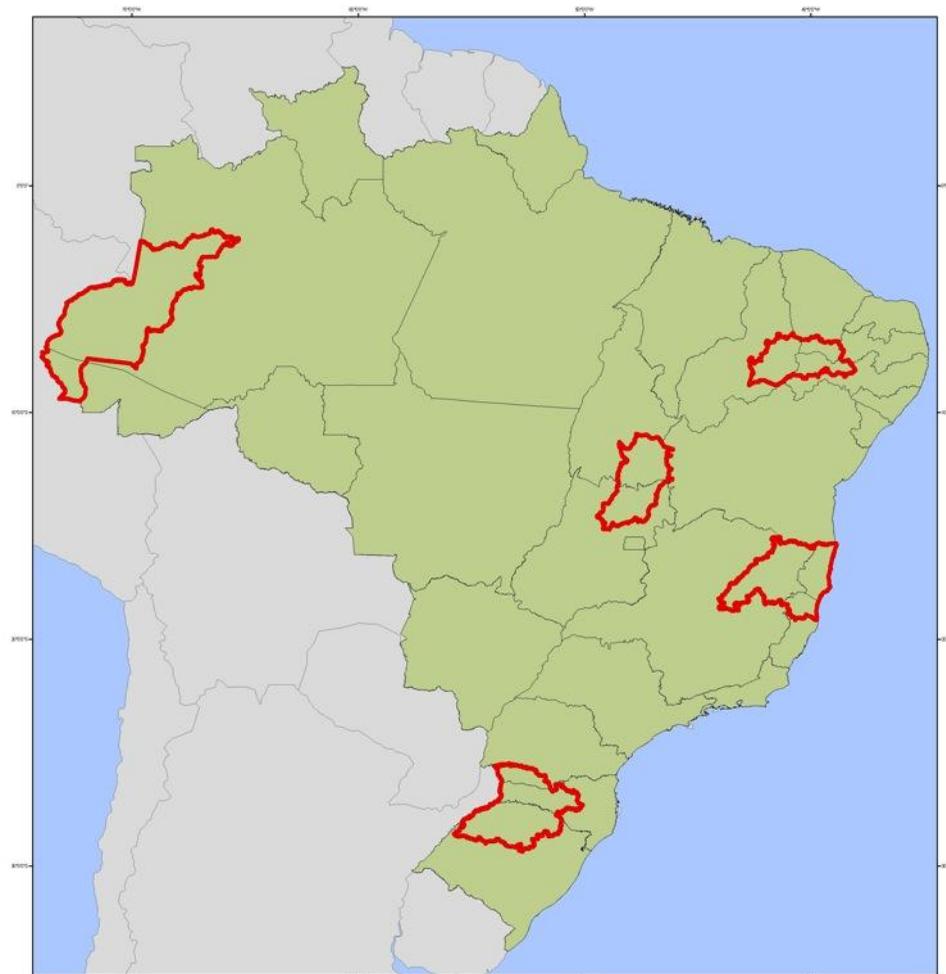
#### **Meta 2013/2014**

- 5 Bacias Criativas  
Municípios contemplados: Alto Solimões – 18 municípios; Araripe – 103 municípios; Centro-Oeste – 36 municípios; Jequitinhonha 115 municípios; Missões – 396 municípios. TOTAL: 668 municípios contemplados
- 27 Bacias Estaduais

[Estratégia de  
implementação](#)

O Ministério da Cultura por meta a consolidação de 5 **Bacias Criativas**, onde serão contemplados 668 municípios (Alto Solimões – 18 municípios; Araripe – 103 municípios; Centro-Oeste – 36 municípios; Jequitinhonha 115 municípios; Missões 396 municípios).

