

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
REGIONAL–MESTRADO E DOUTORADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM
DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Fabiane Frois Balbé Weiler

**DINÂMICAS URBANAS DA INDÚSTRIA CRIATIVA EM PORTO ALEGRE/RS
POLÍTICA PÚBLICA, CIRCUITO E GOVERNANÇA URBANA**

Santa Cruz do Sul

2019

Fabiane Frois Balbé Weiler

DINÂMICAS URBANAS DA INDÚSTRIA CRIATIVA EM PORTO ALEGRE/RS
POLÍTICA PÚBLICA, CIRCUITO E GOVERNANÇA URBANA

Tese apresentada ao Programa de Pós
Graduação em Desenvolvimento Regional –
Doutorado – Área de Concentração em
Desenvolvimento Regional, Linha de Pesquisa:
Organização, Sistemas e Mercado, Universidade
de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial
para obtenção do título de Doutora em Desenvolvimento
Regional.

Orientador: Prof. Dr. Silvio Cezar Arend
Co-orientadora: Profa. Dra. Grazielle Betina Brandt

Santa Cruz do Sul
2019

CIP - Catalogação na Publicação

Weiler, Fabiane Frois B

Dinâmicas Urbanas da Indústria Criativa em Porto Alegre/RS -
Política Pública, Circuito e Governança Urbana / Fabiane Frois B
Weiler. - 2019.

248 f. : il. ; 28 cm.

Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Universidade de
Santa Cruz do Sul, 2019.

Orientação: Prof. Dr. Silvio Arend.

Coorientação: Profa. Dra. Grazielle Brandt.

1. economia criativa. 2. dinâmicas do conhecimento. 3.
local-global. 4. governança urbana. I. Arend, Silvio . II.
Brandt, Grazielle . III. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UNISC
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

DEDICATÓRIA

Para:

Benjamin e Eva – meus amores, minhas vidas, meu mundo – meu encontro com

Deus;

Ao Marcio – “amor que não se mede, que não se repete” – Gratidão

AGRADECIMENTOS

A página de agradecimento é uma das últimas incursões na edição da pesquisa. Há dualidade entre peso da responsabilidade e a leveza da conclusão. A leveza de que o fim se apresenta e vêm acompanhado da resiliência daquilo que conseguimos como resultado do esforço individual intelectual.

Agradeço aos meus filhos e desculpem-me pela ausência. Agradeço ao Marcio, que apoiou e contribuiu para que eu vivesse esse período. Agradeço aos meus pais, em especial minha mãe, que abdicou de seu tempo livre para atender meus filhos na minha ausência para que pudesse escrever e estudar. Eu agradeço as palavras de incentivo e torcida de vocês todos, pois sei, o quanto torceram por esse momento. Agradeço a disponibilidade da orientação do Dr Silvio Arend e Dra Grazielle Brandt. Agradeço as aulas dos docentes do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Agradeço aos colegas: Cinara, Vinicius e Emerson e Vanessa todos fizeram alguma gentileza seja de ouvir, de conversar, de sorrir, de olhar nos olhos e encorajar e dar coleguismo. Agradeço, principalmente, aos entrevistados das instituições de ensino por meio das incubadoras: Aleteia Selonk e Rui Jung por meio da PUC-RS foram excepcionais. Silvana representante da Hestia, Daniela Horta do Hub Mosaico e Vaccari da I-ESPM, obrigada pela acolhida. Os empreendedores do setor criativo: Cesar Paz, além de empreendedor é um ativista do setor, que têm atuado na expansão da discussão. Luiz A. Rodrigues empreendedor da Panda Filmes formidável suas explicações e relatos no dia da entrevista. Antônia Wallig, que têm um propósito de vida com a Associação Vila Flores obrigada pela atenção. Os demais empreendedores do setor criativo, Jorge Piqué do Distrito Criativo, Arthur da Tag Experiências Literárias que dialoguei e concederam olhares importantes para o aprofundamento da temática e de uma agenda de pesquisa. No âmbito do Governo Federal a prestigiosa atenção da ex-secretária Cláudia Leitão e Lucas Baruzzi. No âmbito municipal, a prestigiosa atenção do senhor Roberto Moschetta.

A trajetória continua, mas esse percurso se encerra com muito amor e gratidão.



Bicicleta de Iberê Camargo

www.iberelcamargo.com.br

Eu acredito em happy
endings (...) isso é
esperança.

Caio Fernando Abreu

“Tente
Levante tua mão sedenta e recomece a andar
Não pense que a cabeça aguenta se você parar
Há uma voz que canta, uma voz que dança, uma voz que gira
Bailando no ar
Veja
Não diga que a canção está perdida
Tenha fé em Deus, tenha fé na vida
Tente outra vez” (Raul Seixas, Paulo Coelho e Marcelo Motta)

RESUMO

A condição da pós-modernidade tem no valor cultural, na criatividade e no conhecimento meios de modernização do território, que adapta-se ao processo histórico de reprodução capitalista. Surgem novas estruturas no espaço urbano, nas formas de comunicação e sociabilidade que configuram uma dualidade entre global e local. O consumo do lugar amparado no valor cultural e econômico oferecidas pelo aparecimento de novas e emergentes categorias econômicas de atividades de base cultural e criativa. No Brasil, a abordagem da economia criativa no Ministério da Cultura por meio da criação de uma secretaria deixou um legado com um programa de ações e iniciativas, que promoveram a inserção do tema na agenda política. Em paralelo, em Porto Alegre, o tema foi inserido na Gestão de José Fortunatti, refletidas em ações como na constituição de um comitê específico para o setor, que engajou diferentes agentes do campo da cultura e das tic's. Diante de um contexto de discursos e narrativas, para ressignificação econômica por meio dos elementos de criatividade, conhecimento e inovação a partir do setor criativo, estruturou-se o objetivo geral da pesquisa: analisar como o setor criativo se identifica e se organiza no espaço urbano de Porto Alegre a partir de 2012. Com uma base teórica que identifica a cultura e a criatividade como elementos da produção nas práticas urbanas da economia capitalista. Por meio de entrevistas semi-estruturadas, pesquisa de campo e observação constituiu-se uma abordagem metodológica com base num percurso entre diferentes agentes, governamentais, empreendedores e representantes de incubadoras e *hub* das instituições de ensino vinculadas ao Comitê Municipal de Economia Criativa. Primeiro, se investigou a estruturação da economia criativa na agenda política do Governo Municipal de Porto Alegre e no Governo Federal a partir de 2012. Na sequência, com base na territorialidade dos agentes do sistema de conhecimento via incubadoras, hub e empreendedores se identificou um circuito local que atua nas dimensões horizontais e verticais. Estabeleceu-se nesse circuito uma rede efetiva de conexão e troca de conhecimento e aprendizagem, que consolida uma dinâmica territorial de um meio criativo no espaço urbano de Porto Alegre. São canais para um avanço estrutural que precisam ser fortalecidas nos circuitos locais de criação e produção. As repercussões dos agentes empreendedores e incubadora no espaço urbano apresentam a necessidade de fortalecer seus canais de comunicação e sociabilidade para aglutinar e mobilizar demais agentes com vistas ao fortalecimento do setor. O aparato sociotécnico não têm suficiência enquanto não incorpora a identidade dos elementos disponíveis. A ampliação do valor cultural dos bens e atividades do setor criativo pode contribuir para os avanços na transformação econômica e social do espaço urbano.

Palavras-chave: economia criativa, dinâmicas do conhecimento, local-global, governança urbana.

ABSTRACT

The condition of Postmodernity includes the modernization of territories in terms of culture, creativity and knowledge, which adapts itself to the historical process of capitalistic reproduction. New structures arise in urban spaces and in the ways in which people communicate and socialize, which create a duality between global and local. The usage of places supported by cultural and economic values offered by the arrival of new and emerging categories of economic activities based on culture and creativity. In Brazil, the strategy of the Minister of Culture of creating a new office created a legacy that included a program with actions and initiatives that promoted the insertion of the theme in the political agenda. In parallel, in Porto Alegre, the theme was inserted in Jose Fortunatti's term, which was reflected in actions, as in the constitution of a specific committee for the sector, which engaged different agents in the cultural area. Within the context of narratives and ideas, as a means of redefining the economy through the elements of creativity, knowledge and innovation originated from the creative sector, the general objective of the research was structured as such: to analyze how the creative sector has identified and organized itself in the urban space of Porto Alegre since 2012. Then, based on the territoriality of knowledge system agents via incubators, hubs and entrepreneurs, a local circuit that operates in horizontal and vertical dimensions was identified. This circuit established an effective connection network and the exchange of knowledge and learning, which consolidates a territorial dynamic of a creative environment in the urban space of Porto Alegre. They are channels for structural advancement that need to be strengthened in the local circuits of creation and production. The repercussions of entrepreneurial and incubator agents in the urban space present the need to strengthen their communication and sociability channels to add and mobilize other agents with a view of strengthening the sector. The socio-technical apparatus will not be sufficient enough until it incorporates the identity of the available elements. Increasing the cultural value of creative goods and activities can contribute to advances in the economic and social transformation of the urban space.

