



RAI - Revista de Administração e Inovação

ISSN: 1809-2039

campanario@uninove.br

Universidade de São Paulo

Brasil

Serra, Neusa; Saad Fernandez, Rafael

ECONOMIA CRIATIVA: DA DISCUSSÃO DO CONCEITO À FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS  
PÚBLICAS

RAI - Revista de Administração e Inovação, vol. 11, núm. 4, outubro-diciembre, 2014, pp. 355-372

Universidade de São Paulo

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97332901016>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## **ECONOMIA CRIATIVA: DA DISCUSSÃO DO CONCEITO À FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS**

### **Neusa Serra**

Doutora em engenharia de produção, professora do Centro de Engenharia, Modelagem e Ciências Sociais Aplicadas e do Programa de Mestrado em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC – UFABC

neusa88@gmail.com

### **Rafael Saad Fernandez**

Mestre em ciências humanas e sociais pela Universidade Federal do ABC – UFABC

tatianezzz@yahoo.com.br

### **RESUMO**

O artigo apresenta de maneira sintética o conceito de Economia Criativa e sua relação com a Economia da Inovação e do Conhecimento, além de destacar a importância das políticas públicas para o pleno desenvolvimento dos setores criativos. Trata-se de um conceito plural e ainda impreciso, a despeito dos inúmeros esforços de autores que buscaram definir suas fronteiras. É também um desafio teórico, na medida em que a economia *mainstream* tem dificuldades em lidar com atividades culturais, em especial as geradoras de bens intangíveis e que escapam à lógica da escassez. As políticas públicas de estímulo a estes setores têm se mostrado bem sucedidas na promoção do desenvolvimento, em especial na geração de emprego e renda em atividades em geral consideradas atraentes, sobretudo para os jovens. Mas persistem ainda lacunas na articulação das políticas de promoção da economia criativa com as demais, além da própria compreensão de seu potencial por parte do poder público.

**Palavras-chave:** Economia do conhecimento; Economia criativa; Economia da cultura; Políticas públicas.

## 1. INTRODUÇÃO

Este artigo se propõe a recuperar de maneira sintética e a refletir sobre algumas discussões recentes a respeito da chamada economia criativa - EC, tendo em vista tratar-se de uma área de estudos que está assumindo importância crescente e cujos pressupostos e fronteiras com a economia do conhecimento e a economia da cultura ainda não estão claramente definidos. Essas imprecisões se manifestam especialmente nos sistemas já existentes de classificação das atividades criativas, que variam de acordo com a compreensão dos agentes que os propõem e com a importância assumida por essas atividades nas diferentes nações e esferas governamentais que as promovem e monitoram.

No plano conceitual algumas discussões são destacadas. As fronteiras entre a economia do conhecimento, a economia da cultura e a economia criativa não estão ainda claramente demarcadas e refletem as diferentes perspectivas teóricas existentes sobre esses temas. Além disso, a distinção entre a produção de **bens simbólicos** e a indústria cultural traz à tona questões como a valorização dos produtos culturais e criativos e a estrutura de seus mercados. Outra importante questão refere-se à possibilidade de reprodução *ad infinitum* de boa parte dos produtos criativos, o que desafia os pressupostos da escassez e da utilidade marginal decrescente presentes nas teorias econômicas de inspiração neoclássica. Sem esgotar o esforço de identificação das inúmeras outras possibilidades de aprofundamento teórico surgidas com o tema da economia criativa, são destacadas também as relações entre criatividade, inovação e propriedade intelectual, tema sobre o qual estudiosos como Trosby, Hartley e Howkins têm se debruçado. A propriedade intelectual, crescentemente valorizada com a expansão da economia do conhecimento, entra claramente em conflito com as possibilidades de reprodução em massa e a custo zero de conteúdos científicos e culturais trazidas pela internet.

A emergência da economia criativa como atividade econômica de grande potencial de aplicação no campo das políticas públicas a inscreve em agendas governamentais nacionais e locais de forma permanente, suscitando amplificando o debate intelectual acerca de sua natureza e abrangência.

No Brasil vários esforços de mensuração das atividades econômicas criativas vêm sendo feitos e a importância delas, demonstrada pelos números, é reforçada pela sua tradução em políticas públicas tanto no nível federal, com a criação da Secretaria de Economia Criativa no âmbito do Ministério da Cultura, quanto como estratégia de desenvolvimento no nível local, com o surgimento de arranjos produtivos locais e parques tecnológicos que têm a economia criativa como atividade preponderante.

## 2. A EMERGÊNCIA DA ECONOMIA CRIATIVA E A CONSTRUÇÃO DE SEUS PRINCIPAIS SISTEMAS DE CLASSIFICAÇÃO

A difusão das tecnologias de informação e comunicação (TICs) acelerou a codificação do conhecimento e a disseminação de informações, tornando o contingente de pessoas ocupadas na produção e distribuição de intangíveis proporcionalmente maior do que na produção de bens materiais (Lastres, Cassiolato, & Arroio, 2005) e dando os contornos da hoje chamada Economia do Conhecimento.