## Bacias Criativas



Legenda

 Bacia Criativa - MinC

0 250 500 750 1.000 Km

## Dimensões do Plano



### 4.6. Dimensão Territorial: Territórios Criativos

#### Empreendedorismo nos Pontos de Cultura

### Apoio à sustentabilidade econômica dos Pontos de Cultura

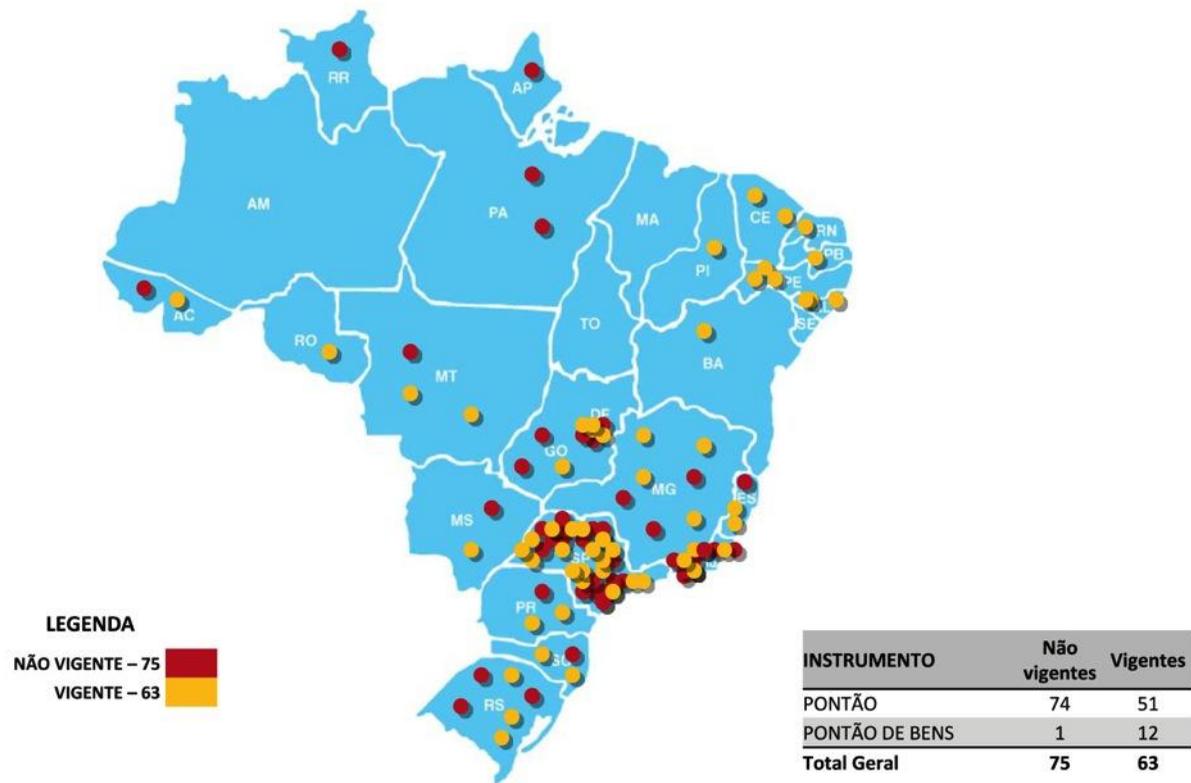
Fortalecimento da capacidade empreendedora dos pontos de cultura com vistas a sua sustentabilidade econômica.

#### Meta 2013/2014

- Uma pesquisa realizada
- 200 agentes capacitados e 63 Pontos de Cultura atendidos

Estratégia de  
implementação

## QUANTIDADE E LOCALIZAÇÃO DOS PONTÕES



Pontos de Cultura

## TOTAL DE PONTOS E PONTÕES VIGENTES POR UF - NACIONAL

UF	Nº PONTOS	Nº PONTÕES
AC	20	1
AL	53	3
AM	40	-
AP	15	-
BA	309	1
CE	208	2
DF	54	15
ES	25	2
GO	74	1
MA	61	-
MG	132	3
MS	52	1
MT	40	1
PA	61	-
PB	51	2
PE	121	3
PI	98	1
PR	95	2
RJ	284	5
RN	54	1
RO	30	1
RR	15	-
RS	223	3
SC	74	1
SE	30	-
SP	516	18
TO	34	-
<b>Total</b>	<b>2769</b>	<b>67</b>



Pontos de Cultura

**Culturas  
tradicionais  
populares**

Artesanato  
**Mestre Espedito Seleiro**



## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Programa Índio e Arte (Museu do Índio / FUNAI) – Promoção e comercialização de produtos indígenas

Implementação de ações de salvaguarda do patrimônio cultural indígena no Brasil, com enfoque na promoção e comercialização de seus produtos.