KEYWORDS: *creative economy, knowledge dynamics, local-global, urban governance.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Fluxograma 1 – Mapeamento do percurso e interação das incubadoras e o seto criativo	32
Fluxograma 2 – Mapeamento do percurso- Empreendedores do setor criativo	33
Fluxograma 3 – Panorama da cadeia de produção do audiovisual e rede econômica de apoio	170
Fluxograma 4 – Panorama da interação dos segmentos para as macrocategorias de criações Funcionais e culturais	180
Figura 1 – Domínios e atividades relacionadas	64
Figura 2 – Organograma temporal dos eventos de institucionalização da economia criativa no Reino Unido	70
Figura 3 Vetores de estruturação da Secretaria de Economia Criativa	109
Figura 4 – Aquarela de Joseph Lutzenberger	186
Figura 5 – Capa do Plano de Economia Criativa da Prefeitura de Porto Alegre	192
Figura 6 – VI Seminário de Gestão Urbana sustentável: Cidades Inteligentes – Cidades Resilientes	193
Figura 7 – Triângulo do entendimento da cidade	211
Quadro 1 – A emergência da economia criativa no Governo britânico	80
Quadro 2 – Indústrias criativas – modelos DCMS (2016)	83
Quadro 3 – Indústrias dos direitos autorais segundo modelo da WIPO	85
Quadro 4 – Modelos de círculos concêntricos	86
Quadro 5 – Modelo de textos simbólicos	88
Quadro 6 – Perfil do empreendedor da economia criativa em Porto Alegre	97
Quadro 7 – Para refletir	110
Quadro 8 – Tipos de conhecimento e vinculação territorial	136
Quadro 9 – Avanços do Tecna	151
Quadro 11 – Vídeo e cinema no espaço urbano de Porto Alegre	178
Fotografia 1- Palestra tema VI Seminário de Gestão Urbana Sustentável	193
Fotografia 2 – Participação do Prefeito no Congresso Mundial Smart City na Europa e	

visitas técnicas no @22Barcelona	193
Fotografia 3 – Discussão ‘Modelo de negócios do futuro: o que Porto Alegre tem a oferecer	194
Fotografia 4 e 5 – Discussão ‘‘Modelo de negócios do futuro: o que Porto Alegre tem a oferecer	194
Fotografia 6 e 7 – Fachadas de entradas do Parque Tecnológico Tecnopuc Porto Alegre e Viamão	195
Fotografia 8 e 9 – Entrada do estúdio do Tecna – PUC/RS e estrutura interna do Estúdio	195
Fotografia 10 e 11 – Camarim e sala de edição do Estúdio A do Tecna	196
Fotografia 12 e 13 – Espaços cenográficos do Estúdio A do Tecna	196
Fotografia 14 – i-Lab incubadora de negócios da ESPM-Sul	196
Fotografia 15 e 16 – Fachada e sala do <i>hub</i> de inovação/Uniritter	197
Fotografia 17 e 18 – Imagens interna da estrutura física das empresas do segmento Novas mídias Ecosystems 727	197
Fotografia 19 – Reforma do prédio histórico da Associação Vila Flores	197
Fotografia 20 – Associação Vila Flores	198
Fotografia 21 – Associação Vila Flores	198
Fotografia 22 – Evento de apresentação da Aliança para a Inovação	199
Fotografia 23 – Evento de apresentação da Aliança para a Inovação	199

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Abordagem metodológica da pesquisa.....	23
1.2	O setor criativo em Porto Alegre.....	27
1.3	Organização da tese.....	34
2	ARQUITETURA TAXONÔMICA PÓS-MODERNA DA CULTURA.....	35
2.1	A cultura e a criatividade como elementos da produção e do consumo nas práticas urbanas na economia capitalista.....	35
2.2	‘Creative industries: uma abordagem a partir da cultura e economia criativa.....	50
2.3	‘Creative industries’ – Da abordagem global a construção taxonômica local.....	68
2.4	Modelos de mensuração.....	82
3	O PROCESSO DE INSERÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA NA AGENDA GOVERNAMENTAL MUNICIPAL E FEDERAL.....	89
3.1	Base teórica para análise de política pública.....	89
3.2	A inserção da economia criativa na agenda do Governo Municipal de Porto Alegre – Poa “Queer”ser Barcelona.....	93
3.3	A atuação do Minc na implementação de política para a economia criativa no Brasil.....	111
4	PERCURSO POR UM CIRCUITO DO SETOR CRIATIVO EM PORTO ALEGRE: DO SISTEMA DE CONHECIMENTO AOS EMPREENDEDORES LOCAIS.....	129
4.1	Os meios de endogeneização do setor criativo no espaço urbano de Porto Alegre.....	131
4.2	A territorialidade do setor criativo no sistema de conhecimento em Porto Alegre.....	145
4.3	A inserção e atuação local dos empreendedores do setor criativo em Porto Alegre.....	163
4.3.1	Percurso no segmento das atividades de vídeo e cinema.....	169
4.3.2	Percurso no segmento de serviços criativos e novas mídias.....	179
4.3.3	Vila Flores.....	185

4.4	Notas de campo – Percurso na Associação Comercial de Porto Alegre.....	189
4.5	Caderno de Fotografia.....	192
5	REPERCUSSÕES DO SETOR CRIATIVO NO ESPAÇO URBANO DE PORTO ALEGRE.....	200
5.1	Globalmente conectada e localmente inspirada.....	200
5.2	“As cidades fazem-se por dentro”.....	209
6	CONCLUSÃO.....	218
	REFERÊNCIAS.....	224
	APÊNDICES.....	240

1 INTRODUÇÃO

A modernidade foi considerada por intelectuais como uma condição para as rupturas com o passado. Está inscrita no novo com certo menosprezo ao passado, sua reputação está na capacidade da ‘destruição criativa’, a qual tem suas faces representada em distintos fins. Há também, distintos meios de manifestação da ruptura: estilo de fazer ou representar coisas em diferentes setores como nas artes, literatura, planejamento urbano, organização industrial, políticas, estilo de vida. Em geral, tais rupturas, são centradas em locais e épocas que extrapolam suas transformações para as demais sociedades. (HARVEY, 2015)

A condição de pós-modernidade têm seu vigor no valor cultural, na criatividade e no conhecimento, os quais se apresentaram como meios para a modernização do território. A cidade, enquanto espaço urbano de interação das forças sociais, é a materialidade das manifestações subsequentes dadas pelas rupturas, que exigem capacidade de adaptação à uma modernidade adjacente ao processo histórico de reprodução capitalista. Como consequência, no percurso histórico, observa-se uma planificação em nível espacial global de requisitos, em busca de configuração produtiva adequada a fruição do capital, que tem suas bases no progresso tecnológico, difusão do conhecimento e redução da distância e velocidade de informação.

Este progresso tecnológico tornou obsoletas estruturas urbanas anteriores com impactos nas formas de comunicação e sociabilidade com reflexos nos distintos estágios de desenvolvimento de territórios diversos. Algumas cidades globais ou mundiais, são exemplos de repercussões, na deterioração dos espaços e equipamentos públicos e privatização da vida coletiva, segregação urbana e redes sociais restritas. (SASSEN, 1999)

A cidade, portanto, torna-se um protótipo de adequação entre os elementos e os recursos que permitem o acompanhamento destes saltos tecnológicos, os quais requerem estruturas urbanas como formas de comunicação e sociabilidade correspondentes para seu avanço. (HARVEY, 2015)

Sucessivamente, apresentam-se as contraposições entre o global e local, que pode ser representada pela forma de inserção territorial dos agentes em busca dos meios para potenciação do desenvolvimento social e econômico, a partir dos seus recursos dados e

construídos, dentre os quais, podem enfraquecer ou fortalecer suas especificidades no âmbito de sua produção histórica e social. Nesse processo contínuo e permanente por diferenciação apresenta-se as verticalidades demandadas pelo mercado e as horizontalidades apresentadas pelos agentes sociais.

O aspecto homogeneizador das cidades, configura a geografia do mundo, como colocado por Harvey (2001). A ampla abstração do espaço dá ênfase as qualidades do lugar. Em sequência, a materialização de ser e ou construir-se, cidade global, a qual Sassen (1999) expressa como sedes de conglomerados multinacionais, polos de instituições financeiras, produtoras e/ou distribuidoras de determinados serviços, informações e imagem, que constituem uma ampla rede. Os requisitos da configuração de cidade global, exigem elementos de diferenciação, dentre os quais amplo fluxo de capital financeiro, capital humano com vistas a disseminar conhecimento, aprendizagem e inovação e torná-la protótipo de um modelo a ser seguido, inaugura-se uma modalidade de consumo cultural ou ‘consumo do lugar’ amparado no valor cultural e econômico oferecidas pelo aparecimento de novas e emergentes categorias de atividades econômicas e culturais.

Assim, a inovação e a criatividade, surgem como os elementos da narrativa de transformação dos territórios identificadas por dinâmicas centradas no conhecimento e aprendizagem, as quais são internalizadas pelas cidades em diferentes escala e contexto global que orientam estratégias de desenvolvimento econômico, social e territorial.

A visibilidade desta transformação tem sua popularização em âmbito global, liderada pelo Reino Unido, com dado vigor na cidade de Londres, que no final dos anos 80, diante de uma dinâmica econômica restrita com o fim da centralidade da manufatura e deslocamento do circuito de produção para países com custos de produção e mão de obra mais baixos estabeleceu uma nova agenda de desenvolvimento econômico. Para tal, requisitou um ambiente favorável para os negócios/habilidades locais estipulados pelo *New Labor*¹. Dentre as estratégias, as quais seriam acionadas pelo Governo Britânico, estavam vinculadas ao conjunto de políticas voltadas para ampliação de atividades culturais e criativas, denominadas ‘*creative industries*’. Neste contexto, a cultura apresentou-se como um dos recursos econômicos potenciais para o centro de decisão das políticas locais.

¹ Nova composição e modelo do Partido Trabalhista britânico.

A amplitude e repercussão da *'creative industries'* no Reino Unido projetou uma nova categoria econômica denominada de economia criativa, que classificaria os bens e atividades oriundo do campo da cultura e da inovação. Este modelo se disseminou por meio dos organismos internacionais e demais países interessados na dinâmica das economias locais centralizadas na cultura como recurso econômico.

Assim, têm se apresentado prolífica as discussões sobre economia criativa, entendida como o conjunto de bens e serviços culturais, além do reconhecimento das atividades e processos culturais como núcleos de uma nova economia, que também se ocupa de manifestações criativas que não seriam contempladas, exclusivamente, como culturais, mas associadas à inovação. Em geral, a compreensão da Unesco (2013) que entende a economia criativa como associada a setores econômicos com alto potencial de geração de emprego, renda e ganhos de exportação, a partir da interseção entre conhecimento, diversidade cultural, propriedade intelectual e novas tecnologias de informação e comunicação (TIC's) é uma das principais referências taxonômicas empregadas por Governos Nacionais no tratamento do termo.