Castells (2000) destaca o caráter informacional e global da nova economia. A designação **informacional** se deve à dependência dos agentes econômicos da capacidade de “gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos” (Castells, 2000 p. 87) e **global** à escala em que estão organizados os recursos que lhe dão suporte, suas atividades produtivas e seus mercados. Como consequências ocorrem, entre outros movimentos, o estreitamento entre a pesquisa científica e o desenvolvimento tecnológico, o aumento dos investimentos em intangíveis - notadamente em educação e capacitação da força de trabalho - e a aceleração das inovações.

A economia criativa (EC), que despontou como um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, à cultura, às novas mídias e à criatividade em geral, tem forte conteúdo de intangíveis e requer habilidades especiais da força trabalho, além de apresentar estreita relação com os avanços científicos e tecnológicos.

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU) as atividades econômicas criativas encontram-se no cruzamento das artes, da cultura, dos negócios e da tecnologia, compreendendo o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam o conhecimento e a criatividade como seus principais *inputs* (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2010). Tais atributos e características a fazem integrante da economia do conhecimento.

A origem da expressão Economia Criativa é atribuída a um artigo do jornalista Peter Coy, publicado pela revista *Businessweek* em 2000, no qual o autor destacava o papel das empresas, especialmente dos grandes conglomerados, na nova economia baseada no conhecimento que estaria se formando (Howkins, 2001).

A expansão das atividades identificadas com o campo que ficou então conhecido como economia criativa remonta, entretanto, à Austrália de 1994, por ocasião do anúncio do projeto *Creative Nation*, que sintetizava a então nova política cultural do governo federal daquele país (Department of Communications and the Arts of Australia, 1994). O projeto buscava preservar e valorizar o patrimônio cultural nacional em toda a sua diversidade, sem descuidar do desenvolvimento dos setores

relacionados às novas tecnologias. A junção dessas duas dimensões resultou na eleição das seguintes atividades para a concessão de incentivos: artes performáticas; artes visuais e artesanato; biblioteca e arquivo; cinema, televisão e rádio; dança; *design*; educação (com foco nos setores culturais); literatura; música; multimídia; patrimônio histórico e cultural; turismo cultural.

Já no século XXI, no esforço de avaliação do impacto das atividades criativas na balança comercial realizado pelo Reino Unido, foram consideradas integrantes da EC: artes performáticas, artes e antiguidades, artesanato, arquitetura, *design*, *design* de moda, editoração, editoração eletrônica, música, publicidade, rádio e TV, *software* e *games*, vídeo, cinema e fotografia (Department for Culture Media and Sport [DCMS], 2007). As principais diferenças em relação à tipologia australiana foram a inclusão da área de publicidade e propaganda e a exclusão de atividades relacionadas à educação e à preservação de patrimônio histórico, bibliotecas e arquivos, mais por dificuldades metodológicas relacionadas à coleta e sistematização de informações do que por razões conceituais (Fernandez, 2014). A justificativa do DCMS para reunir tais atividades num mesmo agregado foi o fato de serem dotadas de potencial de comercialização de **ideias de valor expressivo**, seja uma canção, uma propaganda, uma peça de teatro ou o *design* de um automóvel. Sob essa perspectiva esse agregado reuniria setores capazes de criar novas experiências, difundir conhecimento, estimular emoções e enriquecer a vida das pessoas (DCMS, citado em Fernandez, 2014).

A partir de então novas adaptações foram sendo feitas e novas tipologias foram construídas, dependendo das perspectivas dos diferentes países que passaram a reconhecer o potencial econômico das atividades criativas.

O envolvimento do sistema ONU por meio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) trouxe novas luzes à discussão, além de difundir os conceitos de economia da cultura economia criativa em escala global.

A UNESCO desenvolveu uma série de pesquisas sobre o setor cultural, com destaque para os *Framework for Cultural Statistics*, que vêm sendo produzidos e atualizados desde 1986. São então consideradas como atividades culturais: artes performáticas e música; artes visuais e artesanato; audiovisual e mídia interativa; *design* e serviços criativos (como arquitetura e publicidade); livros e edição; preservação do patrimônio cultural e natural (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2007).

Além disso coube à UNESCO a responsabilidade pela criação e coordenação da Rede de Cidades Criativas, que tem aberto possibilidades de desenvolvimento local com base em vocações criativas. Essa rede conecta cidades do mundo que, a partir da obtenção do **selo cidade criativa**,

passam tanto a compartilhar suas experiências quanto a entrar em contato mais direto com um amplo repertório de práticas bem sucedidas de desenvolvimento local. Atualmente 34 cidades do mundo são consideradas criativas pelo sistema ONU, distribuindo-se entre cidades da literatura, do cinema, da música, das artes folclóricas e do artesanato, do design, da mídia e da gastronomia. Nenhuma cidade brasileira figura ainda nessa rede.

A UNCTAD, por sua vez, vem realizando um grande esforço de produção e difusão de informações relativas à economia criativa, em parte devido ao reconhecimento do potencial comercial e de desenvolvimento econômico e social da EC. Apesar de ter cunhado a principal definição de economia criativa, a UNCTAD parte do pressuposto de que esse conceito está em constante evolução, preferindo antes estimular o debate do que fecha-lo prematuramente. Não obstante, objetivando a elaboração de metodologias que permitam aferir a importância econômica da EC e a produção de informações internacionalmente comparáveis, essa agência desenvolveu esforços que resultaram na seguinte tipologia de atividades criativas:

- Artes performáticas (música ao vivo, teatro, dança, circo etc.);
- Artes visuais (pintura, escultura, fotografia e antiguidades);
- Audiovisual (cinema, rádio, TV etc.);
- Edição e impressão (livros, imprensa e outras publicações);
- Expressões culturais tradicionais (artesanato, festivais etc.);
- Design (interiores, gráfico, moda, joias e brinquedos);
- Novas mídias (software, games e demais conteúdos digitais);
- Patrimônio cultural (museus, bibliotecas, sítios arqueológicos etc.);
- Serviços criativos (arquitetura, publicidade, pesquisa e desenvolvimento e recreação).