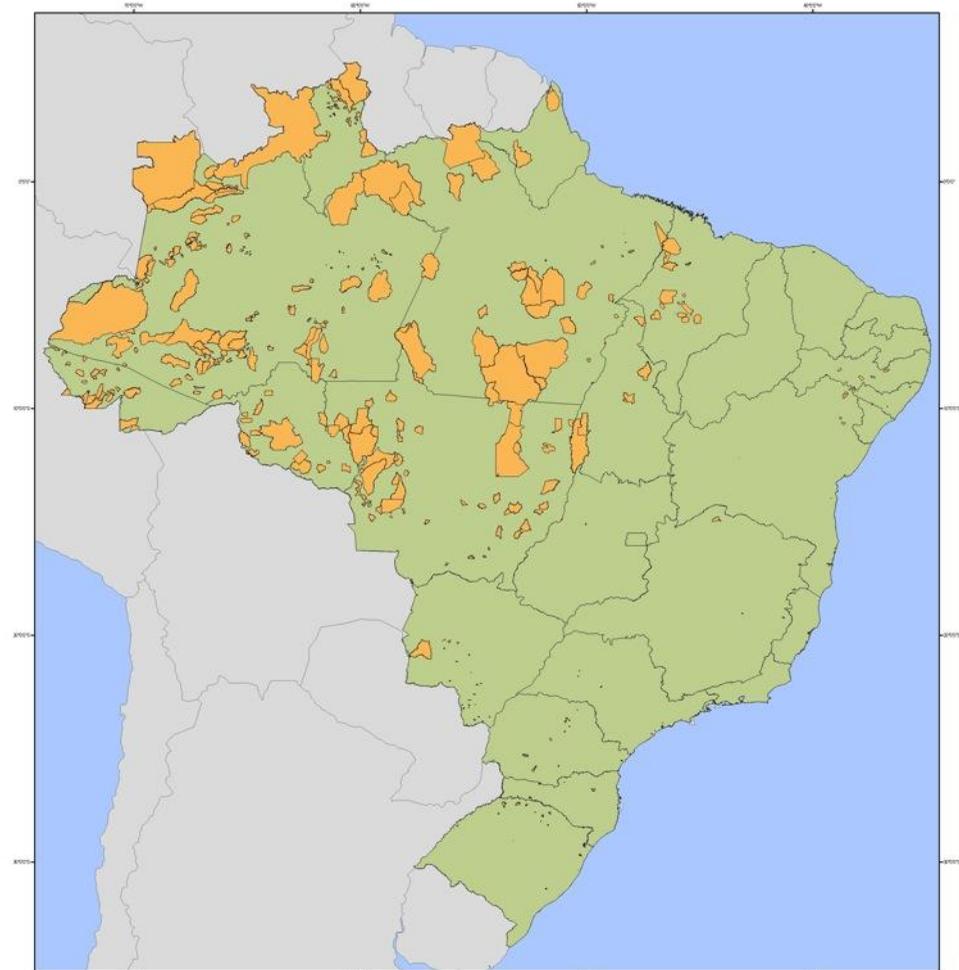
#### Meta 2013/2014

- 5 projetos-piloto implantados, uma comunidade indígena em cada região

Estratégia de  
implementação

Segundo a Fundação Nacional do Índio existem hoje 425 **Terras Indígenas** registradas no Brasil.

## Terras Indígenas



Legenda

 Terras Indígenas - FUNAI

0 250 500 750 1.000 Km



Artesanato  
Índios Karajás



## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Diagnóstico dos arranjos produtivos das comunidades quilombolas

Pesquisa e sistematização de informações sobre os arranjos produtivos das comunidades quilombolas no Brasil.

#### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Quilombo Cultural - Promoção e comercialização de produtos quilombolas

Promoção do fortalecimento institucional, organizativo, técnico e operacional de empreendedores, associações e cooperativas.