A Unctad (2012) um dos importantes canais de disseminação do conceito de indústria criativa estabelece um núcleo conceitual, composta pelas seguintes características: a) ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam valor cultural e capital intelectual como insumos básicos; b) conjunto de atividades baseadas no conhecimento e na geração de receita oriundas dos direitos de propriedade intelectual; c) produtos tangíveis e serviços artísticos ou intelectuais intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e potencial mercadológico; d) um novo setor dinâmico do comércio mundial.

As diretrizes mencionadas acima expõem um quadro abrangente de categorias e atividades, que concede orientação taxonômica e de categorias que identifiquem a composição de um setor criativo e cultural para os países interessados em conduzir uma política autêntica para o setor.

No Brasil esta abordagem se ampliou com a emergência da discussão em diferentes campos. Os marcos temporais que registram a projeção do setor criativo se iniciam com o evento promovido pela Unctad, em 2005, na cidade de São Paulo com o Fórum Internacional sobre o Desenvolvimento, o qual promoveu um dos primeiros observatórios de pesquisa sobre o setor criativo na cidade de Salvador. As implicações

seriam notadas por uma disseminação dessa área de pesquisa com a abertura de programas de pós-graduação *lato e strictu senso*, observando a carência nas instituições de ensino como agentes no sistema de conhecimento para apoiar a construção de base de dados, pesquisas e estudos sobre o tema a partir da gestão de Gilberto Gil no Ministério da Cultura (Minc).

A partir do Governo Lula, com a gestão de Gil no Minc, foram acompanhadas algumas mudanças importantes no âmbito da cultura, desde a reformulação do conceito de cultura, reestruturação administrativa do Ministério, atualização na construção da Conta Satélite de dados estatísticos para o setor cultural. Gil deixou um legado na sua gestão, no sentido de apresentar a cultura como um recurso para o alcance das metas de desenvolvimento econômico, social e político alinhadas com o programa de Governo.

No primeiro mandato de Dilma Roussef, o Ministério da Cultura, apresentaria uma sequência de transformações, em especial, a implementação de política via plano de ação para a constituição de uma secretaria denominada de Secretaria de Economia Criativa, a qual concebeu as diretrizes a serem seguidas para o núcleo de Economia Criativa do Brasil. Desde então, observou-se uma rede de agentes, entre as quais, as universidades por meio de observatórios, iniciativas no âmbito de Governos Estaduais e Municipais via projetos de governo com a implementação de planos específicos para a inserção da área nas gestões públicas, além de movimentos organizados da sociedade civil.

A criação da Secretaria de Economia Criativa vinculada ao Ministério da Cultura, na gestão de Ana de Hollanda, representou a institucionalização do Governo em relação ao tema da economia criativa. Já em 2015, o então Ministro da Cultura, Juca Ferreira, extingue a emergente pasta, diante da justificativa da instabilidade econômica e do contingenciamento do Minc. Na sequência, a instauração do processo de impeachment, em 2016, contra a Presidente eleita Dilma Roussef, debilitou a atuação do Minc, tendo em vista, a instabilidade democrática e política, com a possibilidade de extinção do Ministério na Gestão Temer. Criaram-se obstáculos a governabilidade e à consistência nas diversas políticas públicas orientadas à cultura.

Nesse contexto de instabilidade política e ética aliado à recessão econômica, o quadro temporal entre 2014-2017, conforme dados econômicos e sociais disponibilizados

pelo Ipeadata², percebe-se que apresentou-se um quadro de agravamento nas demandas sociais e econômicas, dado que essas condições não favoreceram o avanço do desenvolvimento brasileiro.

Furtado (2008) compreende que, a cultura e a criatividade, apresentam-se como elementos de superação de contradições históricas como alta concentração de renda e baixo nível educacional. Este autor entende que, o processo de mudança social, associa a criatividade quando esta ancora-se em vias plurais e alternativas de desenvolvimento. Ao constituir novas combinações e dinâmicas adaptadas às suas especificidades histórico-culturais torna-se elemento de superação daquelas contradições estabelecidas pela concentração do capital e ausência de recursos. Sob este aspecto, Brandão (2016) diz que Furtado confere um pensamento em prol de um desenvolvimento autônomo brasileiro.

O setor criativo e cultural é apontado com uma ampla abrangência como demonstram os dados estatísticos elaborados pela Federação de Indústrias do Rio de Janeiro (2016) uma das principais fontes de dados consolidados para o setor no Brasil. Entre 2013-2015, num ciclo de recessão econômica e instabilidade política, o setor representou a menor reação na taxa de desemprego. Segundo o sistema de classificação da Firjan, as áreas de consumo e tecnologia corresponderam, respectivamente por 44,2% e 36,8%, ou seja mais de 80% dos trabalhadores criativos no Brasil. O Estado do Rio Grande do Sul apareceu dentre aqueles de maior participação do PIB brasileiro entre 2013-2015, sendo que foi de 2,56% para 2,64% do PIB da economia nacional. Este dado pode não ser significativo sob uma ótica econômica, mas reforça a importância de se olhar para estas categorias no âmbito das especificidades e potencialidades disponíveis no Estado no que se refere ao sistema de conhecimento³, empreendimentos e redes de apoio⁴ e com isso ampliar os meios de expansão das atividades e bens do setor criativo.

Entende-se que o setor criativo tem como insumos de entrada: o conhecimento, a inovação e a cultura como elementos básicos para a produção de bens e atividades denominados criativos representado por recursos intangíveis (redes organizacionais, capital humano, pesquisa e desenvolvimento, marcas e patentes), aos quais são incorporados valor simbólico e diversidade cultural. Estas características se associaram a

² Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – dados estatísticos.

³ O sistema de conhecimento corresponde as instituições de ensino superior.

⁴ Governos, associações e demais entidades da sociedade civil organizada e não organizada.

diferentes formas de organização do setor criativo que se apresentam em diferentes dinâmicas urbanas. Também, outros aspectos como o entendimento acerca das transformações estruturais oriundas da integração dos mercados, pulverização dos padrões de produção e consumo alcançam a configuração econômica urbana. Podem se refletir no conceito de *milieu*, que representa a interação entre os agentes econômicos que geram externalidades positivas que induzem a processos de aprendizagem no território. Esta aprendizagem tácita e acessível alcança os que têm proximidade espacial, cultural e normativa e provoca sinergias positivas entre os atores locais. (CORRÊA, 2009)

Há diferentes manifestações de consolidação do setor criativo em países com realidades sociais, econômicas e culturais diversas. Em especial, identificam-se a materialização de dinâmicas territoriais, como os *clusters*, entendidos como redes de unidades de produção verticalmente desintegradas que podem funcionar de forma flexível quando se enfrentam níveis de instabilidade e risco que prevalecem na produção e consumo de bens e serviços.

Além disso, *O'Connor* (2010) reforça que as redes fomentam o mercado de trabalho local, que se caracterizam por suas capacidades e sensibilidades. O meio criativo consiste tanto na rede de empresas e suas interações como as instalações e equipamentos coletivos, como escolas, universidades, centros de investigação, centros de desenho, que complementam e alimentam as capacidades inovadoras destas redes.

No município de Porto Alegre acompanhou-se algumas ações para a inserção da economia criativa na agenda governamental. Uma das primeiras ações no tratamento do tema da economia criativa ocorreram na Gestão de José Fortunatti no Governo Municipal, que foi a instituição de um Comitê Municipal de Economia Criativa, em 2013, com a participação de 38 entidades representativa do setor.

Também ocorreu o lançamento de um Plano de Economia Criativa de Porto Alegre que viria consolidar uma rede colaborativa de agentes interessados na discussão. Este documento de planejamento foi coordenado pelo Inovapoa⁵, que previa como meta principal, promover um ecossistema de criatividade, empreendedorismo e inovação. Assim, um conjunto de ações foram implementadas no âmbito desta gestão em diante,

⁵ O Inovapoa foi constituído no Governo Fogaça com objetivo de representar um conselho para a promoção de projetos para o avanço na área tecnológica. Nos governos posteriores, Fortunatti e Marchezan, representam a atuação de conselho composto de entes da sociedade civil, comunidade científica e de pesquisa e governo.

com o fim de impulsionar a economia criativa de Porto Alegre agregando diferentes agentes no âmbito do sistema de conhecimento, empreendedores e associações profissionais vinculados ao setor criativo e cultural. Uma das medidas foi o mapeamento da economia criativa com o propósito de elaborar o levantamento de distribuição geográfica e características dos negócios vinculados ao setor criativo lançado em 2014. Agrega-se ainda, a multiplicidade de iniciativas originadas nos diferentes locais como nas instituições de ensino superior como núcleos de estudo e pesquisa, empreendedores locais por meio de ações colaborativas e individuais.

Assim, o tema da economia criativa se incorporou na agenda governamental do município de Porto Alegre. Coincidindo com discussões da necessidade de ampliação de diferentes setores para o avanço econômico local. Estas discussões, em geral, amalgamam-se ao contexto da totalidade do progresso tecnológico. Neste sentido, há uma percepção teórica de que o setor criativo e cultural se inclui numa lógica global no âmbito de referenciar o território. Em geral, representadas pelas formas de organização técnico-produtiva distribuídas, geograficamente, que formam socialmente o espaço. Dentre as quais, os arranjos espaciais de produção, *clusters*, *hubs*, *milieu*. Na seção 1.2 expõe-se uma caracterização do setor criativo em Porto Alegre.

Desse modo, apresenta-se a problematização da tese: Como o setor criativo se identifica e se organiza no espaço urbano de Porto Alegre?

Compreendendo-se que o espaço geográfico (urbano), como Santos (2006) explica, é empregado na ótica de território usado, refletidas na dinâmica dos lugares. O lugar recebe os impactos do mundo, que também reside as possibilidades de resistência, bem como, a interação entre as horizontalidades e verticalidades.

Assim, entender a articulação de um segmento, como ela vem sendo construída, por quais agentes e como se constitui a governança local para que se promova o setor criativo no espaço urbano. Na atualidade, há numa ótica discursiva do desenvolvimento, que este depende de um território planejado na esfera dos circuitos produtivos ambientados ao progresso tecnológico, com difusão do conhecimento, redução das distâncias e velocidade de informação como bem refere Santos (2006). Muitas vezes, apresentam-se incoerentes com as realidades locais, cujas expectativas são frustradas por não acompanharem esses critérios globais de planificação de ordem tecnológica, assim

novas colonialidades a partir da produção e do consumo se expõem na contemporaneidade.

