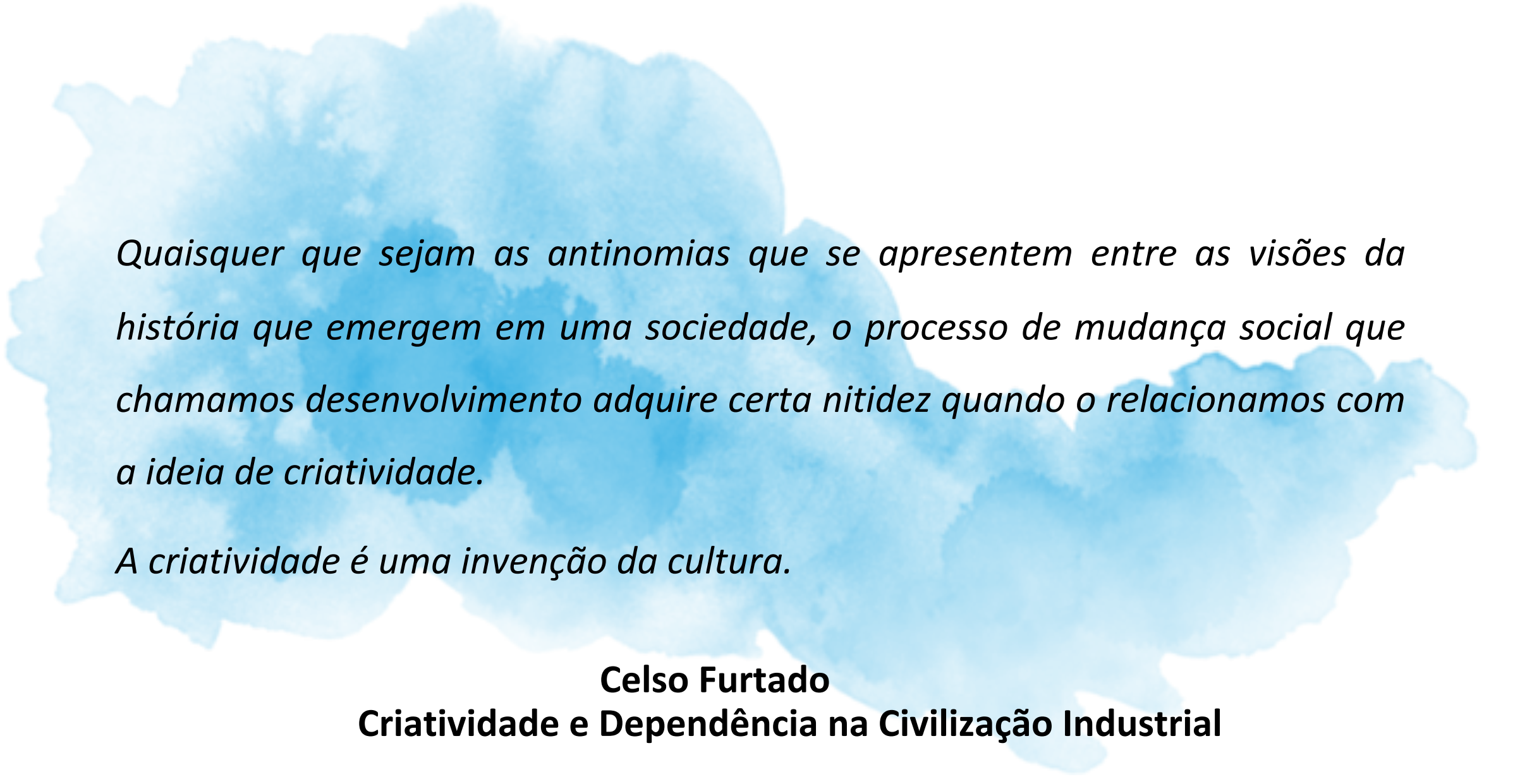




Cidades Criativas/ Economia Criativa: o crescimento do sustentável e a transformação do saber.

Áudia Leitão (dra.)
Universidade Estadual do Ceará
Diretora do Observatório de Fortaleza



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 ideia de criatividade.

A criatividade é uma invenção da cultura.

Celso Furtado
Criatividade e Dependência na Civilização Industrial

ERA DA CRIATIVIDADE



THE DREAM SOCIETY, ROLF JENSEN, 1998



O capitalismo estético e a era da criatividade

Para início de conversa...

Os significados da cultura para o capitalismo

O capitalismo moderno reconhece desde Max Weber a força da cultura (fatores imateriais) nos modos de organização da vida e do trabalho.

(Max Weber, A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo).

O avanço das tecnologias e sua apropriação pelo capitalismo: a Indústria Cultural

A reprodutibilidade técnica da obra de arte permite a construção de uma utopia global da cultura: criatividade e a tecnologia devem servir à vida em todas as suas dimensões. Mas, o progresso tecnológico também provocará a “morte da arte”, o surgimento de um empobrecimento estético do homem seguido por um mal estar cultural. O primeiro, fruto da mercantilização da cultura.

(Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer)

As sociedades do século XXI

Explosão/pulverização das identidades; multiplicação dos sistemas de significação e representação cultural; práticas sociais continuamente refeitas em função da interação e conexão descontinuada de comunidades e grupos no planeta (identificações compartilhadas de fluxos culturais apesar do distanciamento geográfico);

O consumo cultural passa a ser um **ato de comunicação**, uma experiência de recepção (resgate etimológico da estética- *aisthesis* – o que sinto com o outro) e não mais uma herança da tradição;

Novos meios de comunicação criam novas formas de ação e interação, novas formas de exercício do poder, novas formas de conhecer, novos vínculos entre produtos culturais e espaços em que são produzidos (oportunidade e desafio para a gestão cultural!).

Artes, cultura e ciência e tecnologia vão ampliando um repertório de símbolos, formas e signos que passam a “agregar valor” aos produtos. Matérias-primas perdem prestígio diante de bens e serviços criativos e inovadores (hegemonia das “imatérias primas”!): Estetização do Social - Michel Maffesoli.

Sociedades do capitalismo estético: rumo às sociedades criativas?

O capitalismo moderno não goza da melhor imagem: niilismo, precarização do trabalho, desemprego, desigualdades sociais, riqueza do mundo e empobrecimento da existência.

Lógicas produtivas do sistema capitalista pós-industrial mudaram: sistemas de produção, distribuição e consumo estão impregnados e remodelados por operações de natureza estética.

É a produção estética que define o capitalismo do hiperconsumo, o design, a publicidade, a decoração, o cinema, o show business... Tudo funciona para criar produtos sedutores que veiculam afetos e sensibilidade...

Capitalismo estético ou transestético: caracterizado pelo peso crescente dos mercados do *design process*: estilização dos bens e dos lugares comerciais, integração generalizada da arte, do look, e do afeto no universo consumista.

Capitalismo financeiro não exclui capitalismo artístico (as duas faces de Jano!).

Paradoxo: Quanto mais se impõe a exigência da racionalidade capitalista, mais ganham importância as dimensões criativas, intuitivas, emocionais dos bens e serviços.

Cultura e desenvolvimento: a Convenção da UNESCO



Advertências furtadianas...

O Brasil será marcado por toda uma gama de sistemas de símbolos importados que com frequência ressecam nossas raízes culturais com a produção de bens que buscam a uniformização dos padrões de comportamento, base da criação de grandes mercados.

As consequências nefastas dos modelos de desenvolvimento do século XX para o Brasil do século XXI serão: a concentração de renda e de riqueza, a sonegação dos direitos sociais, a precarização do mundo do trabalho e a subalternidade da inserção internacional.

(Celso Furtado, Criatividade e Dependência na Civilização Industrial)

Cultura e Desenvolvimento: os discursos das organizações internacionais

Cultura passa a ser percebida como matriz dinâmica dos sentimentos e percepções comunitárias; protagonistas passam a solicitar subsídios para a preservação de suas expressões culturais; a diversidade cultural passa a ser reconhecida como estratégia do desenvolvimento;

Desenvolvimento | não deve ser reduzido às obras de infraestrutura (saneamento, estradas, habitação) nem através da capacidade de industrialização ou de modernização das cidades, mas deve refletir o protagonismo e do significado que essas comunidades emprestam a estas intervenções;

Impasses e assimetrias da Economia Criativa na América Latina

A expansão econômica e da mídia propiciada pela hegemonia econômica de determinados países não beneficia equitativamente a todos os países nem regiões; A América Latina não consegue se converter numa economia mundial de escala com capacidade exportadora;

A assimetria da globalização gera desequilíbrios no acesso à comunicação, à informação, à cultura, à ciência e tecnologia e ao entretenimento;

A hegemonia das indústrias (especialmente as culturais) representadas pelas redes de telecomunicações, induzem ao consumo de produtos culturais de má qualidade e sem nenhum compromisso com processos educativos.

Preâmbulo da Convenção da Unesco sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais

(ratificado pelo Brasil por meio do Decreto Legislativo 485/2006)

Destacando a necessidade de incorporar a cultura como elemento estratégico das políticas de desenvolvimento nacionais e internacionais, bem como da cooperação internacional para o desenvolvimento, e tendo igualmente em conta a Declaração do Milênio das Nações Unidas(2000), com sua ênfase na erradicação da pobreza,

Reconhecendo a necessidade de adotar medidas para proteger a diversidade nas situações em que expressões culturais possam estar ameaçadas de extinção ou de grave deterioração,

Enfatizando a importância da cultura para a coesão social em geral, e, em particular, o seu potencial para a melhoria da condição da mulher e de seu papel na sociedade ...

- ... *Sublinhando o papel essencial da interação e da criatividade culturais, que nutrem e renovam as expressões culturais, e fortalecem o papel desempenhado por aqueles que participam no desenvolvimento da cultura para o progresso da sociedade como um todo,*
- Reconhecendo a importância dos direitos da propriedade intelectual para a manutenção das pessoas que participam da criatividade cultural,
- Convencida de que as atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial,
- Constatando que os processos de globalização, facilitado pela rápida evolução das tecnologias de comunicação e informação, apesar de proporcionarem condições inéditas para que se intensifique a interação entre culturas, constituem também um desafio para a diversidade cultural, especialmente no que diz respeito aos riscos de desequilíbrios entre países ricos e pobres”...

Os Relatórios de Economia
Criativa da UNESCO
2008/2010/2013

Primeiros significados da Economia Criativa- UNESCO

- Compreende **ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como fatores primários;**
- Forma um **conjunto de atividades baseadas em conhecimento, não limitadas às artes, potencialmente geradoras de renda por comércio e direitos de propriedade intelectual;**
- **Envolve produtos e serviços intelectuais ou artísticos com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado.** A economia criativa é um conceito em evolução, baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico;
- Pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que **promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;**
- Abraça **aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;**
- É uma opção de desenvolvimento viável que **demandam respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial;**

- **VIII. Políticas para a economia criativa** precisam responder não somente às necessidades econômicas, mas também às demandas especiais das comunidades locais, relacionadas à educação, identidade cultural, desigualdades sociais e questões ambientais. Um número cada vez maior de municípios em todo o mundo está empregando o conceito de cidades criativas para formular estratégias de desenvolvimento urbano a fim de revigorar o crescimento com foco em atividades culturais e criativas. Os principais princípios podem ser adaptados para as áreas rurais e comunidades menos favorecidas, como uma ferramenta de geração de empregos, especialmente para a juventude, fortalecimento das mulheres criativas e promoção da inclusão social de uma forma alinhada com o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.
- Dessa forma, os municípios estão agindo com mais rapidez e perspicácia do que as esferas de governos federais, que podem se tornar mais restritas por conta de burocracias e questões de poder. Idealmente, planos de ações de metas para a economia criativa devem ser moldados em todos os níveis, desde a esfera comunitária até a municipal e a federal, independentemente da ordem. Contudo, é importante reconciliar objetivos culturais e sociais com instrumentos de comércio, tecnologia e turismo.

Cases de Economia Criativa

- Na Argentina, os setores da economia criativa empregam cerca de 300 mil pessoas e representam 3,5% do PIB.
- Em Marrocos, o setor de editoração emprega 1,8% da força de trabalho, com um volume de negócios de mais de US\$ 370 milhões. O mercado de música superou os US\$ 54 milhões em 2009 e tem crescido desde então.
- Em Bangkok (Tailândia), existem mais de 20 mil empresas na indústria da moda, enquanto em toda a região, jovens estão ganhando a vida como designers de pequena escala.
- Na cidade de Pikine, em Senegal, a associação Africulturban criou a “Akademy Hip Hop”, que capacita jovens locais no em design gráfico e digital, produção de música e vídeo, gestão de promoção e marketing, aulas de DJ e inglês. O programa visa ajudar jovens profissionais da economia criativa a participar de forma mais efetiva nos mercados local e global que está em constante revolução artística e tecnológica.

- Em artigo para o Relatório, o prefeito de São Paulo, **Fernando Haddad**, defende a **transformação da cidade um hub econômico nas áreas de arte e cultura**. Ele fez referência ao potencial turístico da capital paulista, ao carnaval de rua e afirma ter interesse em tornar São Paulo num espaço mais atrativo para cineasta nacionais e internacionais. **“A cidadania cultural está na fundação da coexistência, e particularmente de um coexistência mais harmoniosa, e não o contrário. Esse é o caminho que São Paulo está tomando hoje, investindo todas suas forças na cultura e na cidadania”**, afirma no artigo.
- O Relatório chega a citar o cantor, compositor e ex-ministro da Cultura **Gilberto Gil** sobre seu ponto de vista acerca da cultura como eixo de desenvolvimento. **“As políticas culturais atualmente são vistas como um instrumento de emancipação, articulação global e liberdade humana no século XXI”**.