#### Meta 2013/2014

- 100 empreendedores capacitados
- 30 associações e/ou Cooperativas de quilombos assistidas
- Rede de promoção e divulgação da promoção cultural das comunidades quilombolas instituída

Estratégia de  
implementação

O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária considera que existem hoje **164 terras quilombolas** dentre as legalizadas e as em processo de legalização. A Fundação Cultural Palmares considera que existem 1948 comunidades remanescentes, sendo que 1834 já foram certificadas. A Secretaria de Especial de Promoção da Igualdade Racial estima uma população de 1,7 milhões de quilombolas

## Terras Quilombolas



Legenda

■ Terras Quilombolas - INCRA

0 250 500 750 1.000 Km



A group of people, likely from the Quilombola community of Serra da Barriga, are captured in a traditional performance. They are dressed in white, off-the-shoulder dresses with yellow sashes. Many have white body paint, including spiral patterns on their faces and chest. They wear headpieces made of straw or dried grass. The scene is set indoors, with a plain wall and some furniture visible in the background.

Quilombola  
Serra da Barriga

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### **Candomblé Cultura do Brasil - Promoção da diversidade cultural brasileira**

Qualificação de jovens das comunidades tradicionais de terreiros para a produção de instrumentos musicais, adornos e ornamentos rituais do candomblé, bem como a promoção de produção, circulação e consumo de seus bens e serviços culturais nas cidades sede da Copa do Mundo em 2014.

#### **Meta 2013/2014**

- 300 jovens qualificados
- 30 mil catálogos publicados
- 12 FENAXÉs realizadas

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Diagnóstico do setor do Artesanato

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos do Artesanato no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Fomento ao Artesanato brasileiro

Fomento à produção, comercialização e distribuição do artesanato de tradição cultural, contribuindo para sua valorização econômica como diferencial de mercado.

### Meta 2013/2014

- 65 polos de artesanato tradicionais
- Programa instalado em 27 estados

Estratégia de  
implementação

O **Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural** (Promoart) foi criado para apoiar grupos produtores de artesanato tradicionais, buscando o desenvolvimento desse setor da cultura brasileira. Na sua fase de implantação, abrange 65 polos de todas as regiões do país.



## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Regulamentação profissional da atividade de artesanato

Proposição de Projeto de Lei visando a  
regulamentação da atividade de Artesão.

Estratégia de  
implementação



Artesanato  
Capim Dourado

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Diagnóstico do setor da Gastronomia

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos da Gastronomia no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Patrimônio Cultural e  
Natural

Culturas tradicionais  
populares

### Fomento à Gastronomia brasileira

Fomento à produção, difusão e valorização da Gastronomia como produto criativo de alto valor agregado.

### Meta 2013/2014

- 3 pesquisas
- 5 incubadoras
- 10 roteiros gastronômicos mapeados

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.1. Atividades  
Culturais Nucleares**

**Patrimônio Cultural e  
Natural**

**Culturas tradicionais  
populares**

### **Regulamentação profissional da atividade de Chefe de Cozinha**

Proposição de Projeto de Lei visando a regulamentação da atividade de Chefe de Cozinha.

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados

4.7.1. Atividades  
Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Teatro

### Diagnóstico do setor de Teatro

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos do Teatro no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Teatro

### Promoção internacional do Teatro brasileiro

Apoio à participação em eventos internacionais e ao intercâmbio de artistas e grupos brasileiros no exterior.

### Meta 2013/2014

- 100 artistas contemplados

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Teatro

### **Alteração da legislação previdenciária**

Equiparação de grupos de teatro com personalidade jurídica sem fins lucrativos às cooperativas, reduzindo a alíquota de 31% sobre a folha de empregados para 20%.

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Dança

### Diagnóstico do setor da Dança

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos da Dança no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Dança

### Promoção internacional da Dança brasileiro

Apoio à participação em eventos internacionais e ao intercâmbio de artistas e grupos brasileiros no exterior.

### Meta 2013/2014

- 150 artistas contemplados

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados

Atividades Culturais  
Nucleares

Artes Cênicas

Dança

**Atualização da legislação que regulamenta a atividade profissional da Dança**

Aprovação do projeto de Lei Nº 1.371/2007 para garantir os direitos do profissional da dança no ensino em academias.

Estratégia de implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Circo

### Diagnóstico do setor do Circo

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos do Circo no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Circo

### **Ampliação da oferta de espaços nas cidades para a instalação de tendas de circo**

Melhoria das condições e da infraestrutura para a itinerância circense.