A UNCTAD é responsável pela publicação bianual *Creative Economy Reports*, que congrega as informações resultantes do conjunto de esforços empreendidos no âmbito das Nações Unidas.

Na América Latina merecem destaque as seguintes instâncias que têm se ocupado dessa temática: o Observatorio de Industrias Creativas (OIC), da Argentina, criado pela administração municipal de Buenos Aires, cidade que recebeu da Unesco o selo **Cidade do Design**, dentro do programa Cidades Criativas da ONU; o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) brasileiro, que passou a elaborar indicadores culturais a partir de 2004, quando foi firmado convênio com o Ministério da Cultura; o Serviço Estadual de Análise de Dados (SEADE), que realizou esforços relativos ao estado de São Paulo e a Fundação do Desenvolvimento Administrativo (FUNDAP), que elaborou estudos, em 2008, para o dimensionamento da EC especificamente na cidade de São Paulo.

Apesar de ter surgido na Austrália, foi como política econômica destinada a alavancar o crescimento inglês a partir da segunda metade da década de noventa que a EC ficou mais conhecida. Com a adoção de políticas públicas voltadas à sua promoção o conjunto de atividades econômicas do Reino Unido consideradas criativas cresceu 6% ao ano no período 1997-2005, bem acima da média da economia, de apenas 3%, tendo atingido 7,3% do Produto Interno Bruto em 2005 (Reis, 2008). Dados mais recentes (DCMS, 2014) para um período de cinco anos (de 2007 a 2012) mostram o expressivo crescimento do valor agregado das indústrias criativas, especialmente em propaganda e marketing (22,8%); música, artes performáticas e artes visuais (24,3%), tecnologia da informação, software e serviços computacionais (18,8%); filmes, TV, vídeo, rádio e fotografia (11,3%) e publicidade (7,5). Segundo a mesma fonte, o conjunto de indústrias criativas respondeu por 1,68 milhão (ou 5,6%) dos empregos no País em 2012, 8,6% a mais que em 2011, evidenciando sua importância na geração de trabalho e renda.

### **3. A ECONOMIA DO CONHECIMENTO: ONDE TUDO COMEÇA**

A importância do conhecimento na esfera da produção, especialmente do conhecimento incorporado nas pessoas e organizações, já havia sido destacada por Bell (1973), Foray & Lundvall (1996); Machlup (1962), Nelson & Winter (1982) e Penrose (2006). Edith Penrose demonstrou a relação entre o crescimento da firma e sua capacidade de diversificação de produtos com seu potencial de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), fonte das inovações geradoras da diversificação. Machlup já afirmava em seu livro *The production and distribution of knowledge*, publicado pela primeira vez nos anos 1950, que 30% da mão de obra norteamericana da época estava empregada em setores cujos produtos finais eram conhecimento e informação (P&D, ensino, rádio, televisão, bibliotecas, edição e impressão, *design*, serviços estatísticos, empresas de comunicação, operação de computadores, fornecimento de informações). O sociólogo Daniel Bell, da Universidade de Harvard, já no início da década de setenta enfatizava a importância dos cientistas e técnicos nas mudanças que se operavam nas relações de trabalho e na própria natureza do trabalho. Nelson e Winter destacaram o papel do conhecimento na produção em suas formas codificada e tácita, destacando que Boa parte do conhecimento operacional permanece tácita porque não pode ser articulada com suficiente rapidez, porque é impossível articular tudo que é necessário para um desempenho bem sucedido, e porque a linguagem não é capaz de simultaneamente servir para descrever relações e caracterizar os elementos relacionados (Nelson & Winter, 2005, p. 129).



Os conhecimentos codificáveis, por sua vez, seriam aqueles que, “transformados em informações, podem ser reproduzidos, estocados, transferidos, adquiridos, comercializados etc” (Lastres & Ferraz, 1999, p. 30). Foray e Lundvall (1996) cunharam a expressão **Economia baseada no conhecimento** – *knowledge based economy* em trabalho apresentado em 1996 na Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), no qual destacam as principais contribuições de economistas para o entendimento da nova economia.

Em trabalho posterior (Lundvall, 2003) estabeleceu fronteiras mais precisas entre conhecimento e informação e identificou quatro diferentes tipos de conhecimento: *know what*, *know why*, *know how* e *know who*. O tipo *know what* (saber o que) refere-se ao mero conhecimento sobre fatos, sendo identificado com a informação pura e simples. O tipo *know why* (saber por que) refere-se a princípios e leis, sendo identificado com a ciência e tendo papel importante especialmente nas indústrias química e eletrônica. O conhecimento na forma de *know how* (saber como) refere-se a habilidades – mais práticas do que teóricas – e caracteriza-se por ser um tipo de conhecimento de natureza tácita, desenvolvido e mantido dentro dos limites da empresa ou da equipe de pesquisa. O tipo *know who* envolve informações sobre quem sabe o que e quem sabe o que fazer, sendo importantes em processos de desenvolvimento de novos produtos que combinam diferentes tecnologias, provenientes de diferentes disciplinas científicas e diferentes fontes de informação.