Nesta sequência, o objetivo geral é analisar como o setor criativo se identifica e se organiza no espaço urbano de Porto Alegre a partir de 2012.

Os objetivos específicos se apresentam na forma de: a) Caracterizar o processo de inserção da economia criativa na agenda política do Governo Municipal e Federal a partir de 2012; b) Identificar como os agentes selecionados (instituições de ensino e empreendedores) estabelecem conexão e troca a partir de suas ações e iniciativas; c) verificar as repercussões dos agentes do sistema de conhecimento (incubadoras selecionadas), governo e empreendedores (selecionados) do setor criativo no espaço urbano de Porto Alegre.

Há uma ampla literatura que considera a análise da importância da produção de bens culturais e criativos com a cidade, em função de seus recursos disponíveis para meios urbanos criativos.

Uma das principais referências que trata dos efeitos das atividades da economia criativa no espaço urbano, *Landry* (2013) apresenta que a complexidade das interações urbanas estabelece demandas importantes no que tange à gestão urbana, por isso, a cidade, transforma-se num laboratório para o desenvolvimento de soluções tecnológicas e sociais.

Logo, um conjunto de associações têm sido aplicadas, que ligam à ideia de “*milieu*”, clusters e redes, os quais sugerem por meio de discursos tanto na esfera política, empresarial e midiática a associação entre a expansão de atividades do setor criativo e desenvolvimento econômico local. Um dos principais documentos de iniciativa governamental foi no Reino Unido, com o *New England Council Report* (2010) que estabeleceu três elementos fundamentais da economia criativa: o cluster criativo⁶, força de trabalho criativa⁷, comunidade criativa⁸ para explicar como os recursos da economia criativa foram inseridos no planejamento.

Se consolidou, então, um modelo global, em que a economia criativa e suas respectivas dimensões, em torno da força de trabalho, do setor criativo e repercussão no

⁶ Entendido como empresas e indivíduos que direta ou indiretamente produzem produtos culturais.

⁷ Grupo de indivíduos especializados em habilidades culturais e artísticas específicas que conduzem o êxito das principais indústrias que incluem arte e cultura, mas não somente as restritas a esses segmentos.

⁸ Área geográfica com uma concentração de trabalhadores, empresas e organizações criativas.

território urbano emergem como foco para novas alternativas de desenvolvimento para as cidades, que se refletem no empreendedorismo e na dinâmica econômica local e na regeneração urbana. Harvey (2001) explica que há a necessidade de personificar vínculos fortes com o ser e o lugar no espaço urbano, em razão de ser o espaço de ação e de engajamento por diferentes agentes de busca por estímulo social e econômico em circunstâncias de baixa intensidade de atividades da dinâmica urbana.

A perspectiva de Santos (2006) é fundamental para compreender os impactos do todo e entender por meio de suas variáveis a distribuição ordenada dessa totalidade, que explica a diferenciação entre lugares. Há um movimento do universal para o particular e vice-versa, este entendimento, permite ver o território como um espaço delimitado pelas relações de poder, relações econômicas e relações simbólicas. A dialética se estabelece como meio de interpretação dessas relações, dentre as quais os agentes do espaço também a produzem. No lugar ocorre a dialética entre as verticalidades, geralmente, demandas pelo Estado-mercado (empresas, associações, universidades) e, as horizontalidades, geralmente, demandadas pelos agentes (pessoas) trabalhadores criativos, estudantes, artistas, lideranças e coletivos que vivem no lugar.

Estas relações exigem que se compreenda como elas se estabelecem, por isso, o quadro conceitual sobre governança urbana de Seixas e Costa (2001) é adequado. Os autores pesquisaram formas e fluxos de governança que se associam a dinâmicas criativas nas cidades, articulando uma relação entre governança e a criatividade permeada por elementos urbano-espaciais. Assim, uma esfera governativa local, então, é caracterizada por abertura, disseminação de informação e responsabilização como elementos de uma governança para a criatividade.

A contribuição geral desta pesquisa é elaborar uma trajetória a partir de um percurso na cidade para identificar diferentes processos, pelos quais interagem grupos de indivíduos, líderes políticos que desenvolvem novas visões, planejadores e *think tanks* de investigadores, grupos cívicos empenhados. Também contribuir, dentro dos limites desta pesquisa, para identificar quais são os meios de fortalecimento dos segmentos do setor criativo que favoreçam as condições locais de produção.

Se apresenta assim a problematização e justificativa desta pesquisa e seus objetivos, com vistas a construir elementos para fortalecimento de iniciativas favoráveis à

estabelecer caminhos alternativos para um desenvolvimento que, considere dentro da pluralidade socioeconômica, o setor criativo e cultural.

Assim, neste capítulo de introdução, apresentou-se a problematização e justificativa desta pesquisa, a seção 1.1 apresenta a abordagem metodológica, a seção 1.2 a caracterização do perfil de Porto Alegre na esfera do setor criativo e cultural e a seção 1.3 a organização da tese com uma síntese dos capítulos subsequentes.

1.1 Abordagem metodológica da pesquisa

Para o alcance do objetivo geral, analisar como o setor criativo se identifica e se organiza no espaço urbano de Porto Alegre, esta pesquisa se estrutura nos pressupostos de análise e compreensão dos fenômenos que cercam a dinâmica da sociedade.

Esta pesquisa estrutura-se nas ciências sociais, por isso, a partir desta abordagem teórico-metodológica emprega-se a pesquisa qualitativa. Nessa perspectiva o âmbito teórico e prático se apresenta amplo, no sentido de que o contexto da realidade social, cultural, política e econômica deve ser interpretada a partir da sua complexidade. Estes aspectos reforçam a necessidade de uma abordagem que aproxima sujeito e objeto, em que se permite o entendimento abrangente da realidade social favorecendo a historicidade dos fenômenos estudados, os quais coincidem com outros processos sociais que apontam o contraditório e o dialético. Nesse sentido, sob um polo ontológico, compreende-se a sociedade como um sistema social em que o modo de produção (relações sociais de produção; forças produtivas) condicionam a dinâmica dos fenômenos sociais, que se apresentam contraditórios e impulsionam processos de transformação social.

A realidade é vista como um processo histórico resultante de múltiplas determinações num fluxo constituinte e constituído por forças contraditórias que atuam no interior da realidade. Assim, analisa como o setor criativo se organiza e se identifica no espaço urbano a partir de seus agentes e interações, os quais são identificados e representados nas territorialidades. A inserção do setor criativo e cultural é acompanhado da ação e articulação de agentes e atores engajados, que visam o estabelecimento de relações de poder, disputas e conflitos. (NETTO, 2011)

Nessa acepção, o percurso da tese apresenta-se como pesquisa qualitativa com vistas a compreender o fenômeno com base nas descrições, comparações e interpretações. Por isso, se apresenta uma matriz teórica capaz de alcançar os múltiplos aspectos dos agentes envolvidos e objeto da pesquisa, apresentados no decorrer de cada capítulo. Em especial, no segundo capítulo apresenta-se a base teórica que norteará as categorias de análise desta pesquisa. A partir da visão de Harvey, Jameson, Sassen, Santos, Furtado, Landry e Pecqueur constroem-se as bases para a compreensão teórico-analítica no âmbito da pesquisa no espaço urbano e as territorialidades dos agentes pesquisados. Utiliza-se também como base para as categorias analíticas sobre governança urbana a abordagem de Ferrão, Seixas, Arantes e Harvey.

No contexto da problematização, que tem a realidade construída no espaço urbano de Porto Alegre, se faz necessário circunscrever os agentes selecionados. Em sociedades complexas, nas cidades, há múltiplos agentes numa realidade que se busca conhecer. Magnani (2009) utiliza o conceito de Cidades Globais para referir os fluxos das informações que se disponibilizam “de” e “e” para qualquer ponto do mundo desde que estejam plugados, que possuam atores reais (mão de obra qualificada, serviços, consultorias), o que Sassen (1998) denomina de “infraestrutura” social para a conectividade global, desse modo, configuradas para o consumo do lugar.

A pesquisa de Magnani (2002) sobre a etnografia de sociedades complexas, considera a cidade centrada em partes ou fragmentos considerando um olhar de “perto e de dentro”. As cidades globais são referências para suas análises, em geral, vista na centralidade simbolizada e garantida por algumas instituições que dominam o espaço público. Há diferentes maneiras pelas quais os agentes usam e se apropriam de cada modalidade de relações espaciais.

A elaboração do universo desta pesquisa emprega os conceitos de percurso e circuito, que Magnani (2002) explora quando pesquisa diferentes agentes no espaço urbano sob o enfoque de “olhar de perto e de dentro”, quando considera que há distintos agentes sociais, os quais são heterogêneos no espaço urbano. Para isso, o passo fundamental é circunscrever o espaço num percurso dos agentes sociais, que nesta pesquisa são empreendedores, Governo (esfera Federal e Municipal) e instituições de ensino (incubadoras) para identificar ações e iniciativas para o setor criativo em Porto

Alegre. Nesse sentido, configurar um circuito como categoria, que descreve o exercício de uma prática ou oferta de determinado bem ou serviço por meio de estabelecimentos, equipamentos e espaços que não, necessariamente, estejam na mesma contiguidade espacial. (MAGNANI, 2002)

Ou seja, o circuito pode ser levantado, descrito e localizado, faz parte de uma totalidade dos equipamentos que concorrem para a oferta do bem ou serviço comporta vários níveis de abrangência nesta pesquisa particularizados ao setor criativo representados nos agentes do sistema do conhecimento e empreendedores. Portanto, se estabelece um percurso por meio do levantamento da mancha urbana (agentes do setor criativo selecionados) e, dessa forma, construir um circuito de análise a partir destes agentes reconhecidos no espaço urbano de Porto Alegre.

A abordagem teórica-metodológica utiliza referências teóricas que busquem entender como os agentes que representam o setor criativo atuam por meio de suas horizontalidades e verticalidades na construção de um circuito local.