#### **Meta 2013/2014**

- 50 Cidades Criativas com espaços destinados à instalação de tendas de circo

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Circo

### **Inclusão social de famílias circenses**

Viabilização do acesso ao SUS, à escola, e aos programas e políticas habitacionais, como Minha Casa Minha Vida, passando a considerar como unidade residencial familiar os *trailers*, *motor-homes*, ônibus, carretas e similares utilizados pelo circenses itinerantes.

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Circo

### Desoneração de tributos e taxas

Isenção de IPI e IOF na compra de caminhões e automóveis para os circenses itinerantes (a exemplo do que já acontece com os taxistas);

desoneração de taxas e tributos de importação na compra de equipamentos circenses;

isenção ou redução dos valores pagos nos pedágios pelas caravanas de circo.

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Cênicas

Circo

### Regulamentação profissional da atividade de Palhaço

Proposição de Projeto de Lei visando a regulamentação da atividade de Palhaço.

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.1. Atividades  
Culturais Nucleares**

**Artes Visuais**

### **Diagnóstico do setor das Artes Visuais**

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos das Artes Visuais no Brasil.

### **Meta 2013/2014**

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.1. Atividades  
Culturais Nucleares**

**Artes Visuais**

### **Redução das alíquotas de importação de materiais de trabalho específicos para Artistas Plásticos**

Redução das alíquotas de importação de materiais de trabalho específicos para Artistas Plásticos: tintas (óleo, acrílica, guache, *écoline*, aquarela); pincéis e ferramentas afins (lápiz e lápis de cor, penas, canetas de nanquim); telas e papéis específicos, entre outros materiais.

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.1. Atividades Culturais Nucleares

Artes Visuais

### Exportação das Artes Visuais brasileiras

Internacionalização de produtos de Artes Visuais por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação e promoção em eventos internacionais.

#### Meta 2013/2014

- 50 empreendedores capacitados
- 10 ações de promoção

Estratégia de  
implementação

No setor de audiovisual, a ampliação dos investimentos reflete-se no volume de filmes: de **5 por ano**, na **década de 1990**, saltou para **100 em 2010**. O setor do audiovisual figura como a sétima área criativa do país, com **3,6%** dos trabalhadores e **5,2%** das empresas.

(Fonte: FIRJAN, 2010)

#### 4.7.2 Indústrias Culturais



## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Audiovisual e mídias  
interativas**

### **Diagnóstico do setor do Audiovisual**

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos do Audiovisual no Brasil.

### **Meta 2013/2014**

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Audiovisual e mídias  
interativas**

### **Exportação do Audiovisual brasileiro**

Internacionalização de produtos audiovisuais por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação e promoção em eventos internacionais.

#### **Meta 2013/2014**

- 150 empreendedores capacitados
- 30 ações de promoção

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados

4.7.2. Indústrias  
Culturais

Cinema e vídeo

### **Implantação do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)**

Organização, elaboração e publicização de dados, análises, estudos e pesquisas de relatórios sobre o mercado audiovisual brasileiro.

#### **Meta 2013/2014**

- Observatório implantado

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Cinema e vídeo**

### **Prêmio Adicional de Renda (PAR)**

Mecanismo de fomento automático à indústria cinematográfica, referenciado no desempenho comercial de filmes brasileiros de longa-metragem nas salas de cinema. As empresas contempladas devem aplicar o apoio financeiro concedido em novos projetos de infraestrutura de exibição ou na produção e distribuição de obras nacionais, conforme a área em que atuam.

### **Meta 2013/2014**

- 80 entidades beneficiadas

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Cinema e vídeo**

### **Programa ANCINE de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ)**

Mecanismo de fomento automático que concede apoio financeiro às empresas produtoras brasileiras, em razão da premiação ou indicação de longas-metragens nacionais de produção independente, em festivais no Brasil e no exterior.

Os recursos devem ser destinados obrigatoriamente ao desenvolvimento de projetos de novas obras cinematográficas, nos gêneros ficção, documentário, animação ou ensaio experimental.

#### **Meta 2013/2014**

- 15 projetos apoiados

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Cinema e vídeo**

### **Programa de apoio à participação de filmes brasileiros em festivais internacionais**

Concessão de apoio à participação de filmes brasileiros e de seus respectivos produtores, principais artistas ou técnicos em festivais e mostras no exterior.