Tais formulações, que apoiam análises do papel do conhecimento no processo econômico, destacando como ele é gerado e difundido, são na maior parte produzidas por economistas de tradição neoschumpeteriana. Como destacam Lastres e Ferraz (1999), os pressupostos da teoria econômica tradicional, de base neoclássica, não são compatíveis com a inclusão da informação e do conhecimento em seus modelos. Apesar de reconhecer a importância desses *inputs*, a corrente neoclássica os considera exógenos ao processo econômico.

A economia criativa, que integra a economia do conhecimento, se apresenta como um novo campo de estudos no qual emergem questões como o papel da criatividade e dos talentos individuais na produção, a natureza dos produtos criativos e de suas cadeias produtivas, a potencial geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual e a própria relação entre tecnologia e arte.



#### 4. ECONOMIA CRIATIVA, ECONOMIA DO CONHECIMENTO E ECONOMIA DA CULTURA: ONDE ESTÃO AS FRONTEIRAS?

Como já foi anunciado a economia criativa (EC), designação das atividades que têm na criatividade seu centro de geração de valor, integra a economia do conhecimento e apresenta suas mesmas principais características distintivas: natureza intangível da maior parte dos produtos, grande participação do **fator produtivo conhecimento** nos processos, difusão rápida das inovações, maior flexibilidade tanto nas mudanças de processo quanto na reconfiguração dos produtos. As atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), muito importantes na economia do conhecimento por envolverem fortemente o uso do ativo intelectual, são também consideradas integrantes da EC pelos principais sistemas de classificação conhecidos, dificultando uma clara demarcação de fronteiras. Outras atividades integrantes da Economia do Conhecimento, como os Serviços Tecnológicos Especializados (STEs), os testes e análises rotineiros e toda a gama de atividades de Tecnologia Industrial Básica (TIB), fundamentais à qualidade e ao aumento de produtividade do sistema produtivo, não são claramente identificadas como de economia criativa. Da mesma forma, toda a produção de bens e serviços associada à geração tanto do conhecimento científico e tecnológico quanto dos demais produtos criativos, considerados seus **veículos de fruição**, não faz parte do universo da EC para a maior parte dos estudiosos do tema.

A chamada economia da cultura também integra a economia do conhecimento, sendo muitas vezes confundida com a economia criativa, de espectro mais amplo. O conceito de economia da cultura remonta a uma tradição de autores franceses cujo foco de análise repousa nas atividades humanas de conteúdo artístico e estético.

Lembrando que os clássicos Smith e Ricardo consideravam a cultura “o domínio por excelência do trabalho não produtivo”, embora reconhecendo sua importância simbólica e social, e que Marshall destacava o caráter de exceção à teoria da diminuição da utilidade marginal dos bens e serviços culturais, Benhamou (2007, pp. 15-17), que considera além da arte também a indústria cultural, identificou os seguintes elementos como base da economia da cultura: efeitos externos; investimentos de longo prazo; especificidade da remuneração, envolvendo um forte elemento de incerteza; utilidade marginal crescente e importância da ajuda pública ou privada na promoção de suas atividades.

As externalidades – positivas ou negativas - geradas por eventos culturais podem ir, dependendo da sua magnitude, desde a criação de novas fontes de emprego e renda até a revitalização de áreas urbanas e a abertura de novas possibilidades de investimento. Por envolver necessariamente

talentos individuais e, muitas vezes, a mobilização de diferentes agentes e recursos, pode implicar longo tempo de maturação.

A economia da cultura, assim, abarcaria as chamadas belas artes (pintura, escultura, desenho); as artes ao vivo (espetáculos de dança, teatro, música e congêneres); a indústria cultural (cinema, gravação de discos e edição de livros); os museus e bibliotecas.

Para Caves (2002) enquanto a economia da cultura se refere às artes e às indústrias culturais as indústrias criativas compreendem a arte visual, a música, a publicidade, os filmes, o rádio e a televisão. Caves exclui desses universos aspectos da economia do conhecimento e da informação, como a internet.

Procurando sintetizar várias das definições e tipologias de economia criativa anteriormente formuladas (Caves, 2000; DCMS, 2001; UNCTAD, 2004) o Serviço Estadual de Análise de Dados (SEADE, 2014), do Governo do Estado de São Paulo, conceitua EC como o ciclo que engloba a criação, a produção e a distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos.

## 5. ALGUNS DESAFIOS TEÓRICOS TRAZIDOS PELA ECONOMIA CRIATIVA

Segundo David Throsby, além de envolverem necessariamente a criatividade em alguma etapa de sua produção e gerarem propriedade intelectual, as atividades econômicas culturais também se caracterizariam por serem dotadas de forte conteúdo simbólico (Throsby, 2001). Para ele haveria uma grande dificuldade por parte dos economistas em lidar com questões ligadas à cultura e à criatividade por estas escaparem, em grande medida, à lógica econômica do *mainstream*. O valor cultural de uma obra de arte, por exemplo, não poderia ser aferido apenas a partir de seu custo de produção e preço de venda.