Os agentes entrevistados estão vinculados ao Governo a partir do Ministério da Cultura e Governo Municipal de Porto Alegre e empreendedores do setor criativo atuantes no Comitê de Economia Criativa de Porto Alegre e os representantes das incubadoras das Instituições de Ensino selecionadas.

A coleta de dados da pesquisa estruturou-se no emprego das técnicas de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, reportagens do Jornal do Comércio e Zero Hora, mídia digital (Folha de São Paulo e Estadão), que tratavam sobre conceito de economia criativa e iniciativas de economia criativa em Porto Alegre (entre 2016-2018). Foram utilizados, dados estatísticos secundários e um percurso no espaço urbano de Porto Alegre aplicando entrevista semi-estruturada (entre dez-2017 e julho 2018) como fonte primária aos agentes identificados. Dados a partir da observação e fotografia, conforme o percurso de pesquisa, permitiram interpretar e buscar significados da realidade investigada. Por isso, como pesquisadora considera-se uma estratégia metodológica que se fundamenta primeiro sob bases teóricas para guiar a construção da pesquisa.

A entrevista semi-estruturada é o principal meio de coleta de dados, que parte de questões básicas, apoiadas em teorias que interessam à pesquisa alimentadas pela teoria que norteia a ação do investigador como todas as demais informações obtidas do fenômeno social.

A entrevista com os agentes governamentais representantes do Ministério da Cultura como a ex-secretária da Secretaria da Economia Criativa (2012-2013) Cláudia Leitão (Governo Dilma) e Daniel Baruzzi (diretor inovação Secretaria Economia da Cultura) ocorreram via telefone e Skype. As demais entrevistas ocorreram nas visitas nos locais de representação dos agentes.

Na esfera do Governo Municipal a entrevista ocorreu com Roberto Moschetta – Diretor Gabinete de Inovação do Governo Marchezan. Em relação ao Governo Fortunatti dados secundários obtidos via sistema de armazenamento de dados do Governo Municipal concedidos pelo entrevistado.

A participação como ouvinte de diferentes eventos permitiram identificar os agentes que protagonizam um lugar de fala, por isso, entrevistados. Dentre estes eventos estão o Comitê de Economia Criativa apoiados pelo Governo Municipal de Porto Alegre, Diálogos em Economia Criativa promovidos pela UFRGS, na Associação Comercial de Porto Alegre que também conduziu discussões e iniciativas nessa temática. O último evento frequentado ocorreu em decorrência da mobilização via narrativa midiática denominado de Pacto para a Inovação de Porto Alegre, que se consolida como uma articulação entre três instituições de ensino superior com o objetivo de propor um projeto de desenvolvimento com a pauta da inovação para o desenvolvimento urbano de Porto Alegre.

Assim, constitui-se uma lista de empreendedores vinculados ao setor criativo, os quais exerceram algum protagonismo ou lugar de fala a partir desse trajeto e observação no espaço urbano.

As instituições de ensino se inseriram na pesquisa sob a ação, as quais teriam a partir do Plano da Secretaria de Economia Criativa, critério o qual, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul estaria inserida por meio dos Observatórios. A Escola Superior de Propaganda e Marketing-Sul e a Universidade Ritter dos Reis (Instituto Laureate) e Pontifícia Universidade Católica de Porto Alegre teriam como critério nas suas escolhas participarem do Comitê de Economia Criativa. Nesse sentido, sob as bases teóricas da geografia econômica e dinâmicas territoriais, as incubadoras, por meio de seus representantes institucionais foram os agentes escolhidos para a participação na pesquisa.

Nesse sentido, dada a heterogeneidade da atuação dos agentes, elaborou-se três roteiros entrevista. O anexo A direcionado aos agentes governamentais, o anexo B

direcionado às instituições de ensino e o anexo C voltado aos empreendedores do setor criativo. A maioria delas ocorreu pessoalmente, com exceção às entrevistas para Claudia Leitão e Daniel Baruzzi em decorrência da distância geográfica. Todas foram gravadas e transcritas.

O trabalho de campo é pautado pela aproximação do pesquisador da realidade, a qual se formulou uma pergunta. É estabelecer interação com os atores que conformam a realidade. O campo é o recorte espacial que se refere à abrangência em termos empíricos do recorte teórico correspondente ao objeto de investigação.

No campo, eles fazem parte de uma relação de intersubjetividade de interação social com o pesquisador, daí resultando num produto compreensivo que não é a realidade concreta e sim uma descoberta construída com todas as disposições em mãos do investigador: suas hipóteses e pressupostos teóricos, seu quadro conceitual metodológico, suas interações, suas entrevistas e observações e suas inter-relações com os colegas de trabalho”. (MINAYO, p. 63, 2009)

Assim, as informações coletadas no campo pelo investigador precisam de análise e interpretação cuidadosa e rigorosa articulada aos propósitos da pesquisa para gerar conhecimento empírico. A análise dos dados teve como base a teoria desenvolvida sobre o tema sob uma perspectiva interpretativa.

1.2 O setor criativo em Porto Alegre

Porto Alegre é Demais
Isabela Fogaca
*“Porto Alegre é que tem
Um jeito legal
É lá que as gurias etc (...) e tal
Nas manhãs de domingo
Esperando o Gre-Nal
Passear pelo Brique
Num alto astral [...]”*

Porto Alegre foi fundada em 1772, tem uma área de 500 km^2 com uma população total de 1.468.301 habitantes respondendo por um PIB *per capita* da ordem de R\$ 49577,53 (mil/ano) para o ano de 2016. O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, em 2010, foi de 0,805 considerado elevado de acordo com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) com uma expectativa de vida de 72 anos. (IBGE, 2017)

É uma das principais cidades, no contexto metropolitano, apresentando-se como centro polarizador de empregos e serviços. Inclusive concentrando a maior parte das atividades administrativas do Rio Grande do Sul, também destaca-se o fato de que, gradualmente, vem perdendo protagonismo na ocupação industrial para cidades vinculadas a outras aglomerações urbanas como Caxias do Sul. (CAMPOS, 2012)

No âmbito intraurbano é um dos municípios referência na esfera de gestão urbana baseado na democracia direta com o Orçamento Participativo. Ao longo dos anos, novas centralidades ocupam a configuração urbana. Com novos grupos empresariais, ampliação de novos serviços e, em paralelo, diferentes atores no âmbito da gestão surgiram aliados à expansão imobiliária. Processos de especulação imobiliária e de geração de rendas diferenciais que conduziram ao processo de urbanização desigual. (SOARES, 2006)

A “gentrificação” se processa através de diversas operações para resgatar o patrimônio construído e “revitalizar” o centro, abandonado pelos setores de maior poder aquisitivo, tanto para moradia, como para compras e lazer. Assim foi restaurado e recuperado o Mercado Público e construíram-se novos equipamentos culturais, tanto através do poder público estadual e municipal (Memorial do RS), como pela iniciativa privada (destacando-se o Centro Cultural Santander). Pretendeu-se assim, atrair para o centro uma população afastada do mesmo há algumas décadas. Outro projeto importante é o de reconversão da orla portuária em polo. As iniciativas de “renovação” urbana incluem, também, a operação do Shopping Total, no antigo prédio da Cervejaria Continental, além do projeto de construção de novos equipamentos culturais, como o Multipalco do Theatro São Pedro e o novo teatro da Orquestra Sinfônica. Em uma área distante do centro histórico, mas igualmente privilegiada em termos de amenidades (na orla do lago Guaíba, na zona sul), (...) Fundação Iberê Camargo, misto de centro cultural e museu, que reunirá a obra do pintor gaúcho em edifício projetado pelo arquiteto português Álvaro Siza, uma “estrela” da arquitetura mundial. (SOARES, 2006, p. 139)

Essa configuração cultural encontra-se com as abordagens teóricas de que atrações urbanas podem ser geradoras de desenvolvimento, em que por meio de parques, museus, galerias de arte, os tais ativos culturais permitem aumentar o desempenho econômico por meio de rede de serviços e infraestrutura de apoio atraindo capital humano e gerando rendas de turismo.

Nesse caso, Porto Alegre, conta com amplos equipamentos culturais, eventos e empreendimentos do setor criativo e cultural. Ocorrem anualmente shows, teatro, cinema, festas e megaevento⁹.

⁹ Como a Copa do Mundo, que estabeleceu um conjunto de alterações urbanas com as obras da copa refletindo-se nas condições estruturais de vias públicas.

Exposições de artistas plásticos gaúchos e estrangeiros (*Cowparade*), Bienal do Mercosul, redes de livrarias, museus, Festivais de Literatura (Feira do Livro de POA, Festival Literário), Noite no Museu, Festivais de Cinema, enfim, a capital gaúcha tem uma estrutura de bens e atividades culturais e criativos intensa. Reforça-se aqui o cenário de Porto Alegre no audiovisual com a referência de produções¹⁰ de documentários e filmes.

Conforme pesquisa, denominada “Cultura nas capitais”¹¹ sobre a característica do consumo de arte e diversão nas principais capitais brasileiras em 2018, a capital apresenta acesso à cultura acima da média das capitais brasileiras. Dentre os bens e atividades culturais e criativos, a ida ao cinema está em primeiro e, em segundo, a leitura e subsequentemente, shows, artesanato são as opções mais acessadas pelos porto-alegrenses.