- Quando se refere ao Brasil, o estudo cita a criação da Secretaria da Economia Criativa, em 2012, e dos desafios enumerados pela primeira gestão do órgão. O relatório também diversas programas do Sebrae para fomentar esses segmentos.
- No quesito financiamento, o estudo fala sobre a Lei Rouanet e a possibilidade que ela abre para que indivíduos e corporações possam investir no setor cultural e sobre o BNDES. “O Banco Nacional de Desenvolvimento tem concedido empréstimos para as indústrias do audiovisual, música, mídia e video-games desde 2006”, diz o texto.
- O documento também utiliza a organização não governamental [Vídeo nas Aldeias](#), que promove oficinas de cinema para comunidades indígenas, como um dos exemplos de empoderamento de indivíduos e grupos sociais que a economia criativa tem impulsionado.

Depoimentos de autoridades internacionais

- *Enquanto cria vagas de emprego, a economia criativa contribui para o bem-estar das comunidades, autoestima dos indivíduos e a qualidade de vida, alcançando assim o desenvolvimento inclusivo e sustentável. **Num momento em que o mundo está a formulando uma nova agenda de desenvolvimento global pós-2015, devemos reconhecer a importância e o poder dos setores culturais e criativos como motores desse desenvolvimento.***

(Irina Bokova, ex-diretora-geral da UNESCO).

- ***A cultura capacita pessoas a tomar posse de seu próprio desenvolvimento e estimula a inovação e a criatividade que podem impulsionar o crescimento inclusivo e sustentável.***

(Helen Clark, ex-gestora do PNUD).

A chancela de Cidades Criativas da UNESCO



Rede Cidades Criativas da UNESCO - UCCN



Criada em 2004 para promover a **cooperação entre cidades** que identifiquem a criatividade como fator estratégico para um desenvolvimento urbano sustentável.

Atualmente formam a Rede **180 cidades de 72 países** que trabalham juntas para um **objetivo comum**:

Posicionar a criatividade e as indústrias culturais no centro de seus planos de desenvolvimento local e cooperar ativamente com as demais cidades da Rede

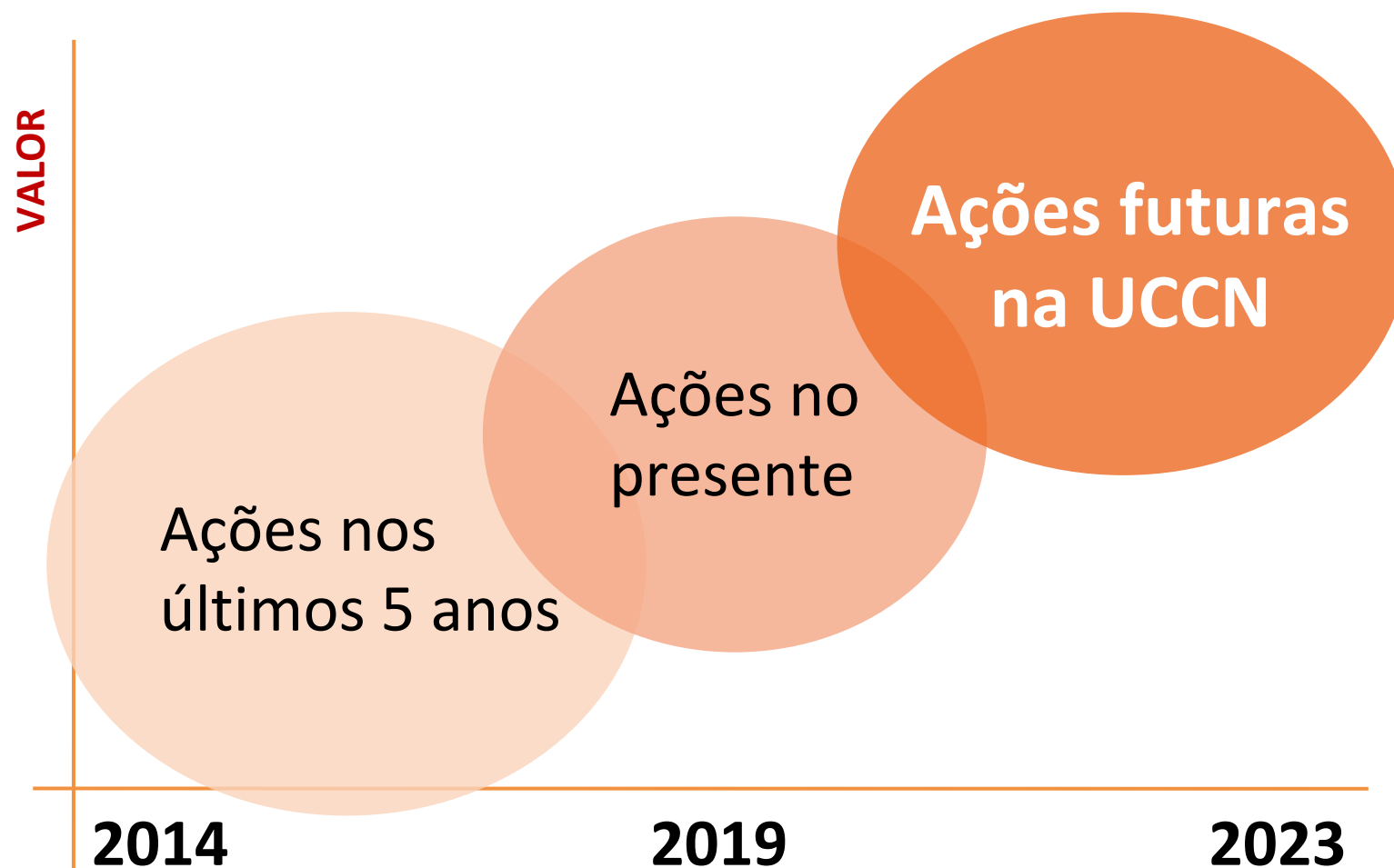
Benefícios da chancela

Acesso privilegiado as melhores práticas das outras cidades da Rede, propiciando o desenvolvimento de projetos em parcerias;

Incremento da autoestima da população criativa local, induzindo ações transversais e colaborativas com outros segmentos da economia criativa, criando assim uma **dinâmica virtuosa de crescimento**;

Incremento da visibilidade internacional com impactos sobre o turismo.

Processo de Análise do Dossiê da UNESCO



Cidades criativas brasileiras



Oito cidades brasileiras fazem parte da Rede Mundial de Cidades Criativas:

Belém (Gastronomia)

Paraty (Gastronomia)

Florianópolis (Gastronomia)

Salvador (Música)

João Pessoa (Artesanato)

Santos (Audiovisual)

Curitiba (Design)

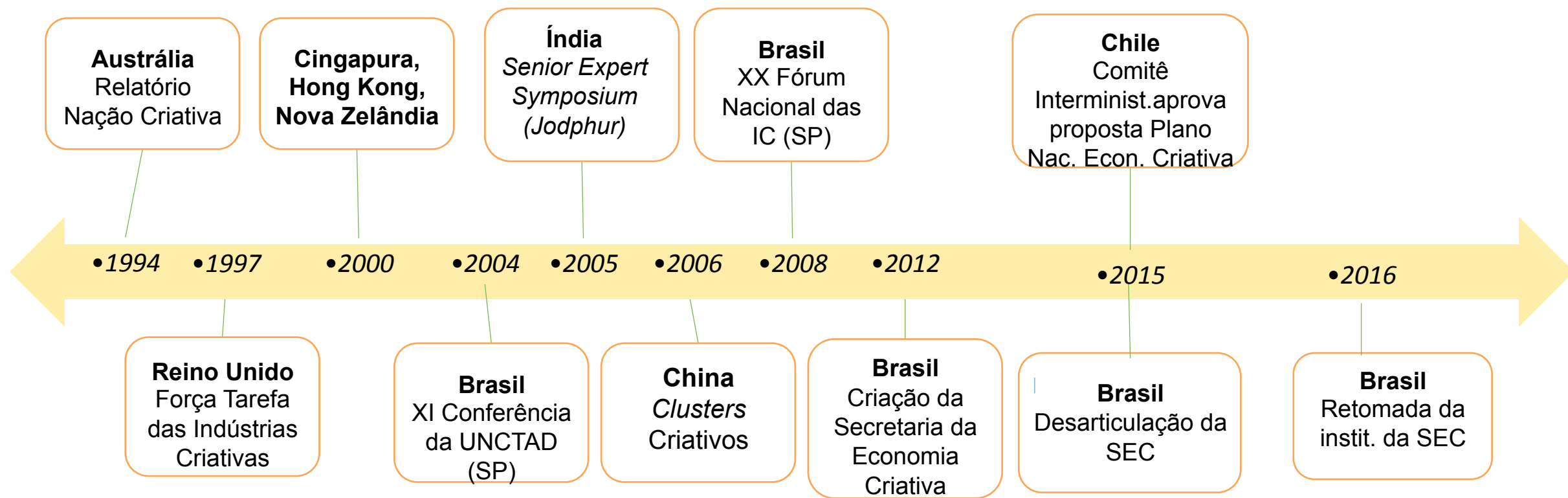
Brasília (Design)

A Economia Criativa como
Eixo de Desenvolvimento
dos países



Política cultural é também uma política econômica. Cultura gera riqueza[...] Cultura emprega [...] **Cultura agrega valor, é uma contribuição essencial para a inovação. É um símbolo de nossa indústria. O nível da nossa criatividade determina substancialmente a nossa capacidade de adaptação a novos imperativos econômicos.** É uma exportação valiosa em si mesma e um acompanhamento essencial para a exportação de outras mercadorias. Atrai turistas e estudantes. É essencial para o nosso sucesso econômico.

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



**A Secretaria da
Economia Criativa
SEC/MinC (2011-2013)**



Economia Criativa

Refere-se aos ciclos de criação, produção, distribuição ou circulação, consumo e fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto (bem ou serviço) cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social.

(Secretaria Nacional da Economia Criativa, 2011)

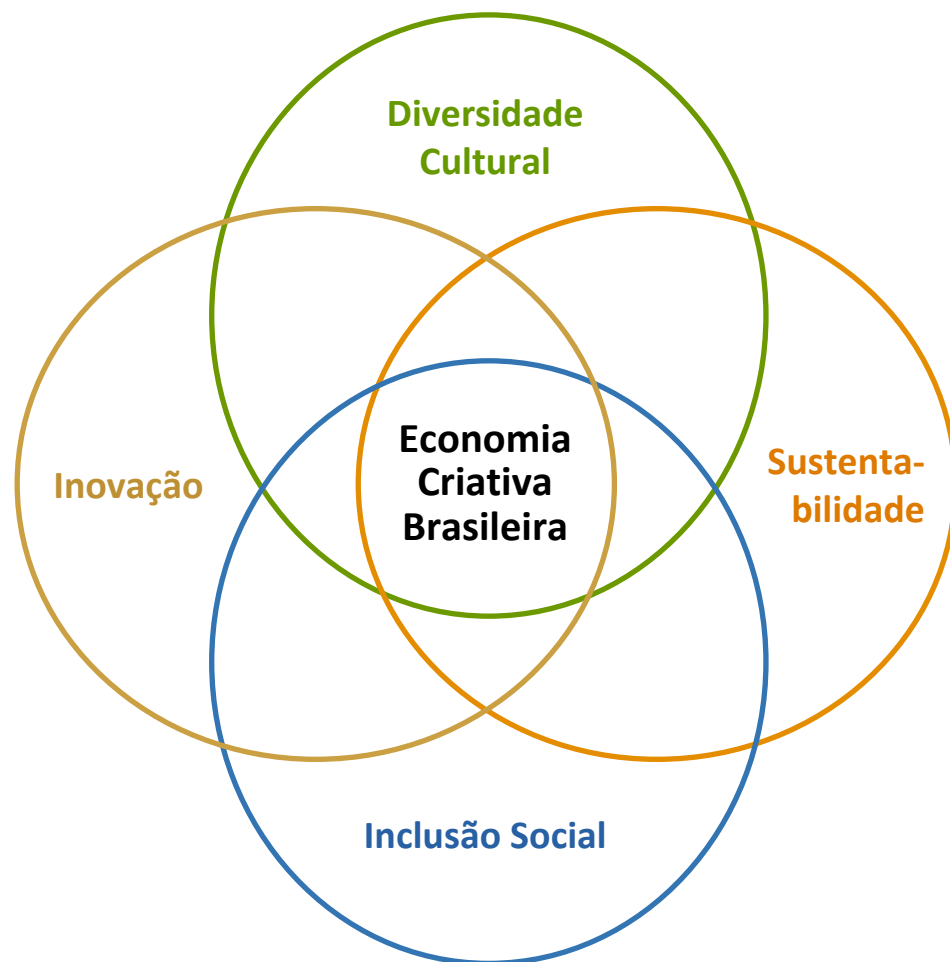


Desafios da Economia Criativa

- • 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 3. Desafios da Economia 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.