#### **Meta 2013/2014**

- Participação de filmes brasileiros em 80 eventos internacionais

[Estratégia de implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Cinema e vídeo**

### **Programa Cinema Perto de Você**

Promoção da ampliação, diversificação e descentralização do mercado de salas de exibição cinematográfica no Brasil, através da Lei 12.599/2012 de 23 de Março de 2012 que institui o Programa Cinema Perto de Você.

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**TV**

### **Lei da TV Paga**

Promoção da abertura do mercado de TV Paga a novos competidores, junto com a adoção de salvaguardas e de mecanismos de fomento para o produto e empresas nacionais, através da Lei 12.485/2011 de 12 de Setembro de 2011, que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado .

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Animação**

### **Fomento ao setor da Animação**

Fomento à produção da Animação em diferentes suportes tecnológicos que promovam a diversidade cultural brasileira.

#### **Meta 2013/2014**

- 10 projetos contemplados

Estratégia de  
implementação

Na **última década**, o setor de *software* cresceu **20% ao ano**. Hoje, movimenta **US\$ 18 bilhões**. Seus principais polos estão no Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Belo Horizonte e Florianópolis. São **9 mil** as companhias de tecnologia, a maioria de micro ou pequeno portes. Do total, só **2 mil** criam programas.

(Fonte: IDC)

O setor de *software* é a quarta maior indústria criativa do Brasil, com **5% da mão de obra** e das empresas. Sua participação dobra em massa salarial porque o setor é um dos que têm melhor remuneração. A renda mensal é **83% maior** que a média nacional.

(Fonte: FIRJAN, 2010)



## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Jogos Digitais**

### **Fomento ao setor de Jogos Digitais (*games*)**

Fomento à produção de Jogos Digitais em diferentes suportes tecnológicos que promovam a diversidade cultural brasileira.

#### **Meta 2013/2014**

- 10 projetos contemplados

Estratégia de  
implementação

No Pará, o estilo musical  
Tecnobrega criou uma nova  
indústria cultural que movimenta  
**R\$ 120 milhões** por ano e  
emprega **7 mil pessoas** só em  
Belém.



## Dimensões do Plano



4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados

4.7.2. Indústrias  
Culturais

Música

### Diagnóstico do setor da Música

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos da Música no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Música**

### **Prêmio de apoio aos festivais e mostras de música**

Apoio à realização de festivais e mostras nacionais e internacionais de música popular e erudita, com vistas à promoção da circulação de artistas e técnicos e à qualificação do setor musical.

### **Meta 2013/2014**

- 180 festivais e mostras contemplados
- 180 municípios beneficiados

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Música**

### **Prêmio Palcos Musicais Permanentes**

Prêmio Palcos Musicais Permanentes – Apoio aos espaços privados que têm abrigado apresentações musicais de forma continuada, por meio de seleção de projetos que estimulem a programação artística e melhorem a infraestrutura destes espaços. Nas próximas edições será oferecida capacitação em gestão de espaço cultural.

### **Meta 2013/2014**

- 45 espaços musicais contemplados;  
45 gestores de espaço capacitados.

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Música**

### **Exportação da música brasileira**

Internacionalização de produtos musicais por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação e promoção em eventos internacionais.

### **Meta 2013/2014**

- 50 empreendedores capacitados
- 10 ações de promoção

Estratégia de  
implementação

## **Mercado Editorial**

Estimativa para 2012

Movimentação da compra  
de livros e publicações:

**R\$ 8,23 bilhões**

Crescimento: **14,5%**

Consumo por classe social:

- Classe A - **20,7%**
- Classes D e E - **3,7%**
- Classe C - **23,7%**

Dados de 2011

Movimentação do setor:

**R\$ 6,2 bilhões**

Crescimento do número de  
livros editados: **6%**

E-books: **9%** dos  
lançamentos



## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Diagnóstico do Mercado Editorial**

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos do Mercado Editorial no Brasil.

### **Meta 2013/2014**

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Sistematização da Bibliografia Nacional**

Catálogo sistematizado de toda a bibliografia brasileira, como forma de garantir o acesso às informações sobre todos os títulos da bibliografia nacional, promovendo a manutenção da bibliodiversidade e o estímulo a sua comercialização nos mercados interno e externo.