Essas questões remetem ao problema da valorização dos chamados **bens simbólicos** e seu mercado. Na discussão do mercado de bens simbólicos Bourdieu(2005) distingue o campo da produção erudita, destinado a um público de produtores de bens culturais e o campo da indústria cultural, voltado a um público amplo. Para ele,

Ao contrário do sistema da indústria cultural, que obedece à lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível, o campo da produção erudita tende a produzir ele mesmo suas normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos, e obedece à lei fundamental da concorrência pelo reconhecimento propriamente cultural concedido pelo grupo de pares que são, ao mesmo tempo,

clientes privilegiados e concorrentes (Bourdieu, 2005, p. 105).

O sistema de produção de bens simbólicos de natureza erudita, constituindo um campo relativamente fechado aos próprios produtores, teria tanto mais autonomia quanto maiores fossem suas condições de definir as normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos. Essa autonomia se traduz, nas palavras do autor, na “incomensurabilidade do valor propriamente cultural e do valor econômico das obras” (Bourdieu, 2005, p. 116).

Um outro aspecto que demonstra a inadequação do arcabouço teórico neoclássico, baseado no pressuposto da escassez, para tratar questões do universo da economia criativa, é a possibilidade de reprodução *ad infinitum* de alguns produtos criativos a um custo zero.

A convergência digital propiciada pelos computadores que operam em rede – com o armazenamento, processamento e transmissão de todo tipo de informação – acaba por liberar, de quase todos os seus suportes clássicos, a produção em campos como a ciência, a arte e a cultura: assim, textos são liberados do papel, sons do vinil ou das fitas magnéticas, imagens do papel fotográfico, filmes da película (Pinto, 2011, p.7).

Um exemplo desse fenômeno de **desmaterialização** e reprodução infinita dos produtos criativos, segundo o mesmo autor, é o compartilhamento de músicas pela internet, que impôs pesados prejuízos à indústria fonográfica e obrigou a reinvenção das formas de produção e distribuição dos produtos musicais.

Outro aspecto relativo aos produtos intangíveis que merece ser destacado, conforme Fernandez (2014, p. 59)

É que alguns deles possuem a capacidade de evoluir conforme são consumidos. Um exemplo típico disso são os *softwares* produzidos *online* de maneira colaborativa, os quais são continuamente modificados pela ação de inúmeros programadores que incorporam a eles novas funcionalidades. Tem-se nesse caso um exemplo típico de atividade na qual consumidores e produtores se confundem. A força de movimentos como o *Creative commons* é um exemplo bastante claro desta mudança de postura.

Um outro conjunto de abordagens (Cunningham, 2002; Hartley, 2005, 2007) destaca o caráter multidisciplinar e a convergência de áreas de conhecimento e de opções de políticas públicas trazidas pela economia criativa. Hartley (2005) considera que as indústrias criativas buscam a convergência entre talentos individuais, representados pelas artes criativas, e a indústria cultural, que opera em larga escala num contexto dominado pelas TICs e dentro da nova economia do conhecimento, abrindo espaço para a discussão das relações entre arte e tecnologia. Em trabalho posterior (Hartley, 2007) o

autor pergunta sobre os possíveis ganhos da combinação das indústrias criativas com os mercados das redes sociais e a inclusão digital universal.

O consultor britânico John Howkins, que lançou o livro *Creative Economy* ainda em 2001, afirma que a criatividade, ou a habilidade de gerar coisas novas, está potencialmente ao alcance de qualquer pessoa, mas que sua apropriação econômica ou transformação em **produto criativo**, dependerá de sua inserção no tecido produtivo como uma inovação. Para Howkins (2001) boa parte dos produtos criativos pode gerar rendas de propriedade intelectual decorrentes de patentes, marcas, *copyrights* e *design*, defendendo que é desses segmentos derivam as indústrias criativas. A discussão acerca da relação entre criatividade, inovação e propriedade intelectual, desde então colocada, está longe de se esgotar. Em trabalho de 2005 Howkins (citado em Miguez, 2007) defende os seguintes pontos: (i) a necessidade de uma revisão do conceito de EC; (ii) a importância de promover a aproximação entre criatividade e inovação – o que permitirá a inclusão da ciência no âmbito das indústrias criativas; (iii) a urgente necessidade de uma revisão dos marcos regulatórios da propriedade intelectual na direção do interesse público – hoje largamente submetidos aos interesses das grandes corporações e (iv) a elaboração de políticas públicas capazes de integrar as múltiplas dimensões (e responder às várias demandas) da economia criativa.

A questão da propriedade intelectual tem sido alvo de um debate singular: de um lado situam-se os que advogam o fortalecimento e a expansão dos mecanismos de proteção e de outro os que postulam o rompimento das barreiras impostas pelas regras atuais, permitindo a livre circulação dos conteúdos artísticos e intelectuais.

Richard Caves, por seu lado, fez importantes contribuições na área da organização industrial (Caves, 2000, 2006), especialmente no que se refere à dinâmica das cadeias produtivas criativas e à forma como se estabelecem os contratos, buscando investigar a lógica dos arranjos estruturais entre os agentes criativos e os *humdrums* ou demais agentes da indústria que lhes dão suporte.