Princípios da Economia Criativa Brasileira



- **Diversidade Cultural** - Valorizar, proteger e promover a diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento.
- **Inovação** - Fomentar práticas de inovação em todas os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais.
- **Sustentabilidade** - Promover o desenvolvimento do território e de seus habitantes garantindo a sustentabilidade ambiental, social, cultural, econômica e política.
- **Inclusão social** - Garantir a inclusão integral de segmentos da população que se encontram em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e empreendimentos criativos.

Setores Criativos para a UNESCO

ATIVIDADES CULTURAIS NUCLEARES

PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL

- Museus
- Sítios históricos e arqueológicos
- Paisagens culturais
- Patrimônio natural
- Culturas tradicionais populares
- Culturas afro-brasileiras
- Culturas indígenas
- Artesanato
- Gastronomia
- Feiras, Festas e celebrações

ARTES DE ESPETÁCULO

- Teatro
- Dança
- Circo
- Música
- Ópera
- Musicais

ARTES VISUAIS

- Desenho
- Pintura
- Gravura
- (3D trabalhos em 3 dimensões) Escultura, Instalação, objeto, etc.
- Fotografia e filme (feitos por artistas), Vídeo Arte, Arte Sonora (som / espaço)
- Intervenções em espaços institucionais, urbanos ou naturais
- Performances

[voltar](#)

[fechar](#)

[avancar](#)

Setores Criativos para a UNESCO

INDÚSTRIAS CULTURAIS

AUDIOVISUAL E MÍDIAS INTERATIVAS

- Cinema e vídeo
- TV e rádio
- Animação
- Jogos eletrônicos
- Conteúdos digitais criativos (internet)

LITERATURA E MÍDIAS IMPRESSAS

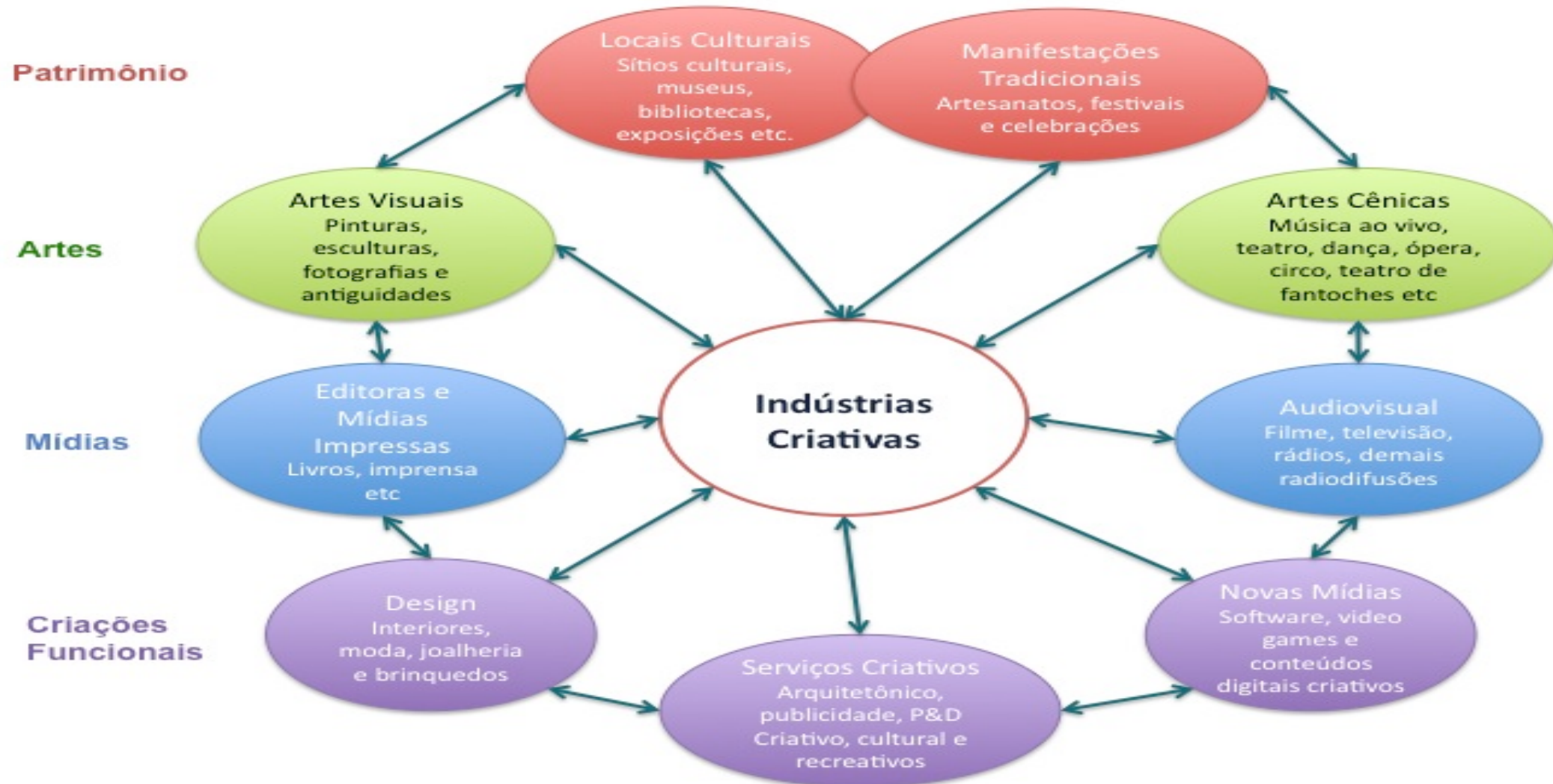
- Livros
- Periódicos (Jornais e revistas)
- Cordel
- Histórias em quadrinhos
- Partituras
- Outras publicações

MÚSICA E MÍDIAS INTERATIVAS

CRIAÇÕES FUNCIONAIS

- Produção cultural
- Moda
- Design gráfico
- Design de interiores
- Design de objetos
- Arquitetura

Setores Criativos - UNCTAD

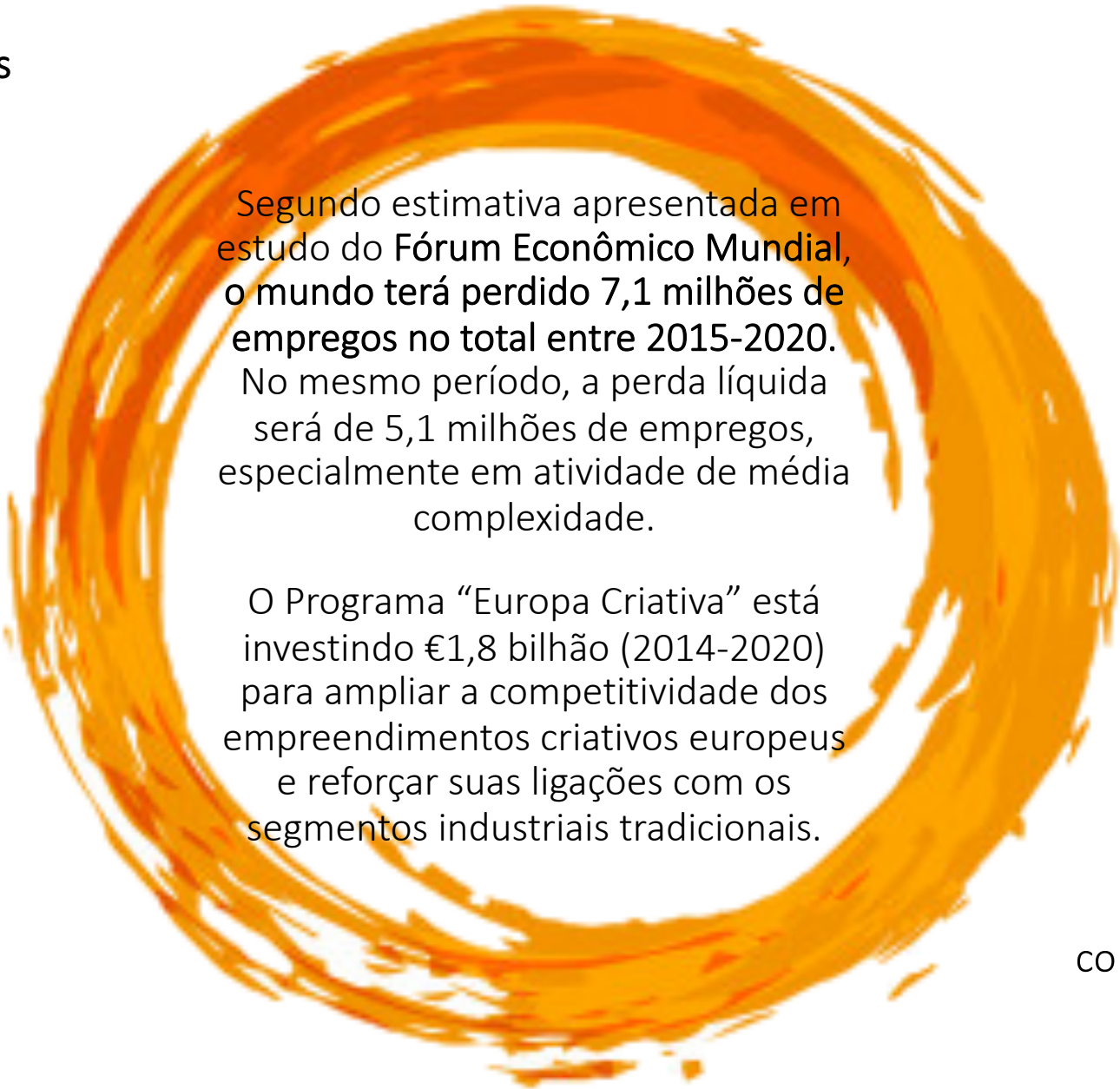




A Economia Criativa cresce, mesmo
em tempos de crise...



A Quarta Revolução Industrial é caracterizada pelo avanço das tecnologias e da inovação no cotidiano das populações.

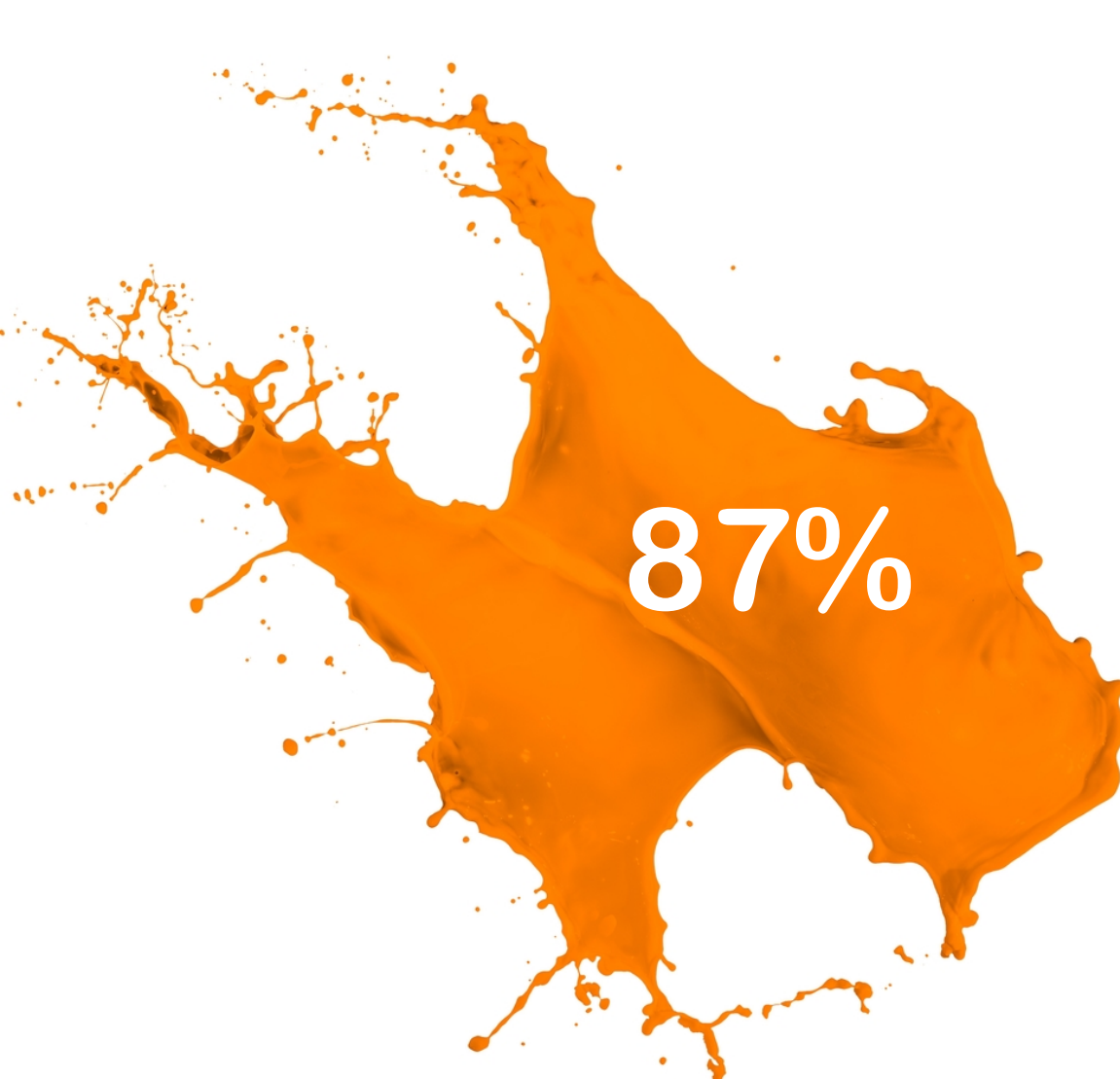


Segundo estimativa apresentada em estudo do Fórum Econômico Mundial, o mundo terá perdido 7,1 milhões de empregos no total entre 2015-2020.