#### **Meta 2013/2014**

- Catálogo sistematizado e atualizado
- Sistema de Informação implantado

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Formação de micro e pequenos empreendedores do livro**

Oferta de curso de qualificação em empreendedorismo, voltado para a venda de livros baratos em bancas de jornais e outros varejos de pequeno porte.

### **Meta 2013/2014**

- 4.000 empreendedores capacitados

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Sistema Informatizado de Gestão e Controle do Ponto de Venda**

Desenvolvimento de *software* livre de gestão para micro e pequenos empreendimentos do setor livreiro a partir das necessidades gerenciais do mercado (livros, editores, distribuidores).

#### **Meta 2013/2014**

- 5.000 pontos de venda de livros

[Estratégia de  
implementação](#)

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Programa do Livro Popular**

Programa para o estímulo do hábito da leitura, atendendo os quatro eixos do PNLL, incentivando a circulação de bens culturais. As aquisições pelas bibliotecas se darão através das livrarias de sua região de localização.

### **Meta 2013/2014**

- 1000 novos títulos por ano

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Tarifas Postais Reduzidas**

Reduzir os custos de circulação de livros com objetivo de baratear os preços, tornando-os mais acessíveis.

### **Meta 2013/2014**

- R\$ 1,00 para livros com até 200 g

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Rede de Distribuição de Livros**

Rede de intermediação entre editores e livreiros, constituída de agentes locais e regionais que intermediarão os negócios entre os micro e pequenos editores e livreiros de diferentes regiões.

### **Meta 2013/2014**

- Rede de distribuição instituída

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Consolidação de Cargas**

Redução do custo dos fretes de livros por meio de um permissivo legal que autorize que diversas notas destinadas a um mesmo CNPJ possam ser consolidadas em um único conhecimento de frete. Além da redução de custo pela emissão de um único conhecimento, o frete peso melhora.

### **Meta 2013/2014**

- Redução de 20% dos custos logísticos do livro

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Literatura e mídias  
impressas**

### **Exportação da Literatura brasileira**

Internacionalização da Literatura brasileira por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação e promoção em eventos internacionais.

#### **Meta 2013/2014**

- 50 empreendedores capacitados
- 10 ações de promoção

Estratégia de  
implementação

O *design* e a reputação de marcas e estilistas fazem com que 1 kg de algodão, exportado a **US\$ 2,80**, dispare para **US\$ 250** na forma de um biquíni de grife. No Brasil, isso faz da moda a segunda maior indústria criativa, atrás somente da arquitetura, com **30%** dos profissionais e empresas.

### 4.7.3 Criações funcionais



## Dimensões do Plano



4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados

4.7.2. Indústrias  
Culturais

Moda

### Diagnóstico do setor da Moda

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos da Moda no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Moda**

### **Exportação da Moda brasileira**

Internacionalização de produtos da Moda brasileira por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação e promoção em eventos internacionais.

### **Meta 2013/2014**

- 50 empreendedores capacitados
- 10 ações de promoção

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Moda**

### **Regulamentação profissional da atividade de costureira**

Proposição de Projeto de Lei visando a regulamentação da atividade de costureira.

Estratégia de  
implementação

A Associação Brasileira de Empresas de Design (Abedesign) estima que existam **2 mil** escritórios de *design* no país, que empregam pelo menos **20 mil** pessoas e movimentam **R\$ 500 milhões** ao ano.

Por seu potencial interdisciplinar – presente na moda, na arquitetura e até nos *softwares* –, o *design* é visto como a atividade criativa mais versátil. No Brasil, a atividade de *design* é a terceira mais importante da economia criativa, tanto em número de

Design

us  
ma  
res

criativos brasileiros.

(Fonte: FIRJAN, 2010)



## 4.2. Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Design**

### **Diagnóstico do setor do Design**

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos do Design no Brasil.

### **Meta 2013/2014**

- Pesquisa realizada

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Design**

### **Exportação do Design brasileiro**

Internacionalização de produtos do Design brasileiro por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação e promoção em eventos internacionais.