As inúmeras questões teóricas passíveis de aprofundamento, os vários debates em torno do tema economia criativa e as divergências e inconsistências que surgem do exame de seus sistemas de classificação evidenciam o percurso ainda recente do campo de estudos da EC e a pertinência de novos estudos que lancem luzes sobre os pontos ainda obscuros.

## 6. ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

No Brasil os levantamentos sistemáticos sobre cultura e criatividade, que receberam o nome de **Sistema de Informações e Indicadores Culturais**, começaram a ser feitos pelo IBGE em 2004, após celebração de convênio com o Ministério da Cultura (MINC). A relevância nacional dessas atividades, então demonstrada pelos indicadores, levou à criação da Secretaria de Economia Criativa em 2011, buscando com isso valorizar o potencial cultural e criativo nacional.

Estimativas realizadas pela FUNDAPE indicam que a economia criativa responde por quase 2% do trabalho formal no Brasil (Fundação para o Desenvolvimento Administrativo [FUNDAPE], 2012). Contudo, as relações de trabalho de parte considerável das atividades criativas são diferenciadas e muitas vezes informais, dificultando a apreensão da real importância das ocupações criativas na geração de emprego. A pesquisa revelou também que, ao lado da maior rotatividade, as atividades de EC oferecem salários superiores à média nacional e empregam pessoas mais jovens, colocando em realce a grande atratividade que as ocupações criativas exercem sobre a juventude.

No estado de São Paulo, principal objeto do estudo da FUNDAPE, mesmo considerando apenas os vínculos formais, a EC respondeu por 8% do emprego em 2012 e experimentou, desde 2009, crescimento médio de 3,7% ao ano, ligeiramente superior à média do conjunto das atividades produtivas, que foi de 3,4% (Fernandez, 2014). Os dados da RAIS-MTE para 2012 (Fernandez, 2014) mostram também que as ocupações criativas no estado são em aproximadamente 30% melhor remuneradas que as não criativas e que essa diferença tem crescido nos últimos anos.

Além do grande potencial de geração de empregos melhor remunerados, a EC se configura também como campo para o desenvolvimento do empreendedorismo e de políticas públicas de desenvolvimento local e regional, como a formação de aglomerados produtivos baseados na criatividade e a instalação de equipamentos urbanos de entretenimento para a recuperação de áreas degradadas, a exemplo das experiências de Buenos Aires e de Seul. Nas duas cidades a instalação de museus, centros de cultura e outros equipamentos culturais em áreas urbanas consideradas problema geraram externalidades positivas que as transfiguraram em ambientes aprazíveis e muito valorizados.

No Brasil merecem destaque a expansão dos arranjos produtivos locais criativos, a valorização de cidades e regiões em decorrência de eventos culturais que ocorrem de forma permanente e a inclusão da economia criativa nas atividades núcleo dos principais parques tecnológicos em implantação.

Entre os APLs destacam-se **A Economia do Círio de Nazaré de Belém**, no Pará; o **Arranjo Produtivo do Turismo Religioso** em Juazeiro do Norte, Ceará e o **APL de Bordados de Caicó**, no Rio Grande do Norte, além do **Polo de Cerâmica Artística de Cunha** e do turismo religioso de Aparecida do Norte, no estado de São Paulo (Serra, 2012).

Entre os muitos eventos culturais que se inscreveram nas agendas locais e nacional de forma duradoura, gerando importantes externalidades, destacam-se o Festival Folclórico de Parintins, no Amazonas; as Mostras de Cinema de Ouro Preto, em Minas Gerais e Gramado, no Rio Grande do Sul; o Festival de Dança de Joinville, em Santa Catarina; a Feira Literária de Paraty, no Rio de Janeiro; o Festival Gastronômico de Tiradentes, em Minas Gerais; os Festivais de Teatro de Curitiba e Londrina, no Paraná e o Festival de Música de Campos do Jordão, em São Paulo.

Entre os parques tecnológicos - já existentes e em implantação - que têm entre as suas atividades núcleo setores da economia criativa destacam-se o Porto Digital do Recife, o Tecnopuc de Porto Alegre, o Sapiens Parque de Florianópolis, o ParqTec de São Carlos e o Ciatec, o CPqD, o CTI e o Techno Park, de Campinas.

O Porto Digital do Recife, cujas áreas de atuação são software, games, multimídia, cine-vídeo-animização, música, design, fotografia, propaganda e publicidade, congrega, de acordo com seu sítio eletrônico, 200 empresas instaladas nas quais trabalham 6.500 profissionais. O Parque Tecnológico da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e o Sapiens Parque de Inovação de Florianópolis destacam a economia criativa como uma de suas áreas principais de atuação, ao lado das TICs. O ParqTec de São Carlos, no estado de São Paulo e os parques tecnológicos de Campinas – Polo de Alta Tecnologia Ciatec, Techno Park, Parque Tecnológico do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento CPqD e Parque Tecnológico do Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer – são totalmente voltados ou têm as TICs como uma de suas principais áreas de atuação.