No mesmo período, a perda líquida será de 5,1 milhões de empregos, especialmente em atividade de média complexidade.

O Programa “Europa Criativa” está investindo €1,8 bilhão (2014-2020) para ampliar a competitividade dos empreendimentos criativos europeus e reforçar suas ligações com os segmentos industriais tradicionais.

Um estudo da consultoria McKinsey também prevê substituição gradual de trabalho humano realizado por tecnologias. Segundo a consultoria, metade de todas as atividades laborais hoje existentes tem potencial para ser automatizada até 2030 por tecnologias já conhecidas.



87%

No entanto, as ocupações criativas têm pouco ou nenhum risco de serem substituídas pela automação. Apenas 35% das ocupações não criativas se manterão*

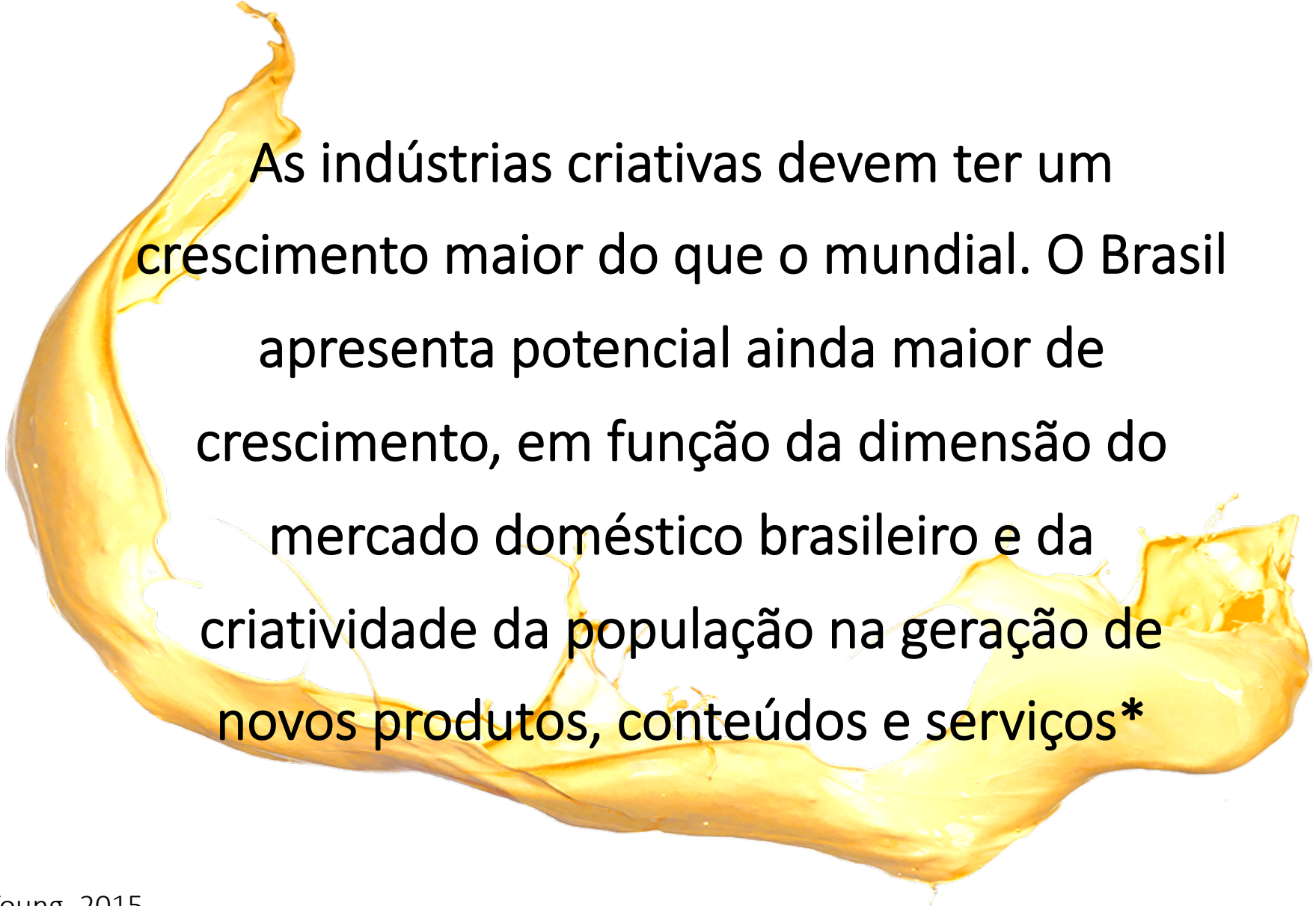
A conclusão sugere que os países que possuem uma significativa proporção de empregos criativos, no total de empregos, tendem a sofrer menos com a transição para o futuro da automação*



*Fonte: Estimativa do estudo da National Endowment for Science, Technology and the Arts, 2015.



A Economia Criativa
brasileira promete, apesar
da ausência de políticas
públicas...



As indústrias criativas devem ter um crescimento maior do que o mundial. O Brasil apresenta potencial ainda maior de crescimento, em função da dimensão do mercado doméstico brasileiro e da criatividade da população na geração de novos produtos, conteúdos e serviços*

A large, vibrant orange paint splash graphic on the left side of the slide, with the text 'US\$ 2,25 trilhões' centered within it.

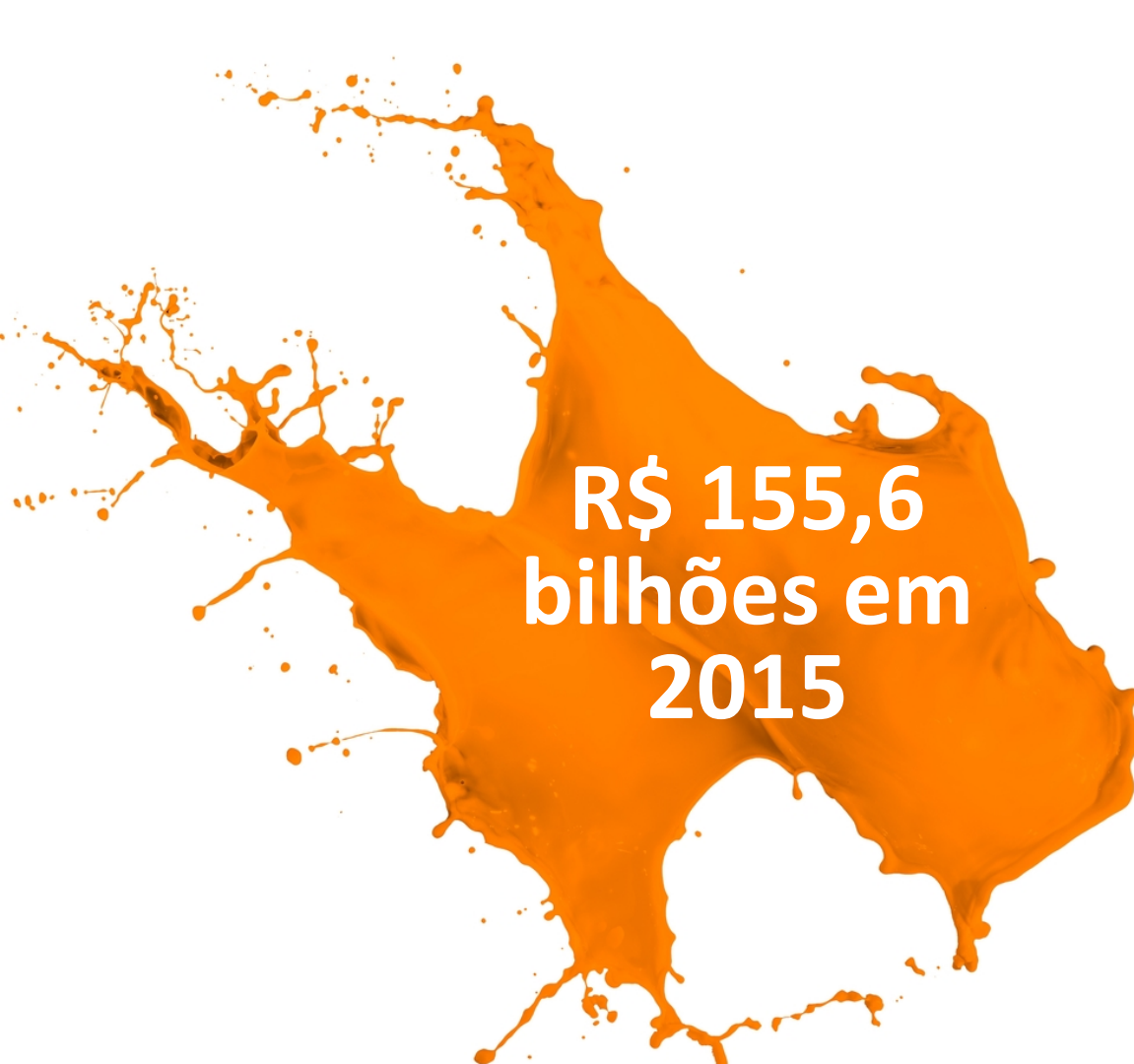
**US\$ 2,25
trilhões**

O valor de mercado das indústrias criativas e culturais no mundo representa 3% do PIB mundial*

29,5 milhões de pessoas trabalham em alguma dessas indústrias, o que equivale à cerca de 1% da população ativa no mundo*

A smaller orange paint splash graphic located in the bottom right corner of the slide.

*Fonte: Ernst & Young, 2015.



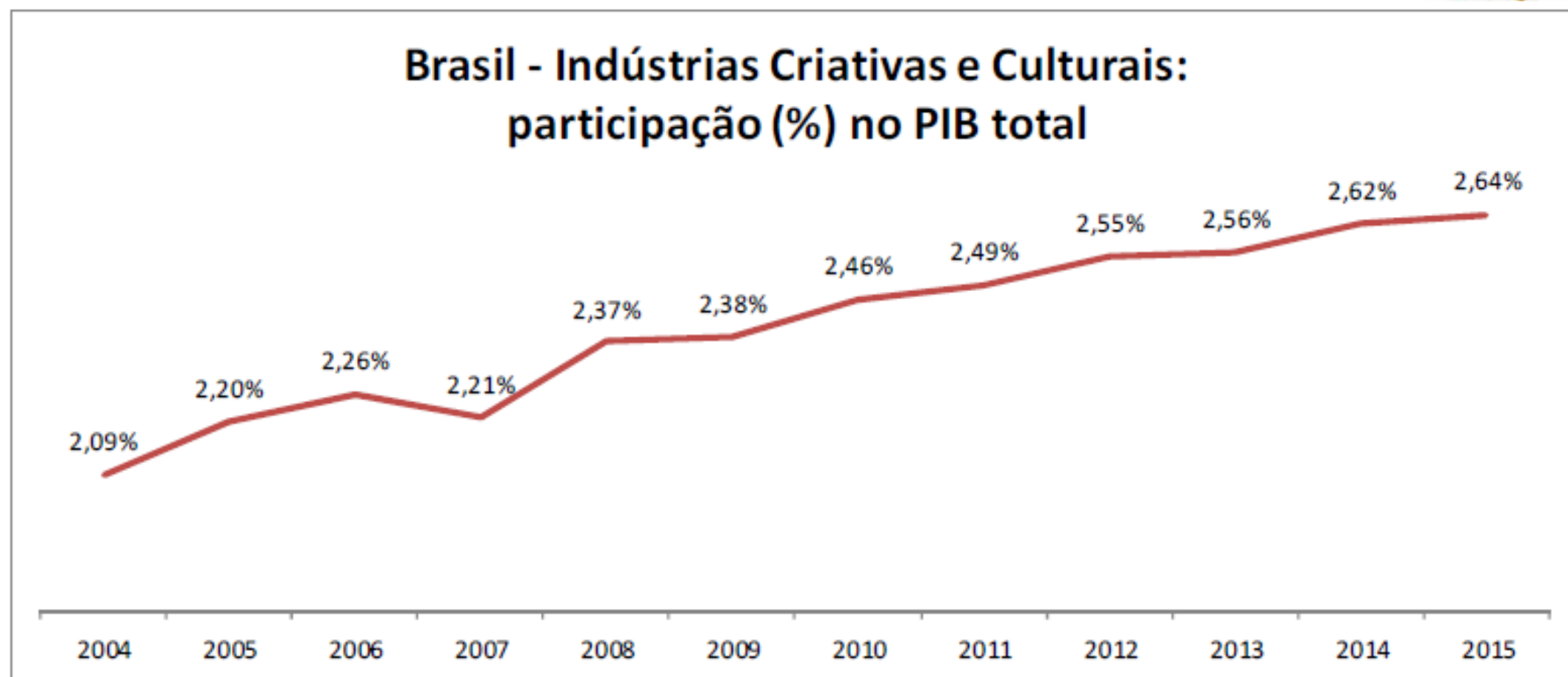
**R\$ 155,6
bilhões em
2015**

As indústrias criativas e culturais no Brasil representam 2,64% do PIB brasileiro*