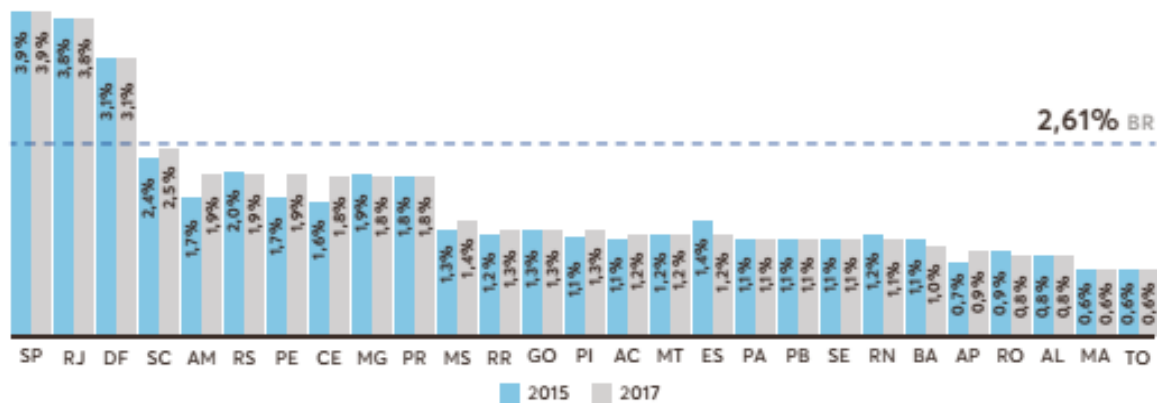
O setor criativo no contexto urbano também representa um meio de geração de emprego e renda provenientes do aumento da renda da força de trabalho do setor criativo, das amenidades de entretenimento e lazer e interação das diferentes dimensões como capital humano, capital social e estrutura econômico-produtiva. (CATELA, 2013)

Florida (2011) denominou como classe criativa, a classe econômica que sustenta e influencia hábitos sociais, culturais e estilo de vida. Este é um dos argumentos que o autor emprega para associar a dinâmica do lugar e atratividade desta classe, popularizada nos termos do ‘talento segue o lugar’, que inclusive não encontra consenso na geografia econômica. No entanto, a contribuição de Florida (2011) têm relevância na perspectiva de análise das categorias profissionais que têm como recurso a ideia, o capital intelectual, como bem imaterial. Esta classe econômica, compartilharia gostos, desejos e preferências.

Gráfico 1 - Participação estimada do PIB Criativo nos Estados brasileiros

¹⁰ Fantaspoa: maior festival de cinema dedicado exclusivamente a filmes de gênero fantástico da América Latina.

¹¹ Análise da pesquisa elaborada pela JLeiva Cultura& Esporte e Datafolha, responsável pela coleta dos dados entre junho e julho de 2017 numa amostra de 621 moradores.



Fonte: Firjan, 2018.

A partir deste argumento inicial, da emergência de uma classe econômica criativa, Florida (2011) apresenta três elementos que têm efeito no desenvolvimento econômico. Estes elementos seriam os 3 Ts do desenvolvimento econômico: talento, tecnologia e tolerância sob a influência teórica das análises de Robert Putnam sobre crescimento regional e capital social, o qual por meio da coesão social seria promovida confiança e poder de entrosamento da comunidade para serem geradas as condições de crescimento econômico. Agregou na sua análise a teoria do capital humano de *Robert Lucas* e *Edward Glaeser*, em que a concentração de pessoas instruídas impulsionaria o crescimento regional. A ideia de criatividade associada exclusivamente à formação de uma classe associada ao conhecimento científico coloca em desvantagem cidades de pequeno e médio porte que não tenham uma estrutura de um sistema de conhecimento para a retenção ou formação de talentos criativos.

Além dos três T's, o autor, também elaborou quatro indicadores que associam talento e tecnologia, diversidade e tolerância a diferentes comunidades como imigrantes e liberdade de gênero, estilo de vida e força de trabalho de setores de alta tecnologia. Ele sublinha o bom posicionamento desses indicadores para as cidades americanas com elevada concentração de empresas de alta tecnologia e entre as mais inovadoras.

A tese da classe criativa suscitou pesquisas semelhantes no âmbito de análises regionais para atribuir essas características a diferentes territórios. *Pratt* (2008) aponta que, aspectos relacionados ao espírito do lugar tem ampla associação com setores criativos e culturais, os quais estão atrelados aos critérios de ampliação de estabelecimentos de redes sociais e de conhecimento e que favorece o ambiente urbano.

Nesse caso, *Pratt* (2008) refere que Florida sustenta que há uma capacidade de geração e promoção da inovação e aprendizagem coletiva como meios para criação de territórios locais e regionais capazes de assegurarem uma configuração específica no território.

No âmbito das estatísticas e pesquisas elaboradas no Brasil, ainda não há uma uniformidade e coordenação na elaboração de uma base estatística oficial para o setor. Há muitas pesquisas, que utilizam definições e metodologias diferenciadas nas suas fontes. Os dados são secundários e um setor com ampla informalidade, que inviabiliza compreender seu real impacto deste mercado de trabalho. Nesse sentido, os estudos setoriais para os núcleos culturais e criativos se tornam prioritários para o Governo como aqueles relacionados aos jogos, audiovisual e editorial com vistas à elaboração e exequibilidade de políticas públicas.

Bem *et al* (2017) elaboraram um estudo para caracterizar a inovação e as indústrias criativas na Região Metropolitana de Porto Alegre considerando como polo de atividades intensivas em tecnologia. Analisaram o Manual de Oslo como referência conceitual para as classificações de atividades e bens criativos em níveis de intensidade tecnológica, considerando o fato de que o setor criativo atua em polos que são intensivos em mão de obra e outros intensivos em capital com alto nível de pesquisa e desenvolvimento. Os resultados indicaram que a Região Metropolitana de Porto Alegre caracteriza-se em concentrar no seu território organizações de alta intensidade tecnológica com relação ao setor criativo.

Nesse sentido, ganha argumentos em defesa de uma Porto Alegre vinculada à inovação e tecnologia, que aliada ao setor criativo à formação de um amplo conjunto de agentes que se mobilizam em torno dessas potencialidades para uma (re) configuração da dinâmica urbana a partir destes elementos.

Cabe referir o importante papel da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) na sistematização de uma estatística para o setor criativo. A Firjan, então, sistematizou o entendimento da cadeia criativa em três grandes áreas como núcleo criativo, atividades econômicas, atividades relacionadas e apoio. A tabela 1 apresenta os dados por categoria do setor criativo entre 2013 e 2017

Tabela 1 – Número de profissionais por setor em Porto Alegre - RS

Setor criativo	Trabalhadores por estabelecimento (mil) Br – POA	
	2013	2017
Arquitetura	2828	2172
Artes Cênicas	108	91
Audiovisual	1147	1033
Biotecnologia	351	418
Design	1270	1117
Editorial	1617	1229
Expressões Culturais	345	452
Moda	167	167
Música	221	206
Patrimônio e Artes	279	230
Pesquisa e desenvolvimento	2239	1826
Publicidade e Marketing	2563	3020
Tic	3764	4356

Fonte: (Firjan, 2019)

No caso, Porto Alegre apresenta um quadro interessante com relação as características atribuídas às dimensões de meio criativo e força de trabalho criativa. O sistema de conhecimento e a força de trabalho cultural e criativa como reconhecidamente presentes no município, que possibilitam a identificação de um circuito da economia criativa.

Ao analisarmos a região metropolitana de Porto Alegre há um registro importante no tocante ao ambiente de inovação. Há, segundo dados da Reginp¹² (Rede Gaúcha de Inovação), cinco parques tecnológicos que abrigam 374 empresas. Os parques tecnológicos congregam a pesquisa, *startups*, laboratórios, residência de empresas consolidadas. Nas incubadoras nascem as “*startups*”, terminologia empregada para atribuir negócios nascentes a partir de ideias inovadoras. Nesse ambiente, também prosperam as aceleradoras, que são empresas privadas interessadas em investir nas empresas nascentes em troca de participação societária aliado a consultoria na gestão.

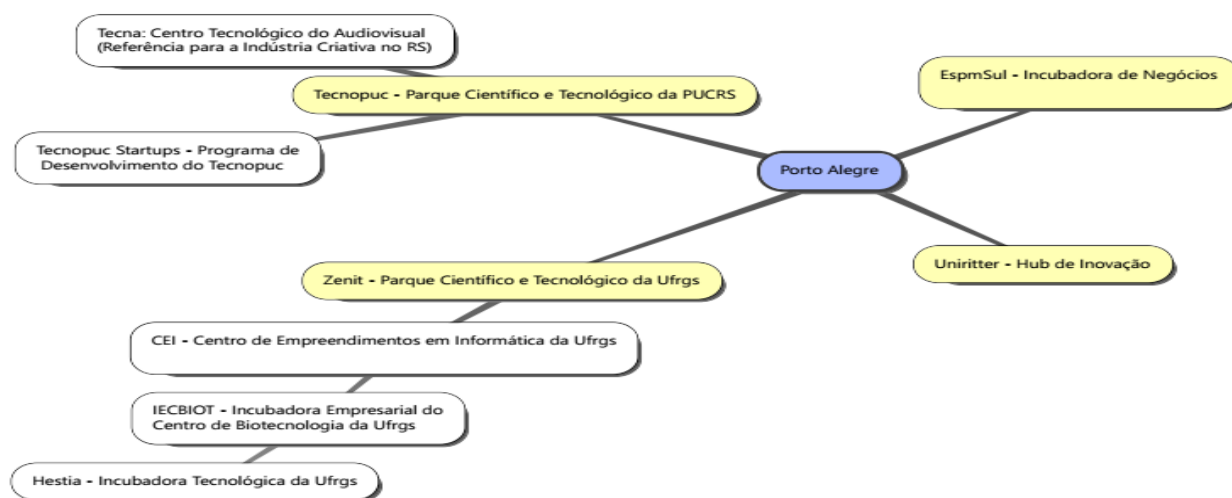
Retoma-se que para fins da pesquisa, optou-se por um percurso nas principais instituições de ensino, que participaram da formação do Comitê da Economia Criativa da Prefeitura Municipal de Porto Alegre e também quando da elaboração do Plano da Secretaria de Economia Criativa. O foco de atuação das universidades seria de ampliação da economia criativa nos territórios, por meio de observatórios de economia criativa e

¹² <http://reginp.com.br/>

editais específicos, que foram elaborados. Além disso, todas atuam no âmbito da pesquisa e de ensino, tanto com cursos de graduação quanto programas de pós-graduação no setor criativo e cultural.

Por isso, se elaborou um percurso pelas incubadoras e *hubs* com vistas a compreender como atuam no âmbito de interação dos elementos inovação, criatividade e cultura dada a polivalência do setor criativo já compreendido por meio da construção taxonômica investigada no segundo capítulo.