### **Meta 2013/2014**

- 50 empreendedores capacitados
- 10 ações de promoção

## Dimensões do Plano



**4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados**

**4.7.2. Indústrias  
Culturais**

**Design**

### **Regulamentação profissional da atividade de Designer**

Proposição de Projeto de Lei visando a  
regulamentação da atividade de Designer

Até **2016**, serão investidos **R\$ 14,5 bilhões** nas **12 cidades-sede** da Copa em infraestrutura. Como a arquitetura corresponde, em média, a **5%** do valor de uma construção, cerca de **R\$ 725 milhões** devem ser injetados na área.

(Fonte: Ernst&Young, 2010)



## Dimensões do Plano



4.7. Dimensão Setorial:  
Cria Brasil – Setores  
Criativos Priorizados

4.7.2. Indústrias  
Culturais

Arquitetura

### Diagnóstico do setor da Arquitetura

Pesquisa e sistematização de informações sobre os elos produtivos da Arquitetura no Brasil.

### Meta 2013/2014

- Pesquisa realizada

Estratégia de  
implementação

## Dimensões do Plano



### 4.7. Dimensão Setorial: Cria Brasil – Setores Criativos Priorizados

#### 4.7.2. Indústrias Culturais

Arquitetura

### Exportação da Arquitetura brasileira

Internacionalização dos serviços da Arquitetura brasileira por meio do investimento em prospecção de mercados, capacitação e promoção em eventos internacionais.

### Meta 2013/2014

- 50 empreendedores capacitados
- 10 ações de promoção

Estratégia de  
implementação

## 5. Marca-país: Brasil Criativo

### Marca-país: Brasil Criativo

Formulação de uma política nacional e internacional para a circulação e exportação de produtos criativos brasileiros fundamentada na marca "Brasil Criativo" .

### Meta 2013/2014

- Marca-país criada

Estratégia de  
implementação

## 6. Externalidades Positivas

- Aumento da competitividade dos setores industriais tradicionais e favorecimento de uma ambiência para a inovação.
- Enfrentamento da violência em comunidades em situação de risco social.
- Revitalização de centros históricos e requalificação de zonas urbanas degradadas.
- Facilitação dos processos de ensino aprendizagem na escola.

## 7. Modelo de Governança

### Estrutura Geral

#### NÍVEL DE ACONSELHAMENTO

Fórum Permanente  
de Aconselhamento

Fórum de  
Pactuação Federativa

#### NÍVEL DE DELIBERAÇÃO

Comitê Gestor do  
Plano Brasil Criativo

Grupo Executivo

Comitê Internacional

Comitê Interinstitucional



## 7. Modelo de Governança

### Nível de Aconselhamento para a Formulação, Avaliação e Pactuação

#### INSTÂNCIA

Fórum Permanente de Aconselhamento

Fórum de Pactuação Federativa

#### COMPOSIÇÃO E COORDENAÇÃO

CNPC: representantes dos 19 Colegiados Setoriais / Convidados e representantes da sociedade e do parlamento.  
Coordenação: Ministério da Cultura

Ministra de Estado da Cultura e representantes de entes federados para execução do PBC nos Territórios.

Sistema Nacional de Cultura – SNC:  
Secretaria Executiva do PBC e Secretaria de Articulação Institucional / MinC

## 7. Modelo de Governança

### Nível de Deliberação, Supervisão e Gerenciamento



## 7. Modelo de Governança

### Nível de Deliberação, Supervisão e Gerenciamento



## 8. Investimento

### Plano Brasil Criativo • Recursos Adicionais 2012 Valores (R\$ mil)

Programa	Recursos Necessários			Recursos de Suplemento		
	2013	2014	Total	2013	2014	Total
Produção de informação conhecimento da Economia Criativa	24.300	18.900	43.200	14.900	9.500	24.400
Fomento aos empreendimentos criativos	1.062.900	1.079.400	2.142.300	21.618	53.118	74.736
Formação para profissionais e empreendedores criativos	107.016	107.016	214.032	31.740	31.740	63.480
Dimensão Territorial – Territórios Criativos	26.910	43.250	70.160	26.910	43.250	70.160
Dimensão Setorial – Cria Brasil	38.500	43.500	82.000	38.500	43.500	82.000
Gastos de Administração do Programa	6.200	6.200	12.400	6.200	6.200	12.400
	<b>1.265.826</b>	<b>1.298.266</b>	<b>2.564.092</b>	<b>139.868</b>	<b>187.308</b>	<b>327.176</b>