Essas indústrias empregam 851,2 mil pessoas, ou 1,8% do total de empregos formais no Brasil*



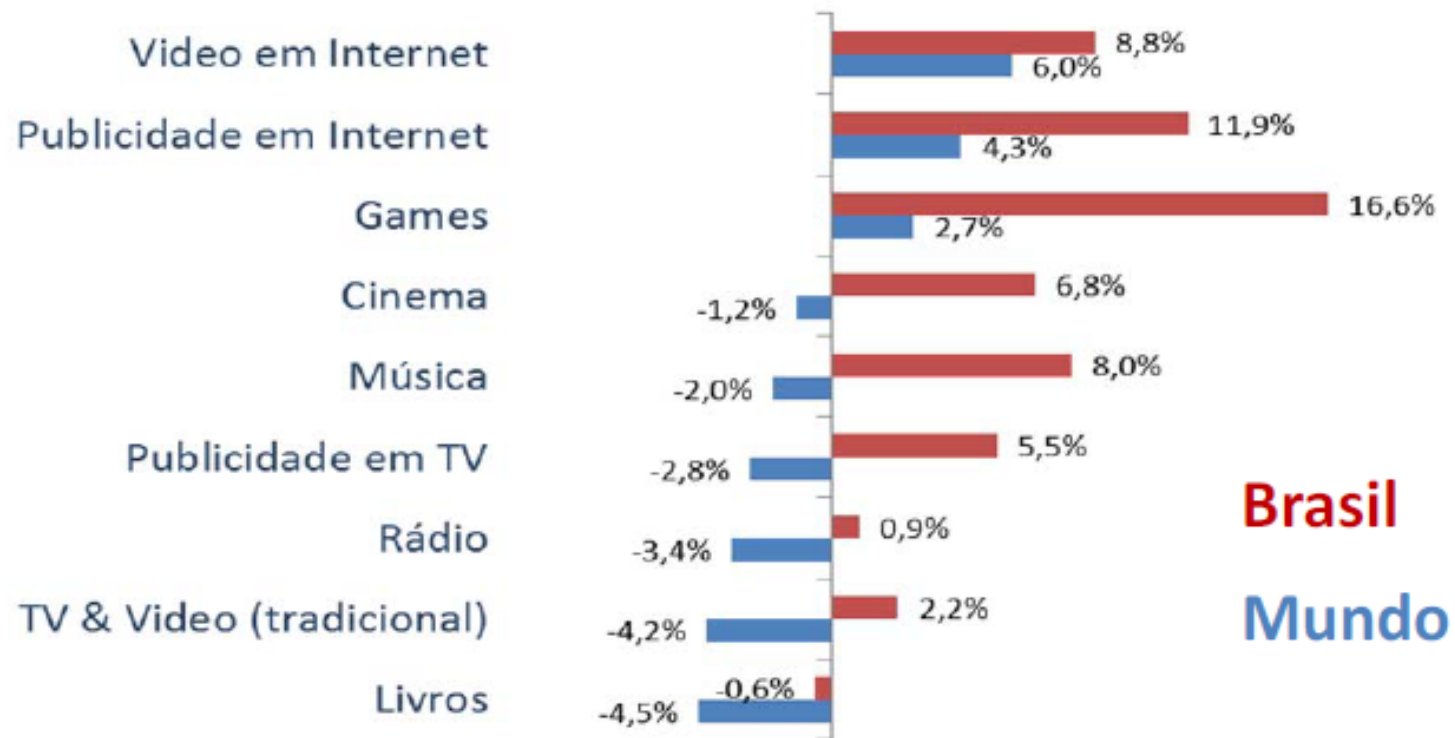
*Fonte: FIRJAN. Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, 2016.



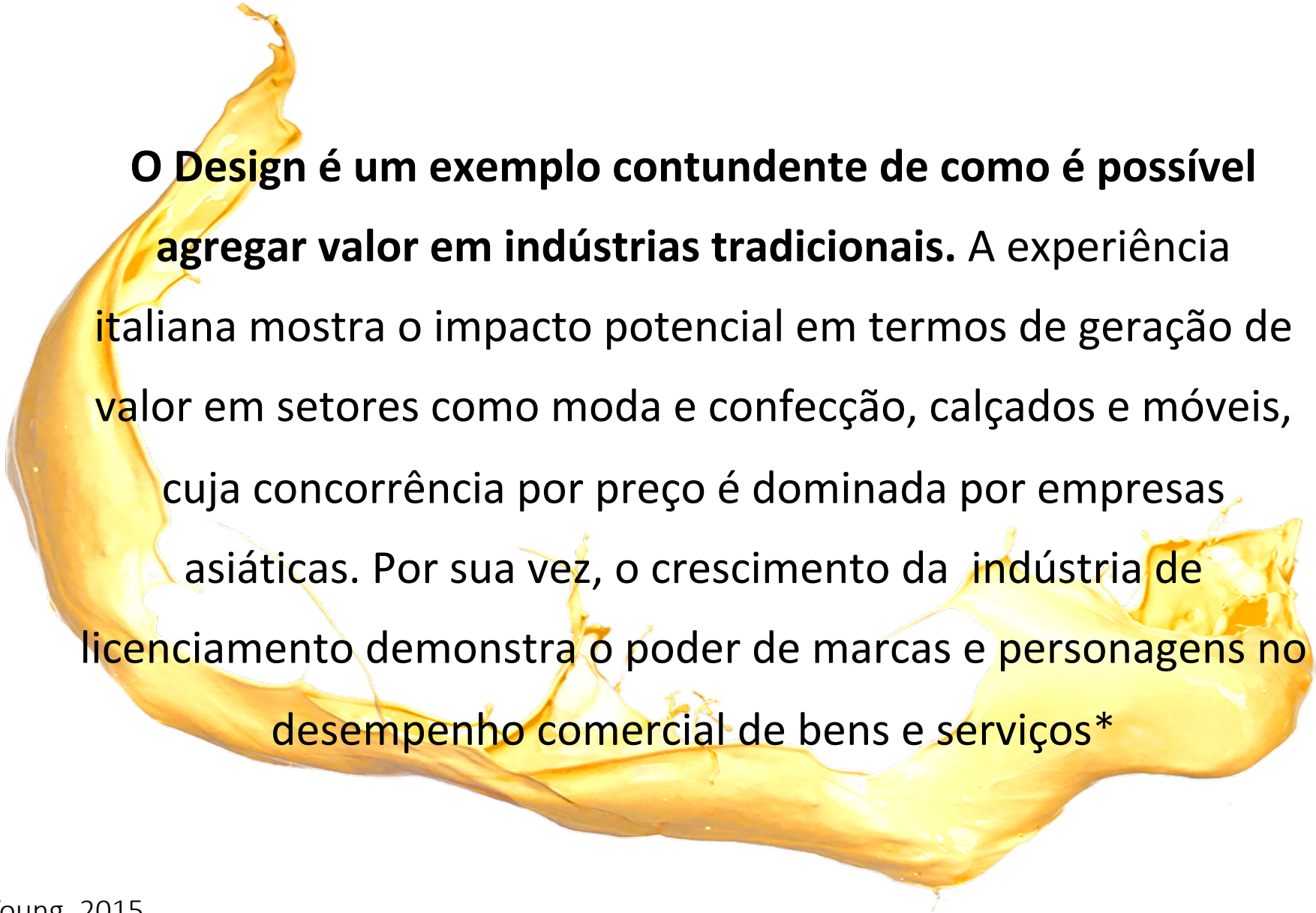
Fonte: FIRJAN. Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil. 2016.



Taxa de crescimento anual composta estimada para segmentos selecionados - 2016-2021 (CAGR acima do PIB)



Fonte: Global Entertainment and Media Outlook 2017-2021; PwC, Ovum.



**O Design é um exemplo contundente de como é possível
agregar valor em indústrias tradicionais.** A experiência
italiana mostra o impacto potencial em termos de geração de
valor em setores como moda e confecção, calçados e móveis,
cuja concorrência por preço é dominada por empresas
asiáticas. Por sua vez, o crescimento da indústria de
licenciamento demonstra o poder de marcas e personagens no
desempenho comercial de bens e serviços*

A UNCTAD (2010) argumenta que um dos aspectos sociais mais importantes das indústrias criativas e culturais está relacionado à sua capacidade de fomentar a inclusão social. Segundo a publicação, elas incluem atividades culturais que podem ser importantes na formação de elos colaborativos entre grupos de diferentes comunidades.



Por meio do fomento ao **empreendedorismo cultural**, comunidades que vivenciam situações de conflito podem

- se beneficiar de maior **coesão** e, assim, **reduzir** seus níveis de tensão social.

CONHECIMENTO

CRÉDITO

AGENDA
4 C's*

CAPACITAÇÃO

CRESCIMENTO

A dynamic splash of orange liquid, resembling paint or juice, moving from left to right across the top of the slide. The splash has a main body and several smaller droplets trailing behind it.

CONHECIMENTO

É fundamental para o desenvolvimento do pleno potencial das indústrias criativas e culturais e se estrutura em três eixos:

- I - a mensuração do impacto dos setores criativos em termos econômicos;
- II - a identificação de atores, competências e projetos para a realização de negócios;
- III - proposição de novas políticas públicas como parte essencial para um novo desenvolvimento.

A dynamic splash of orange liquid, resembling juice or paint, moving from left to right across the top of the slide. The word 'CRÉDITO' is written in white, bold, uppercase letters within the main body of the splash.

CRÉDITO

A oferta de crédito deverá observar condições mais adequadas às especificidades dos setores criativos. Os maiores desafios desses setores são:

- I - operar sem garantias reais;
- II - flexibilizar os limites de crédito (historicamente desenvolvidos para o financiamento de indústrias tradicionais e baseados nos ativos tangíveis das empresas);
- III – produzir planos de negócios com prazos adequados de carência e amortização.

A dynamic splash of orange liquid, possibly juice or paint, moving from left to right across the top of the slide. The splash has a main body and several smaller droplets trailing behind it.

CAPACITAÇÃO

A formação para os setores criativos deve se conectar com as necessidades de estruturação de um ambiente empreendedor.

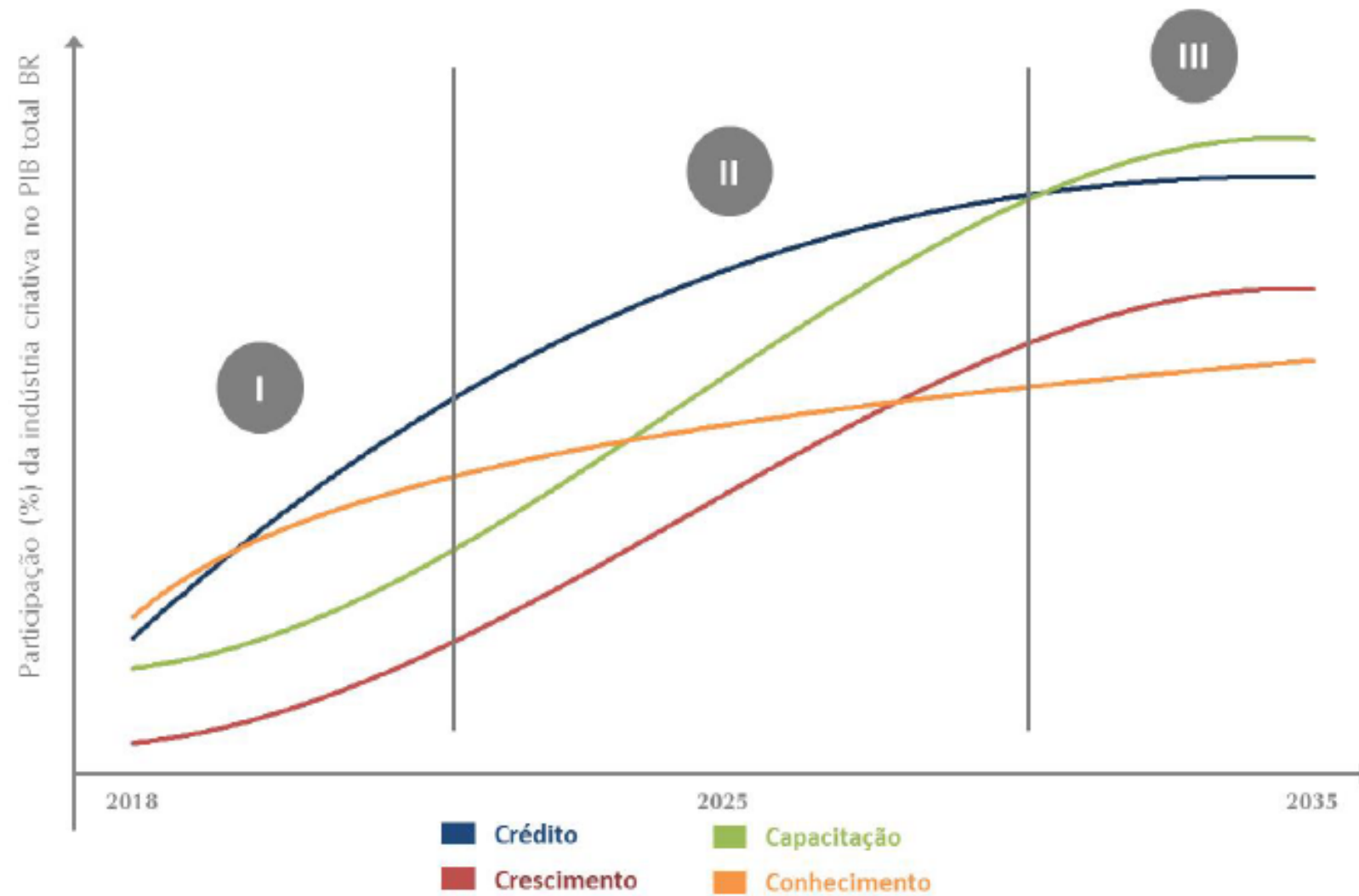
A convergência entre as necessidades técnicas das indústrias/empresas e a formação oferecida pelas escolas é ainda insatisfatória. Além da capacitação técnica, é preciso estimular o desenvolvimento de competências de gestão para os setores criativos. Como a base da indústria é de MPMEs, boa parte ainda carece de formação profissional.