Fluxograma 1 - Mapeamento do percurso – Interação das incubadoras e o setor criativo



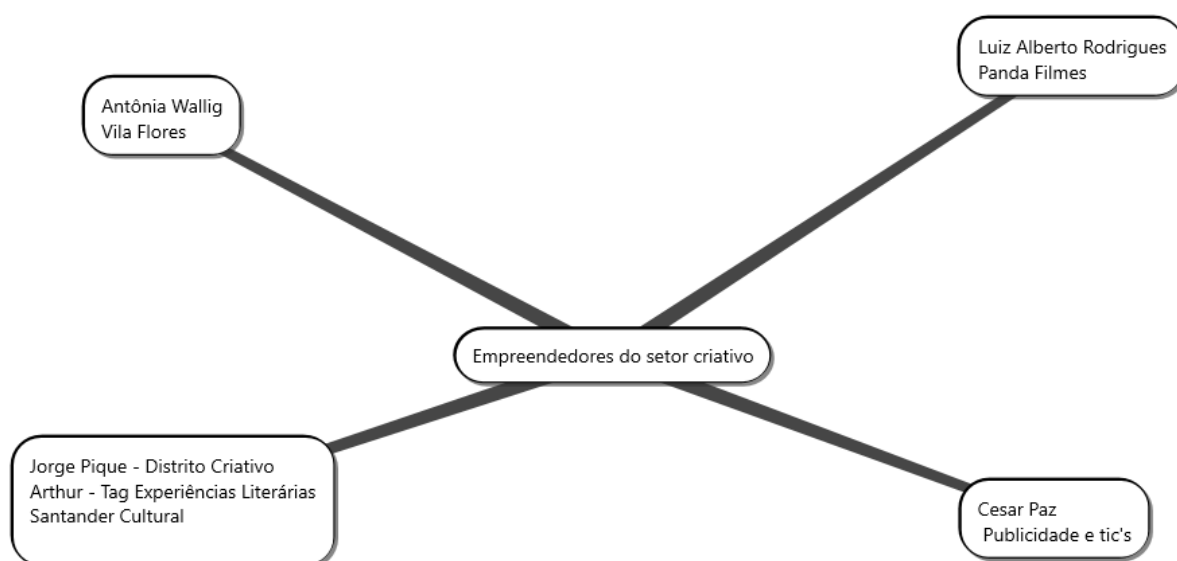
Fonte: Elaboração da autora por meio do *Espresso Mind map*

Na sequência do percurso socializou-se com diferentes agentes, dentre os quais, o Governo Municipal e os empreendedores do setor criativo em Porto Alegre. Buscou-se os mesmos critérios para entrevistas nas instituições de ensino, participação no Comitê e setores do núcleo de produção de bens e atividades culturais e criativas. Obteve-se um vasto mapeamento, contudo restrito a disponibilidade, tempo e retorno para as entrevistas. A não resposta servia como negativa na interação com a pesquisa. Atentou-se para os jornais e seguimento daqueles que, recorrentemente, estavam presentes nos eventos da economia criativa em Porto Alegre. Entre 2017 e 2018 esta pesquisadora dedicou-se à esse propósito. Com a manutenção de dupla residência e conciliação de datas das entrevistas e interação nos eventos obtive entrevista com seis empreendedores do setor criativo. Inclui-a participação como observadora, em 2018, de três reuniões da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPOA), que criou um núcleo de

empreendedores da economia criativa, além da participação de uma Reunião do Comitê de Economia Criativa de POA (maio de 2018).

Para os fins desta pesquisa, considerou-se neste percurso, a entrevista a três empreendedores do setor criativo: Antônia Wallig (Vila Flores), Cesar Paz (*Dex0, EYXO, Mosh, Alright, Nasc, Zeeng*) e Luis Alberto Rodrigues (Panda Filmes), que aqui se apresentam como dados primários, os quais permitem compreender as iniciativas destes agentes a partir de seu circuito local e a interação com a economia criativa.

Fluxograma 2 - Mapeamento do percurso – Empreendedores do setor criativo



Fonte: Elaboração da autora por meio do *Espresso Mind map*

Três entrevistados, representantes da Tag Experiências Literárias, Distrito C e Santander Cultural não se inseriram nas análises desta pesquisa, por isso receberão tratamento em pesquisas futuras sobre o tema.

1.3 Organização da tese

A pesquisa estrutura-se em seis capítulos, inicia com este capítulo 1 de Introdução e segue uma sequência lógica para atender os objetivos específicos. O capítulo 2 tem o

propósito de apresentar a base teórica que orienta os pressupostos para a pesquisa de campo e análise.

O capítulo 3 apresenta uma breve base para análise de implementação da economia criativa e inserção nas agendas governamentais. O capítulo 4 apresenta os meios de endogeneização do setor criativo no espaço urbano de Porto Alegre por meio da construção de um circuito local do setor criativo por meio das incubadoras e *hub* das instituições de ensino e dos empreendedores locais do setor criativo. Apresenta-se também um caderno de fotografia e notas de campo para ampliar o olhar sobre a realidade do setor em Porto Alegre. No capítulo 5 apresenta-se as repercussões com vistas a observar se as ações e iniciativas dos agentes selecionados na pesquisa geram troca e conexão no ambiente urbano. Na sequência, a conclusão com as principais notas e considerações de cada capítulo com vistas a atender o objetivo geral da pesquisa. Por último as referências e apêndices.

2 ARQUITETURA TAXONÔMICA PÓS-MODERNA DA CULTURA

O objetivo deste capítulo é investigar como a cultura e a criatividade se consolidam como elementos da produção nas práticas urbanas da economia capitalista contemporânea. O contexto são as transformações da economia capitalista contemporânea nas cidades e como essas práticas culturais urbanas se manifestam e são absorvidas. Aborda-se uma matriz teórica que emprega os conceitos de valor simbólico, valor econômico da cultura. A concepção de cidades globais de Saskia Sassen (1998), dimensões horizontais e verticais de Milton Santos (2002) e a ótica territorial de Bernard Pecqueur.

Na sequência apresenta-se uma revisão teórica na construção taxonômica do setor criativo e as respectivas metodologias de classificações utilizadas pelos diferentes organismos internacionais, Governos e instituições.

2.1 A cultura e a criatividade como elementos da produção e do consumo nas práticas urbanas na economia capitalista

A sociedade moderna pós-industrial tem seus avanços representada por uma trilogia básica de palavras: criatividade, cultura e conhecimento, pois os avanços que se configuram na sociedade contemporânea estão nelas ancoradas. As principais marcas destas transformações ocorreram por meio dos processos de trabalho, hábitos de consumo, configurações geográficas e geopolíticas, poderes e práticas do Estado.

Um dos principais teóricos sobre a história do capitalismo, *Hobsbawm* (1995) elabora um importante olhar do século XX, por isso, aqui destacam-se os principais reflexos das transformações conferidas pelos modelos de produção que vigoraram entre o pós-guerra até o final dos anos 80, que apontam o quanto a cultura e a criatividade estão refletidas nessas mudanças. Este autor comenta que o período entre 1945 e 1970 seria reconhecido como os anos dourados na economia capitalistas avançadas. A começar pelo pós-guerra, que registraria a recuperação econômica dos países capitalistas desenvolvidos. A urbanização humana viveria seu processo histórico de expansão das taxas de aumento populacional nas cidades, além da explosão imobiliária presentes na fase do modo de produção fordista.

Consequência do *boom* mundial que se deu com a explosão em massa e diversificada dos tipos de produção que viabilizou o aumento do consumo de bens e

serviços antes reduzidos a grupos de indivíduos de renda mais elevada, os avanços das pesquisas científicas do entre-guerras e pós-guerra teriam significativo sentido na aplicação prática dos modos de vida dos indivíduos. *Hobsbawm* (1995, p. 260) conduz a observarmos que três aspectos foram fundamentais: o rádio, por exemplo, alcançaria diferentes espaços geográficos, a “revolução verde” alteraria os padrões de consumo alimentares. A lista de novidades tecnológicas seria interminável, como televisão, discos de vinil, fitas cassetes e *compact discs*, pequenos rádios transistorizados. A característica principal desses produtos seria a portabilidade que consagraria a ampliação e alcance desses produtos em diferentes mercados.

As economias de mercado desenvolvidas despenderiam cada vez mais no processo de invenção e produção com elevadas taxas de investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D) com vistas a estimular o crescimento econômico e consolidar as vantagens competitivas dessas economias.

O “país desenvolvido” típico tinha mais de mil cientistas e engenheiros para cada milhão de habitantes na década de 1970, mas o Brasil tinha cerca de 250, a Índia 130, o Paquistão uns sessenta, o Quênia e a Nigéria cerca de trinta (UNESCO, 1985, tabela 5.18). Além disso, o processo de inovação passou a ser tão contínuo que os gastos com o desenvolvimento de novos produtos se tornaram uma parte cada vez maior e mais indispensável dos custos de produção. (*HOBBSAWM*, 1995, p. 261)

A terceira característica apontada pelo mesmo autor refere-se ao fato que as novas tecnologias eram capital intensivo e exigiam mão de obra qualificada. A dependência era de um mercado consumidor. Para tal, a reestruturação da economia capitalista por meio do avanço dos processos de globalização e internacionalização se justificavam para a modernização econômica que caracterizariam as circunstâncias da industrialização em países com diferentes níveis de desenvolvimento.

Nos anos 70, portanto, se consolidaria um pacto que seria favorecido nos países industrializados por uma formação entre a classe dominante e as classes subalternas por meio de emprego e salário compatível com as circunstâncias que o modo de vida, então, exigia.

Em paralelo, a tal abordagem cronológica das transformações promovidas pelas condições capitalistas de produção e consumo, colocamos a perspectiva de Furtado (2008), o qual explica, que o ideal do progresso amalgamou os interesses antagônicos.

Justificado por um pressuposto de existência de um excedente que “abre aos membros de uma sociedade um horizonte de opções”. Seria a ruptura no plano da racionalidade para modificar o meio em que atua, em que o comportamento seria criador de um novo contexto.