As políticas públicas de estímulo às atividades criativas têm se mostrado bem sucedidas no Brasil, a julgar pela expansão observada no emprego - apesar da precariedade dos dados - e pela multiplicação dos empreendimentos de promoção da inovação e do resgate e fortalecimento de nosso patrimônio cultural. Entretanto, persistem ainda lacunas na articulação das políticas de promoção da economia criativa com as demais, além da própria compreensão de seu potencial por parte do poder público, especialmente nas esferas estaduais. A ausência de instâncias correspondentes à Secretaria Nacional de Economia Criativa nos estados e de iniciativas dessa esfera que fortaleçam os programas municipais de desenvolvimento local com base na EC são constatações ilustrativas dessas lacunas.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A grande expansão das atividades de economia criativa ocorreu a partir da segunda metade da década de noventa, quando esse setor foi identificado como um dos potencialmente mais capazes de alavancar o crescimento da então combalida economia inglesa.

Mas a Economia Criativa começa a ser verdadeiramente pensada como estratégia de desenvolvimento no âmbito da Organização das Nações Unidas, devido ao envolvimento de duas de suas principais agências: UNESCO e UNCTAD. Essas entidades foram as responsáveis pela elaboração de indicadores para mensurar, entre outras magnitudes, o emprego, o número de empresas e o fluxo de bens e serviços culturais entre os diferentes países. Além disso a ONU foi responsável pela criação e coordenação da Rede de Cidades Criativas, que tem popularizado políticas públicas de desenvolvimento econômico e social baseadas nos setores criativos e implementadas em diversas cidades do mundo (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2007).

O grande potencial transformador da economia criativa, dado seu encadeamento com inúmeras atividades industriais e de serviços e seu forte potencial de geração de emprego e renda, fez dela um instrumento privilegiado na proposição e implementação de políticas públicas. Entre elas destacam-se desde incentivos fiscais até renovações completas de grandes centros urbanos deteriorados, passando pela recuperação de parques industriais decadentes, formação de *clusters* criativos, intercâmbio cultural, promoção de grandes eventos, estímulo ao empreendedorismo e incentivo às exportações de bens e serviços culturais (Fernandez, 2014).

Mas dentre todas as possibilidades de políticas públicas abertas pela EC, a mais destacada é certamente o emprego, especialmente de jovens. No entanto, embora as atividades criativas sejam extremamente atrativas para essa parcela da população, suas exigências em relação a bons níveis de escolaridade e habilidades práticas limitam o acesso de profissionais a suas fileiras, em geral mais bem remuneradas que a média (FUNDAP, 2012). Além de exigir um novo perfil profissional, requerendo maiores investimentos na formação da força de trabalho, as atividades criativas são marcadas por relações de trabalho nas quais se destacam o *home work* e os trabalhadores *freelancers*, além de maior informalidade nos ambientes de trabalho (Florida, 2012).

Além de mudanças nas relações de trabalho a economia criativa traz inúmeros desafios teóricos que se traduzem em áreas cinzentas que dificultam a adoção de sistemas de classificação que permitam comparações internacionais.



Apesar dessas dificuldades algumas características podem ser elencadas num esforço de síntese da economia criativa: (i) uso da criatividade e dos talentos individuais como recursos produtivos fundamentais; (ii) intangibilidade dos produtos e de grande parte dos recursos produtivos; (iii) inserção no setor produtor de serviços, ressaltando que a produção de bens inscrita na indústria refere-se principalmente aos chamados **veículos de fruição** necessários ao processamento e à utilização de seus produtos; (v) a aproximação estreita entre tecnologia e arte; (v) a multidisciplinaridade resultante da diversidade de talentos e saberes incorporados em seus produtos; (vi) a sustentabilidade, pela reduzida pressão exercida por seus produtos sobre o meio ambiente; (vii) o alto valor agregado da maioria de seus *outputs* e (viii) a geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual (Serra, 2012).

O conjunto de atividades econômicas que apresentam essas características constituem também um novo campo de estudos estreitamente relacionado com a economia da cultura e a economia do conhecimento. Dessa forma, o aprofundamento do debate acerca da natureza e das fronteiras da economia criativa, além de seu potencial de políticas públicas, poderá provocar transbordamentos e lançar novas luzes também para esses outros campos.

## REFERÊNCIAS

- Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting*. New York: Basic Books.
- Benhamou, F. (2007). *A economia da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial.
- Bourdieu, P. (2005). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Castells, M. (2000). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Caves, R. (2000). *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Caves, R. (2002). *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Caves, R. (2006). Organization of arts and entertainment industries. In V. A. Ginsburg, & D. Trosby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture* (pp. 1-17). Cambridge: Elsevier.
- Coy, P. (2000). *The creative economy*. Recuperado em 16 de dezembro, 2012, de [http://www.businessweek.com/2000/00\\_35/b3696002.htm](http://www.businessweek.com/2000/00_35/b3696002.htm).
- Cunningham, S. (2002). From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, 102, 54-65.

Department of Communications and the Arts of Australia. (1994). *Creative nation: commonwealth cultural policy*. Recuperado em 16 de julho, 2014, de <http://pandora.nla.gov.au/pan/21336/20031011-0000/www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>.

Department for Culture Media and Sport. (2001). *Creative industries mapping document*. Recuperado em 28 de julho, 2013 de [http://www.culture.gov.uk/creative\\_industries/QuickLinks/publications](http://www.culture.gov.uk/creative_industries/QuickLinks/publications).