A dynamic splash of orange liquid, resembling juice or paint, moving from left to right. The splash is composed of a main body and several smaller droplets trailing behind it. The word "CRESCIMENTO" is written in white, uppercase letters across the main body of the splash.

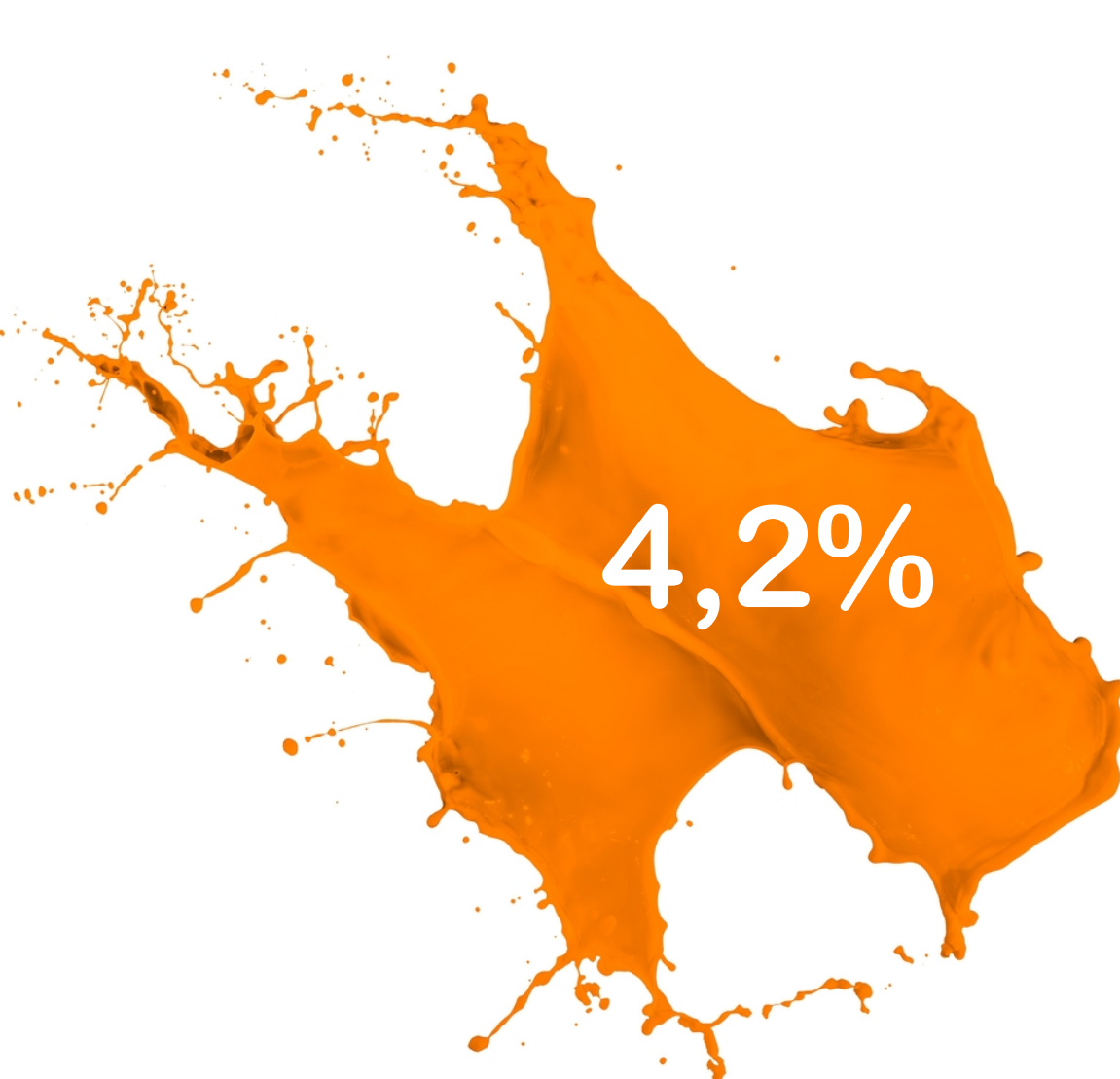
CRESCIMENTO

O Brasil é um país de dimensões continentais e a exploração de seu mercado doméstico é um ativo muito valorizado. Nas indústrias criativas e culturais, é preciso reconhecer que existe um grande potencial de ampliação da demanda de bens e serviços criativos.

“Agenda 4C”: contribuições para transformar a economia criativa brasileira



Fonte: BNDES, 2018.



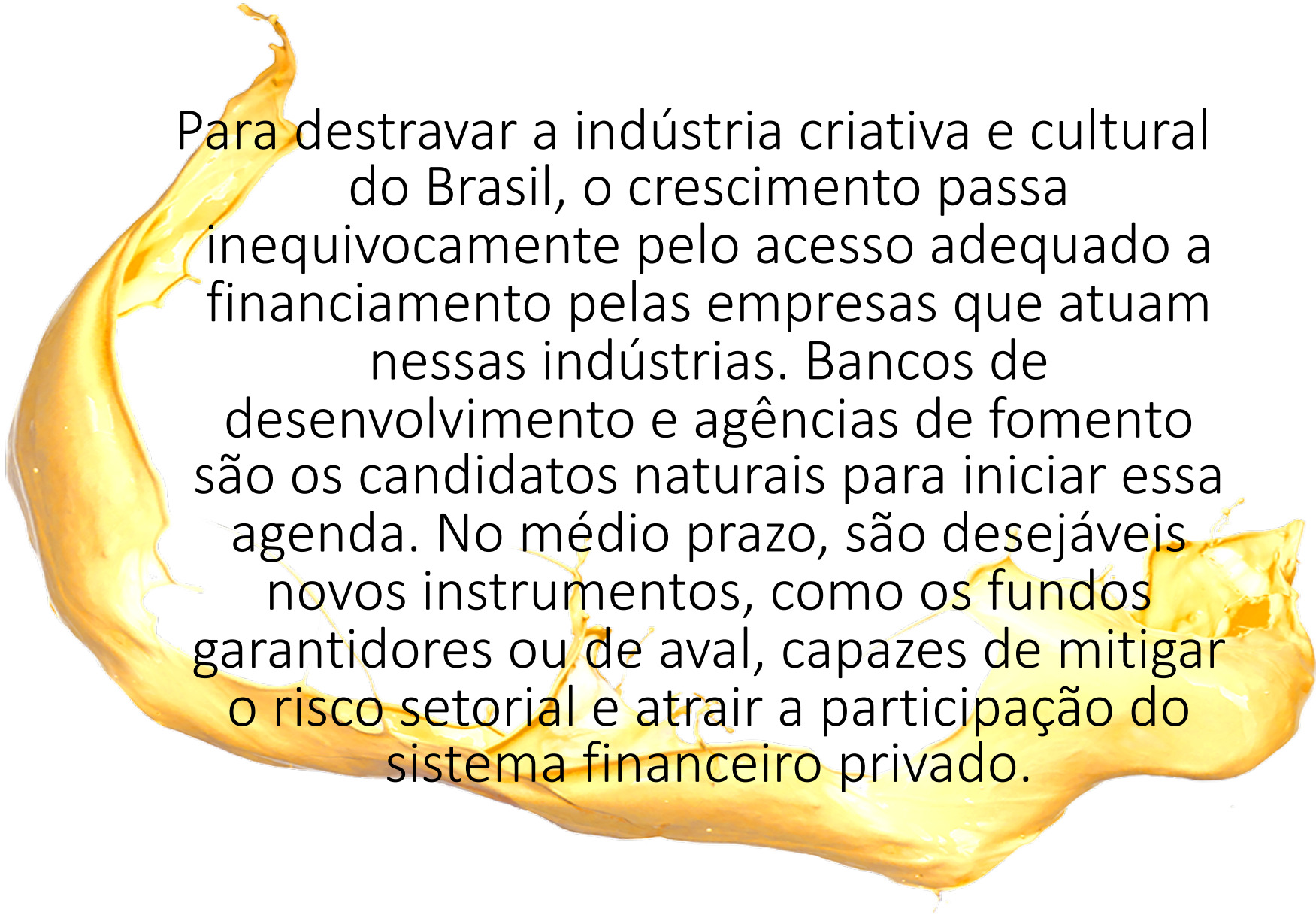
4,2%

será o crescimento anual da economia criativa até 2021, segundo estimativas consagradas mundialmente*

Nesse contexto, o Brasil se coloca no panorama mundial como país com alto potencial de desenvolvimento nos setores criativos, já que conta com inúmeras tecnologias sociais e grande diversidade cultural



*Fonte: BNDES, 2018.



Para destravar a indústria criativa e cultural do Brasil, o crescimento passa inequivocamente pelo acesso adequado a financiamento pelas empresas que atuam nessas indústrias. Bancos de desenvolvimento e agências de fomento são os candidatos naturais para iniciar essa agenda. No médio prazo, são desejáveis novos instrumentos, como os fundos garantidores ou de aval, capazes de mitigar o risco setorial e atrair a participação do sistema financeiro privado.

Diagnóstico dos
sistemas produtivos e
das redes de
empreendimentos
criativos no Brasil: a
Pesquisa Mercado
Brasil Criativo (Sebrae)

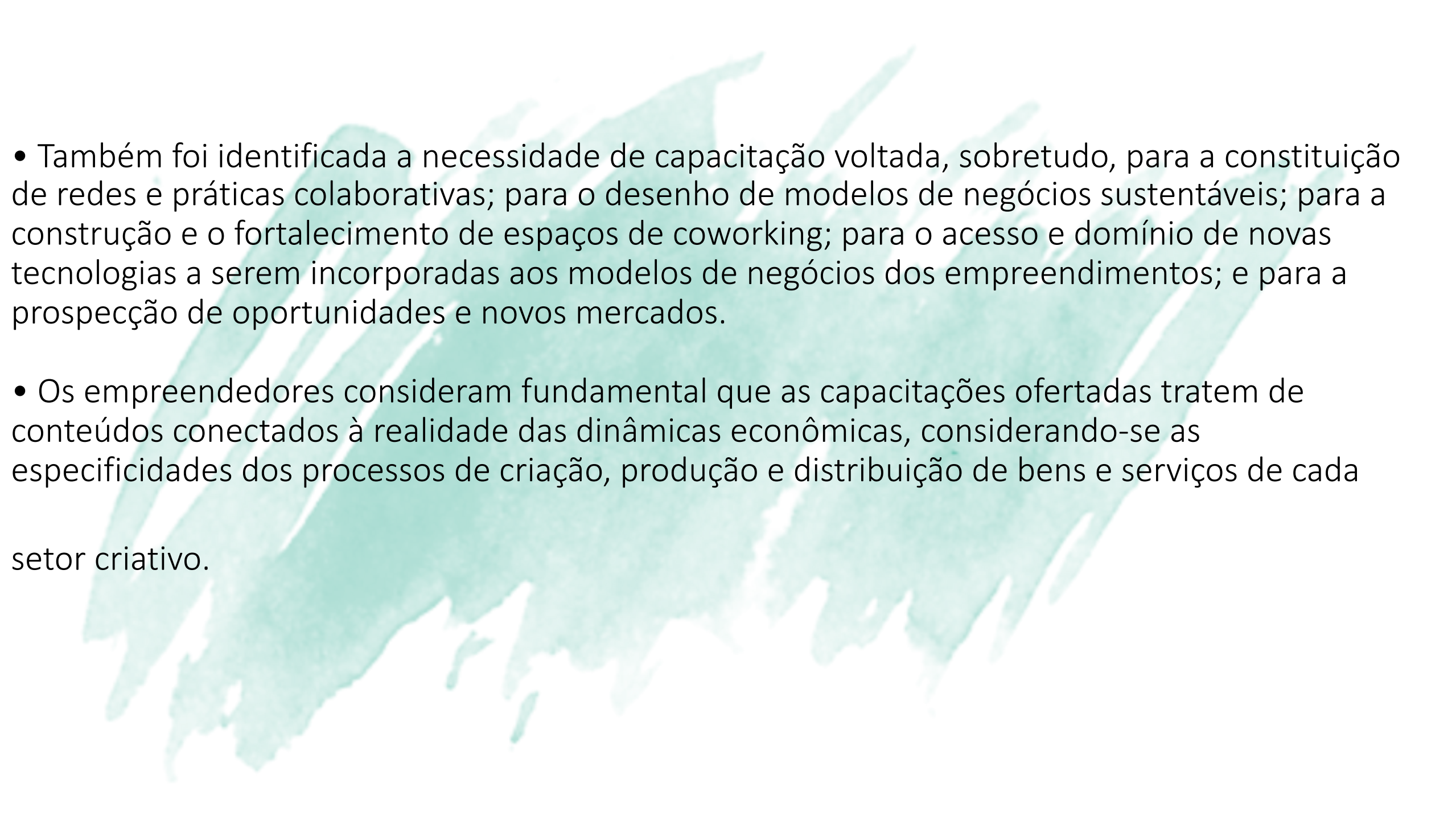


Quanto à diversidade cultural presente na produção cultural e criativa:

- A diversidade cultural gera produtos com alto valor agregado e elevado diferencial nos mercados doméstico e internacional.
- Apesar das dificuldades estruturais relacionadas ao desenvolvimento dos setores criativos, a pesquisa aponta para a criação, o fortalecimento e a ampliação de novos nichos e oportunidades de mercado.
- A junção e a integração das capacidades de produção simbólica com o incremento de processos inovadores se faz premente em todas as etapas do ciclo econômico (criação, produção, divulgação, comercialização e consumo) desses setores, com graus e intensidades diferentes de acordo com suas especificidades setoriais e com as diferenças estruturais identificadas em cada cidade ou território.
- Além do potencial dessa diversidade para o fortalecimento do tecido econômico-cultural das cidades, gerando oportunidades de negócios, trabalho e renda, vale destacar as externalidades positivas dos empreendimentos criativos relacionadas ao sentimento de pertença, ao fortalecimento da autoestima e das identidades locais e regionais, seu potencial para ampliar sociabilidades e neutralizar conflitos territoriais.

Quanto ao desenvolvimento organizacional dos negócios

- Os setores criativos analisados se constituem prioritariamente por micro e pequenas empresas, criadas por profissionais criativos que, em sua maioria, não tem formação voltada para gestão de negócios.
- Os empreendedores desenvolvem suas atividades empresariais de modo bastante intuitivo a partir de um conhecimento empírico, adquirido no cotidiano. Desse modo, técnicas e metodologias de planejamento; gestão de processos e projetos; pesquisas de mercado; gerenciamento de direitos autorais; utilização de mecanismos de captação de recurso; entre outros, quando ocorrem, se dão de modo pouco estruturado e assistemático.
- Observa-se um baixo grau de investimento na contratação de serviços de consultoria. A pesquisa revelou, então, a predominância de negócios criados e administrados sem uma gestão profissionalizada.
- Frente a esse quadro, a demanda por assessoramento e consultoria para formalização, estruturação e design de novos modelos de negócios; planejamento estratégico; e elaboração de planos de negócios e gestão nas áreas de finanças, pessoal, tecnologia da informação, administração e marketing apresenta-se de modo evidente entre os(as) empreendedores entrevistados.

- 
- A large, abstract teal brushstroke graphic that spans the width of the slide, serving as a background for the text.
- Também foi identificada a necessidade de capacitação voltada, sobretudo, para a constituição de redes e práticas colaborativas; para o desenho de modelos de negócios sustentáveis; para a construção e o fortalecimento de espaços de coworking; para o acesso e domínio de novas tecnologias a serem incorporadas aos modelos de negócios dos empreendimentos; e para a prospecção de oportunidades e novos mercados.
 - Os empreendedores consideram fundamental que as capacitações ofertadas tratem de conteúdos conectados à realidade das dinâmicas econômicas, considerando-se as especificidades dos processos de criação, produção e distribuição de bens e serviços de cada setor criativo.

Quanto às fontes de financiamento

- As dificuldades no acesso ao crédito constituem um problema que permeia todos os setores criativos pesquisados.
- Os depoimentos apontam o despreparo técnico para elaborar projetos e captar recursos, dificuldades intransponíveis para atender às garantias exigidas para a concessão de empréstimos, e a escassez de recursos para financiar projetos inovadores como grandes barreiras para lograr a autossustentabilidade dos negócios.
- Verifica-se uma forte dependência dos mecanismos públicos de financiamento sem reembolso, como é o caso dos provenientes de editais, das leis de incentivo fiscal e dos fundos públicos de apoio à cultura. Ainda assim, o acesso a estes recursos é restrito a um universo reduzido de artistas e produtores(as) culturais.
- Na visão dos empreendedores, as instituições financeiras não reconhecem o potencial econômico dos setores criativos e, por isso, não oferecem produtos e serviços financeiros compatíveis com as suas realidades.

- O poder público também impõe exigências burocráticas excessivas para o acesso aos editais e às chamadas públicas. Estes obstáculos são vistos como comprometedores das suas atividades e limitantes das alternativas de financiamento para o desenvolvimento e a gestão de projetos criativos.
- Essas restrições fazem com que muitos empreendedores recorram a expedientes de autofinanciamento ou de empréstimos pessoais, como modo de evitar os altos custos do crédito tradicional. No caso dos artistas e produtores culturais, fica evidente a dificuldade em superar a dependência dos mecanismos de fomento e de mecenato cultural.
- O microcrédito orientado oferecido pelo Banco do Brasil e pela Caixa Econômica Federal é apontado como uma das possíveis alternativas para fazer frente a essa situação, embora seja ainda pouco conhecida pela grande maioria dos empreendedores dos setores criativos.

Quanto às iniciativas de promoção

- Carência de promoção dos produtos criativos, necessidade de rodadas de negócios; promoção de feiras nacionais e internacionais; organização de visitas técnicas a centros econômicos e empresas de referência; e estímulo e apoio às experiências de incubação de negócios.
- Estas iniciativas são consideradas essenciais para criar sinergias entre os pequenos negócios criativos, para potencializar a comercialização de produtos e para fortalecer os empreendimentos. Os empreendedores acreditam que medidas dessa natureza podem estimular práticas de benchmarking, desenvolver parcerias e propiciar troca de informações e experiências.
- Como forma de incrementar essas trocas criativas e gerar conhecimentos, foi sugerida a criação ou o apoio à criação de plataformas eletrônicas. Estas plataformas poderiam ser disponibilizadas em formato de aplicativos para múltiplos suportes e contribuiriam, ainda, para a conexão e integração de empreendedores de cada setor, entre setores criativos, e entre estes e as indústrias tradicionais correlatas. Elas serviriam para promover o debate em torno de agendas setoriais, identificar oportunidades de negócios e promover produtos e serviços dos empreendedores criativos.

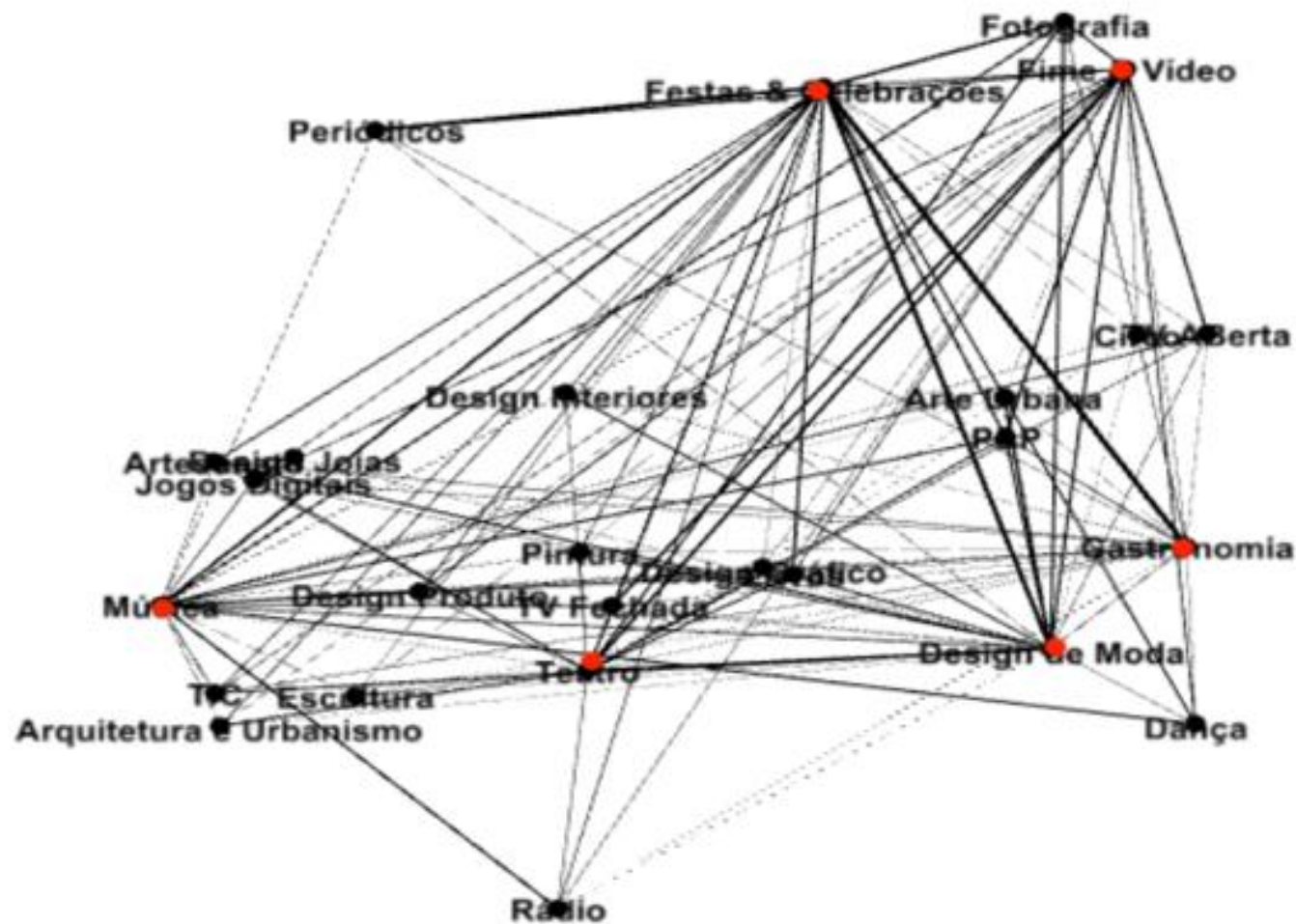
- A falta de articulação de setores criativos com as esferas responsáveis pelas políticas de apoio e fomento ao turismo também é vista como um fator que cerceia o acesso de turistas nacionais e estrangeiros à diversidade e à excelência de bens e serviços produzidos pelos setores criativos.
- A aproximação entre agentes públicos e privados poderia propiciar o mapeamento e a difusão de projetos e produtos, por meio de catálogos e de plataformas digitais , como já citado, apoiando polos de desenvolvimento e ampliando circuitos criativos com forte apelo de consumo.
- Os entrevistados também identificaram a necessidade de uma maior aproximação desse universo com a Apex-Brasil e com órgãos públicos que atuam nas áreas de planejamento e do desenvolvimento econômico.

Quanto ao fomento à formação de redes

- As redes de profissionais e empreendimentos se constituem de modo intuitivo e pontual em função de projetos e ações específicas. As atividades econômicas acabam se desenvolvendo a partir de redes de confiança, construídas de modo espontâneo em função das relações cotidianas.
- É clara a necessidade de espaços (físicos e virtuais) de convergência e de encontro efetivos para a constituição de novas redes, a identificação de oportunidades e o desenvolvimento dos negócios.
- Ao contrário do que se pensa, as redes sociais, apesar de serem muito utilizadas, funcionam muito mais como espaço de divulgação de trabalhos e projetos, do que como espaços efetivos de colaboração produtiva, ainda que sejam usadas por grupos que já desenvolvem um trabalho sistemático em outros campos e espaços de discussão.
- Na percepção dos empreendedores, as entidades representativas dos setores estudados pouco contribuem ou simplesmente não contribuem para formular políticas de desenvolvimento e fortalecimento dos segmentos criativos.
- Desse modo, urge a necessidade de reformulação da atuação destas entidades representativas e das suas relações com seus/suas associados no sentido de cumprir com o seu papel como interlocutoras fundamentais, junto aos parceiros efetivos e potenciais das redes e sistemas produtivos dos quais fazem parte, desenvolvendo e fortalecendo os setores que representam.