Department for Culture Media and Sport. (2007). *Creative industries economic estimates: statistical bulletin*. Recuperado em 28 de julho, 2013, de [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/78107/CreativeIndustriesEconomicEstimates2007.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78107/CreativeIndustriesEconomicEstimates2007.pdf).

Department for Culture Media and Sport. (2014). *Creative industries economic estimates statistical bulletin*. Recuperado em 11 de julho, 2014, de <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-economic-estimates-january-2014>.

Fernandez, F. S. (2014). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento regional: o caso do grande ABC paulista* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do ABC, Santo André.

Florida, R. (2012). *The rise of the creative class revisited*. New York: Basic Books.

Foray, D., & Lundvall, B-A. (1996). The knowledge-based economy: from the economics of knowledge to the learning economy. In Organisation for Economic Co-operation and Development. *Employment and growth in the knowledge-based economy*. (pp. 11-34). Paris: Author.

Fundação para o Desenvolvimento Administrativo. (2012). *Economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade*. São Paulo: Autor.

Hartley, J. (2005). *Creative industries*. Malden, MA: Blackwell.

Hartley, J. (2007). The evolution of the creative industries – creative clusters, creative citizens and social network markets. *Proceedings of Creative Industries Conference*. Recuperado em 02 de agosto, 2014, de <http://eprints.qut.edu.au/12647/1/12647.pdf>.

Howkins, J. (2001). *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin Press.

Lastres, H. M. M., Cassiolato, J. E., & Arroio, A. (2005). Sistemas de inovação e desenvolvimento: mitos e realidade da economia do conhecimento global. In H. M. M. Lastres, J. E. Cassiolato, & A. Arroio (Orgs.), *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento* (pp.17-50). Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto.

Lastres, H. M. M., & Ferraz, J. C. (1999). Economia da informação, do conhecimento e do aprendizado. In H. M. M. Lastres, & S. Albagli (Orgs), *Informação e globalização na era do conhecimento* (pp. 27-56). Rio de Janeiro: Campus.

Lundvall, B-A. (2003). The economics of knowledge and learning. In J. Christensen, & B-Å. Lundvall (Eds.), *Product innovation, interactive learning and economic performance: research on technological innovation, management and policy* (vol. 8, pp. 21-42). London: Elsevier.

- Machlup, F. (1962). *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton: PUP.
- Miguez, P. (2007). Economia criativa: uma discussão preliminar. In G. M. Nussbaumer (Org.), *Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares* (pp. 95-114). Salvador: Edufba.
- Nelson, R., & Winter, S. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge: The Belknap Press.
- Nelson, R., & Winter, S. (2005). *Uma teoria evolucionária da mudança econômica*. Campinas: Unicamp.
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura. *Pesquisa realizada no site*. Recuperado em 03 de agosto, 2014, de <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/culture-and-development/>.
- Penrose, E. (2006). *A teoria do crescimento da firma*. Campinas: Unicamp.
- Pinto, J. P. G. (2011). *No ritmo do capital: indústria fonográfica e subsunção do trabalho criativo antes e depois do MP3* (Tese de Doutorado). Escola de Administração, Economia e Contabilidade, Universidade de São Paulo. São Paulo.
- Reis, A. C. F. (Org.). (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.
- Serra, N. (2012). Economia criativa e políticas públicas: uma contribuição ao debate. In A. Zimmerman, & A. M. Dietrich (Orgs), *Novas abordagens de políticas públicas no Brasil* (pp. 209-226). Santo André: Ufabc/Proex.
- Serviço Estadual de Análise de Dados. (2014). *Pesquisa realizada no site*. Recuperado em 03 de agosto, 2014, de <http://www.seade.gov.br/>.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2008). *Creative economy: report 2008*. Recuperado em 20 de julho, 2014, de <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Statistics-on-world-trade-in-creative-products.aspx>.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2010). *Creative economy: report 2010*. Recuperado em 25 de julho, 2014, de <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Statistics-on-world-trade-in-creative-products.aspx>.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2004). *Creative industries and development*. Recuperado em 10 de julho, 2014, de [http://unctad.org/en/Docs/tdxibpd13\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/tdxibpd13_en.pdf).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2007). *Statistics on cultural industries: framework for the elaboration of national data capacity building projects*. Bangkok: Author.

## **CREATIVE ECONOMY: FROM CONCEPT DISCUSSING TO PUBLIC POLICIES FORMULATION**

### **ABSTRACT**

This article presents a brief outline of the concept of Creative Economy and its relation to the Economics of Innovation and Knowledge, highlighting the importance of public policies for the full development of the creative industries. It is a plural and still undefined concept, despite the numerous efforts of authors to define its borders. It is also a theoretical challenge to mainstream economics, for its difficulties in dealing with cultural activities, especially generators of intangible assets, and escape the logic of scarcity. Public policies to stimulate these sectors have been successful in promoting development, particularly in the generation of employment and income in activities considered attractive, especially for young people. But gaps still persist in articulating policies to promote creative economy with other economics, besides its own understanding of its potential by the government.

**Keywords:** Economics of knowledge; Creative economy; Cultural economy; Public policies.

---

Data do recebimento do artigo: 23/09/2014

Data do aceite de publicação: 05/12/2014