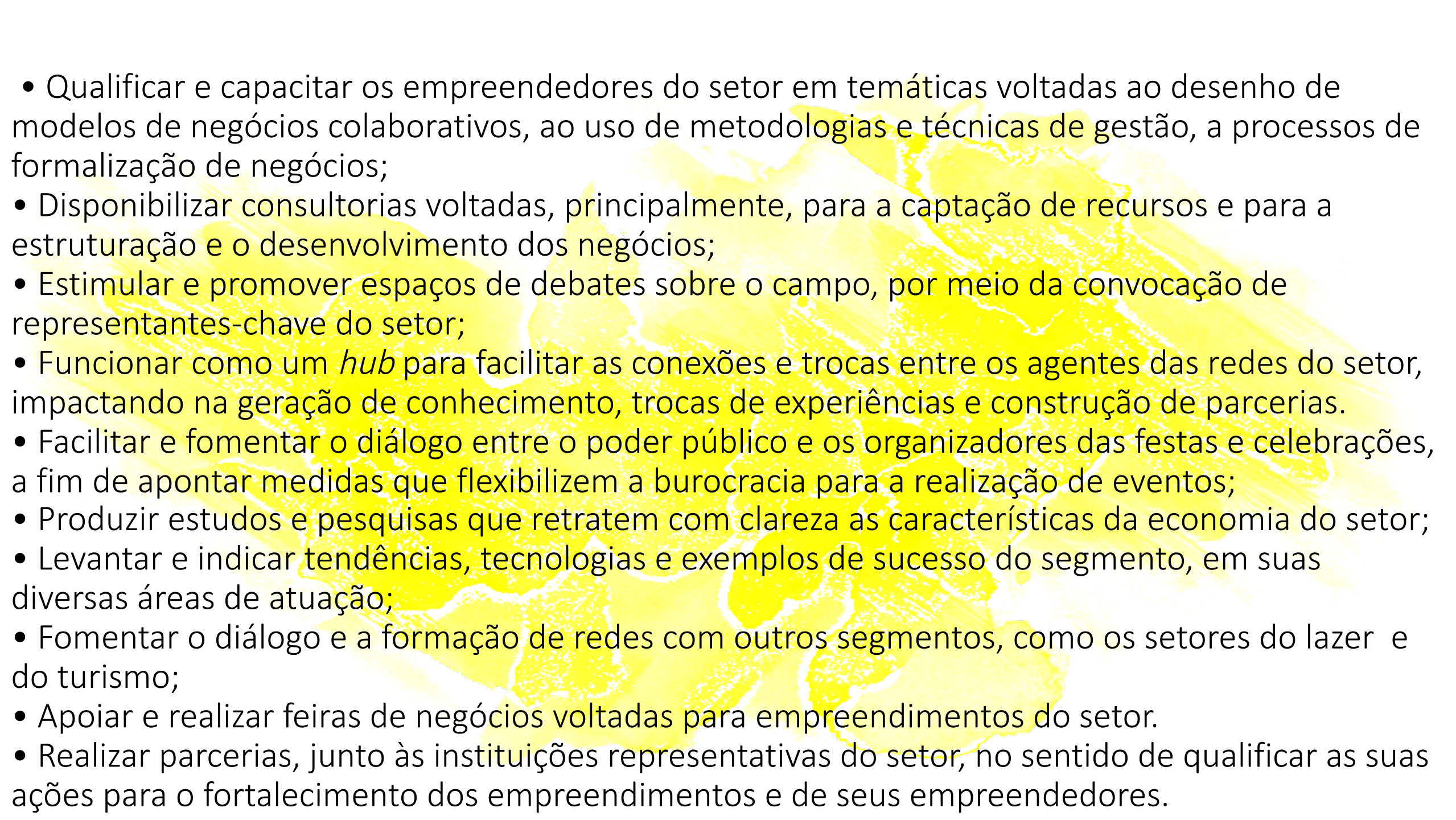
- Constitui demanda a criação de canais que aproximem os empresários) das universidades, seja por meio da extensão universitária (cursos livres, incubação, parques/núcleos tecnológicos, etc.) ou da pós-graduação, no sentido de criar sinergias e espaços para a geração de conhecimento voltado para o desenvolvimento dos negócios criativos articulados em rede.
- Ainda que haja uma ampla rede de instituições públicas e privadas que desenvolvem ações para fomentar e fortalecer MPE(s) dos setores criativos, os programas e projetos oferecidos para esse público são pouco conhecidos ou não se adequam às reais necessidades dos empreendedores, contemplando um número pouco significativo de negócios que poderiam ser beneficiados.
- É evidente a necessidade de uma integração institucional efetiva e articulada em rede, com a finalidade de apoiar e promover os pequenos negócios criativos, potencializando complementaridades e otimizando esforços e recursos voltados a esses setores.

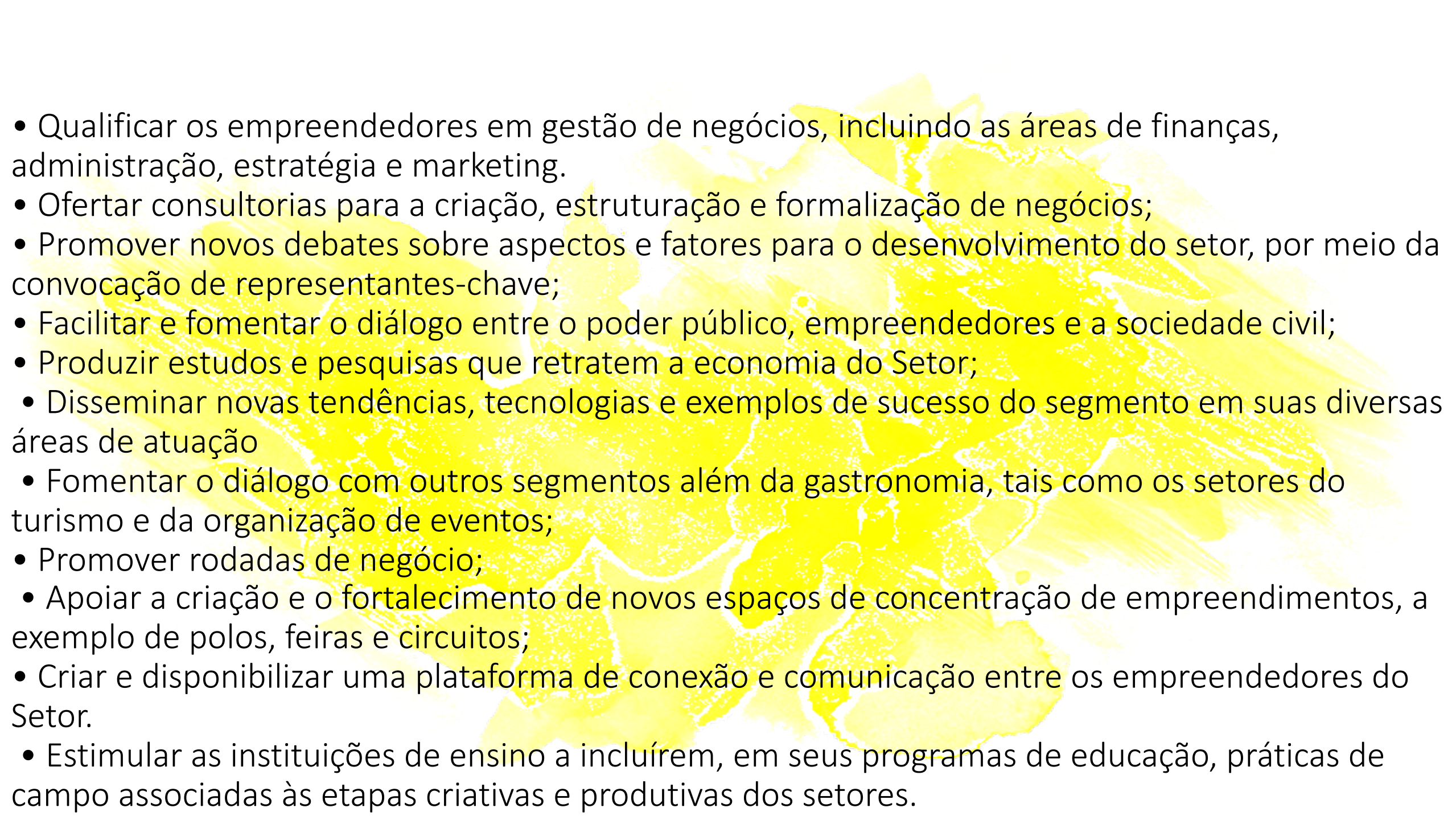
Conexões estabelecidas entre os setores criativos na cidade do Rio de Janeiro (GUILHERME, 2018)



O que querem os
empreendedores
criativos?



- 
- Qualificar e capacitar os empreendedores do setor em temáticas voltadas ao desenho de modelos de negócios colaborativos, ao uso de metodologias e técnicas de gestão, a processos de formalização de negócios;
 - Disponibilizar consultorias voltadas, principalmente, para a captação de recursos e para a estruturação e o desenvolvimento dos negócios;
 - Estimular e promover espaços de debates sobre o campo, por meio da convocação de representantes-chave do setor;
 - Funcionar como um *hub* para facilitar as conexões e trocas entre os agentes das redes do setor, impactando na geração de conhecimento, trocas de experiências e construção de parcerias.
 - Facilitar e fomentar o diálogo entre o poder público e os organizadores das festas e celebrações, a fim de apontar medidas que flexibilizem a burocracia para a realização de eventos;
 - Produzir estudos e pesquisas que retratem com clareza as características da economia do setor;
 - Levantar e indicar tendências, tecnologias e exemplos de sucesso do segmento, em suas diversas áreas de atuação;
 - Fomentar o diálogo e a formação de redes com outros segmentos, como os setores do lazer e do turismo;
 - Apoiar e realizar feiras de negócios voltadas para empreendimentos do setor.
 - Realizar parcerias, junto às instituições representativas do setor, no sentido de qualificar as suas ações para o fortalecimento dos empreendimentos e de seus empreendedores.

- 
- A vibrant yellow watercolor splash or paint blot background, centered behind the text. The splash has irregular, feathered edges and varying shades of yellow, creating a dynamic and artistic feel.
- Qualificar os empreendedores em gestão de negócios, incluindo as áreas de finanças, administração, estratégia e marketing.
 - Ofertar consultorias para a criação, estruturação e formalização de negócios;
 - Promover novos debates sobre aspectos e fatores para o desenvolvimento do setor, por meio da convocação de representantes-chave;
 - Facilitar e fomentar o diálogo entre o poder público, empreendedores e a sociedade civil;
 - Produzir estudos e pesquisas que retratem a economia do Setor;
 - Disseminar novas tendências, tecnologias e exemplos de sucesso do segmento em suas diversas áreas de atuação
 - Fomentar o diálogo com outros segmentos além da gastronomia, tais como os setores do turismo e da organização de eventos;
 - Promover rodadas de negócio;
 - Apoiar a criação e o fortalecimento de novos espaços de concentração de empreendimentos, a exemplo de polos, feiras e circuitos;
 - Criar e disponibilizar uma plataforma de conexão e comunicação entre os empreendedores do Setor.
 - Estimular as instituições de ensino a incluírem, em seus programas de educação, práticas de campo associadas às etapas criativas e produtivas dos setores.

As externalidades positivas dos empreendimentos criativos



- Graças aos empreendedores e suas tecnologias sociais, culturais e econômicas, a dimensão simbólica dos negócios criativos perdura, assumindo compromisso com a sustentabilidade dos negócios, mas também das comunidades em seus territórios. São os empreendimentos desses setores criativos que permitirão ao país escapar de um processo de “pasteurização” de suas identidades culturais, tão comum em “tempos globais”, ao mesmo tempo em que valorizam, salvaguardam e difundem as expressões culturais e criativas brasileiras, realizando inclusão produtiva, estimulando novas sociabilidades e solidariedades.
- Os sistemas produtivos e as redes dos setores culturais e criativos do Distrito Federal, de Salvador e do Rio de Janeiro, formais ou informais, são muito mais do que atividades econômicas; eles constituem empreendimentos pedagógicos, que resgatam práticas civilizatórias, por meio de novas compreensões sobre as conexões entre a vida, o trabalho e a cidade. Graças aos pequenos empreendimentos criativos, minorias, comunidades e grupos encontram formas de salvaguardar memórias, saberes e fazeres.
- A pesquisa revela que o pequeno empreendedor não se deixa desestimular diante da hegemonia e da natureza concentradora das indústrias culturais e criativas em suas cidades. Pelo contrário, esses novos trabalhadores vêm resistindo, apesar da omissão dos governos, buscando cotidianamente soluções criativas para seus empreendimentos.

Políticas públicas para a
Economia Criativa
brasileira. Economia
Criativa x Indústrias
Criativas: a disputa
entre modelos de
desenvolvimento



Desafios das Políticas Públicas para a Economia Criativa Brasileira

1. Qualificação da gestão pública e privada para a economia criativa, necessária para a formulação, a execução, o controle e a avaliação das políticas públicas;
2. Criação de um “eco-sistema” favorável à economia criativa no país;
3. Investimento na Educação (do ensino fundamental ao superior);
4. Criação de infraestrutura para as dinâmicas econômicas dos setores criativos;
5. Criação e atualização permanente de base de dados sobre a economia criativa (conta satélite da cultura, criação de indicadores, mapeamento dos arranjos produtivos, diagnósticos ;
6. Valorização e salvaguarda da diversidade cultural;
7. Reforma do Estado que necessita trabalhar de forma transversal e em rede com as redes criativas brasileiras;

- .
- 8. Criação de um leito institucional (sistemas, leis, regulamentos etc) capaz de garantir uma base legal para o novo trabalho;
- 9. Reavivamento das instâncias de formulação e de gestão compartilhada das políticas públicas para o desenvolvimento local e regional entre Governos e Sociedades,
- 10. Ampliação e reformulação da educação (em todos os seus níveis) para o desenvolvimento das novas competências e habilidades, com ênfase no empreendedorismo.
- 11. Fomento e financiamento desburocratizado aos empreendedores criativos brasileiros
- 12. Formulação de um Plano Nacional para o desenvolvimento da economia criativa brasileira.



Todos os povos lutam para ter acesso ao patrimônio cultural comum da humanidade, que se enriquece permanentemente. Resta saber quais serão os povos que continuarão a contribuir para esse enriquecimento e quais aqueles que serão relegados ao papel passivo de simples consumidores de bens culturais adquiridos nos mercados. Ter ou não ter o direito á criatividade, eis a questão.

Celso Furtado
Cultura e desenvolvimento em época de crise