O campo do possível amplia-se, e a racionalidade passa a requerer uma visão mais abrangente da realidade. Assumindo a criatividade, o agente impõe a própria vontade, consciente ou inconscientemente, àqueles que são atingidos em seus interesses pelas decisões que ele toma. Implícito na criatividade existe, portanto, um elemento de poder. (...) A faculdade de transformar o contexto em que atua eleva o agente à posição de elemento motor do sistema econômico. (FURTADO, 2008, p. 37)

O autor evidencia que o propósito da inovação para fins do processo de acumulação capitalista se tornou um instrumento de poder, cujas bases se amparavam no conhecimento como elemento difusor desse processo. Nessa perspectiva, a acumulação¹³ assume o papel de elemento dinamizador de evolução social. O processo de reestruturação do sistema de poder teria como elementos propulsores o “desvio do excedente das obras de prestígio e do consumo conspícuo”. (FURTADO, 2008, p. 63)

O propósito de Furtado (2008) na obra, *Criatividade e Dependência*, que nos serve de referência é explicar como a industrialização emergiu como difusão na sociedade, especialmente, relacionada em paralelo com a heterogeneidade social do mundo dependente, no qual a industrialização ocorreu sob condições e circunstâncias diferentes das economias de capitalismo avançado. Furtado (2008, p. 98) expõe “Em síntese: o desenvolvimento das forças produtivas em condições de dependência não engendra as transformações sociais que estão na base da valorização da força de trabalho”.

Em especial, surgiram aspectos relacionados à ideologia do desenvolvimento distinta da do progresso em função de um economicismo estreito dentro de um quadro de dependência externa conforme o autor defende: “A ideia de progresso foi, principalmente, usada com vistas a favorecer um pacto social entre grupos de classes que se sabiam com interesses antagônicos. (...) a ideia de desenvolvimento como performance internacional apresenta-se dissociada das estruturas sociais, simples expressão que é de um pacto entre grupos internos e externos interessados em acelerar a acumulação. (2008, p. 107-108)

A civilização material engendrada pela industrialização não é outra coisa senão o conjunto de manifestações externas de um processo de criatividade cultural

¹³ Furtado (2008, p. 63) refere que Acumulação *stricto sensu* é apenas a transferência no tempo do uso final de recursos disponíveis em um momento dado.

que abrange outras esferas da vida social. (...) sendo o desenvolvimento a expressão da capacidade de criar soluções originais aos problemas específicos de uma sociedade, o autoritarismo, ao bloquear os processos sociais em que se alimenta essa criatividade, frustra o verdadeiro desenvolvimento. (FURTADO, 2008, p. 109-110)

O desenvolvimento representado como mudança social ganha nitidez quando relacionado à ideia de criatividade. O autor explica que o processo de criatividade cultural é representada pelas potencialidades do homem, que em níveis de acumulação muito baixos construíram civilizações que não foram superadas. “O teatro, ao permitir aos gregos aprofundar sua identidade cultural, penetrar nas raízes míticas do subconsciente coletivo, enriqueceu-lhes a vida no nível da visão do mundo e do conhecimento de si mesmos”. (FURTADO, 2008, p. 112)

Nesse aspecto, Furtado (2008, p. 113) nos explica que a inventividade criadora é ampla e evolui dentro de um espaço estruturado que são exemplificados pelo teatro grego e as recitações de Heródoto em praça pública. “A sociedade primeiramente reproduz-se e ao fazê-lo imprime uma coerência diacrônica à cultura. A dialética da inovação encontra aí limites dos quais só se libera quando se produzem as descontinuidades referidas”.

Em sequência, Furtado esclarece que a cultura oriunda da revolução burguesa expõe a racionalidade como produto implícito que ordenam e submetem a criatividade. Ou seja, há uma subordinação de todas as formas de atividade criadora à racionalidade instrumental.

O propósito do autor é explicar que as energias criadoras foram canalizadas e postas a serviço do desenvolvimento das forças produtivas. Para tal, exemplifica que a pesquisa científica representa o que foi posto a serviço da invenção técnica tendo como objetivo a eficiência do trabalho e da diversificação dos padrões de consumo.

Os impulsos mais fundamentais do homem, gerados pela necessidade de auto-identificar-se e de situar-se no universo – impulsos que são a matriz da atividade criativa: a reflexão filosófica, a meditação mística, a invenção artística e a pesquisa científica básica -, de uma ou outra forma foram subordinados ao processo de transformação do mundo físico requerido pela acumulação. Atrofiaram-se os vínculos da criatividade com a vida humana concebida como um fim em si mesma, e hipertrofiaram-se suas ligações com os instrumentos que utiliza o homem para transformar o mundo. (FURTADO, 2008, p. 114)

Fica evidente com base na obra deste autor, o entendimento de que a economia capitalista tem seu processo de acumulação em duas bases, a inovação, que diferencia as

categorias de consumidores e a difusão, que gera homogeneização de formas de consumo. Esta última, como alavanca do processo de acumulação, coloca a atividade criadora sob suas condições na principal expressão universal da sociedade, a invenção do estilo de vida.

De uma maneira geral, todas as formas que assume a criatividade humana podem ser postas a serviço do processo de acumulação. Mas são aquelas cujos resultados são por natureza cumulativos – a ciência e a tecnologia – que melhor satisfazem as exigências desse processo, o que lhes vale o lugar privilegiado que ocupam na civilização industrial. (...) as energias criadoras do homem tenderam a ser canalizadas para áreas circunscritas e progressivamente subordinadas à lógica dos meios. (FURTADO, 2008, p. 117)

A inovação se consagra como base da acumulação, que é inseparável de transformações sociais. Pois, a inventividade no plano das formas sociais é tão importante quanto em outros contextos.

Nesse contexto, o pós anos 70 teria o modo de vida da sociedade configurado a partir da influência da inventividade nas formas sociais. Os reflexos seriam sentidos nas cidades, que absorveriam toda a racionalização e automatização de produção e consumo de massa de bens materiais expostos anteriormente. Harvey (1976) reflete que essas mudanças não representariam a pós-modernidade, seriam sim, meios de gerar uma efervescência, que traria o conceito de pós-moderno. O pós-moderno seria representado pela heterogeneidade, a diferença como força libertadora na redefinição do discurso cultural. Nessa conjuntura, emergiram práticas estéticas que consolidariam a distinta classe de consumidores culturais.

Harvey (1976, p. 32) ilustraria que essas circunstâncias seriam reflexos do modernismo da fase inicial do modelo fordista exposto pelo fascínio da técnica, velocidade, pelo sistema fabril. “(...) da capacidade técnica mutante de reproduzir, disseminar e vender livros e imagens a público de massa, e a invenção da fotografia, do filme (rádio e televisão) mudaram radicalmente as condições materiais de existência dos artistas e, portanto, seu papel político e social”.

O rompimento com essa perspectiva viria com o pós-modernismo explicado por Harvey (1976, p. 45) que expõe o seguinte “(...) era hora de construir para as pessoas e não para o Homem”. Por isso, a cidade representaria a manifestação dessa cisão a partir da renovação urbana como propósito do planejamento urbano a partir da consolidação da fase de acumulação flexível.

Ou na perspectiva de Bell (1978, p.20) citado por Harvey (2001), que descreve o pós-modernismo como a exaustão do modernismo através da institucionalização dos impulsos criativos e rebeldes por aquilo que ele chama de “a massa cultural” (os milhões de pessoas que trabalham nos meios de comunicação, no cinema, no teatro, nas universidades, nas editoras, nas indústrias de propaganda e comunicações que processam e influenciam a recepção de produtos culturais sérios e produzem os materiais populares para o público de cultura de massas mais amplo).

Essa transição seria reflexo dos fermentos culturais de base urbana que estiveram na raiz da virada pós-moderna evidenciadas pela emergência da cultura pop, a moda efêmera e pelo gosto da massa vistas como um sinal do hedonismo inconsciente do consumismo intelectual.

É importante compreendermos a experiência do espaço e do tempo na vida social com vistas a esclarecer vínculos materiais entre processos político-econômicos e processos culturais. Na proposição de *Frédéric Jameson* (2013), na sua exposição no Fronteiras do Pensamento¹⁴, o renomado pesquisador explica que a textura e a estrutura do tempo presente se chama pós-modernidade, em que, as características básicas e primeira é a suplantação do tempo pelo espaço. O espaço e a espacialidade (o tema do espaço), a realidade política e estética do espaço ultrapassou uma velha ênfase modernista do tempo.

Harvey (2001) explica que o capitalismo tem práticas e processos materiais de reprodução social em permanente mudança e isso se reflete nas qualidades objetivas como os significados do tempo e espaço modificados. A compreensão é que há uma contestação um sentido único e objetivo de tempo e de espaço com base no qual possamos medir a diversidade de concepções e percepções humanas. Harvey (2001, p. 189) “A objetividade do tempo e do espaço advém, em ambos os casos, de práticas materiais de reprodução social; e, na medida em que estas podem variar geográfica e historicamente, verifica-se que o tempo social e o espaço social são construídos diferencialmente”. Ou seja, os diferentes modos de produção ou formação social tem intrinsecamente um agregado específico de práticas e conceitos do tempo e do espaço modificados.

¹⁴ Evento que ocorre anualmente em Porto Alegre, RS, com pesquisadores e personalidades reconhecidas mundialmente.

Nesta abordagem teórica do espaço-tempo na vida social, a perspectiva de Harvey (2001, p. 204) sobre a prática espacial é compreendida em quatro dimensões: acessibilidade e distanciamento, apropriação e uso do espaço, domínio do espaço e a produção do espaço examinada como novos sistemas (reais ou imaginários) de uso da terra, de transporte e comunicação, de organização territorial são produzidos, e como surgem novas modalidades de representação (por exemplo, TIC's, mapeamento computadorizado ou design), as quais, não são independentes umas das outras. Fornecem sentido no horizonte de relações sociais específicas de classe, gênero, comunidade, etnicidade e são “usadas” e “trabalhadas” no curso da ação social. Portanto, o autor defende que há diferentes sentidos de tempo na vida social, pois cada relação social contém seu próprio sentido de tempo.

Harvey (2001) explica que a formação social é explicada por tipologias, as quais são extraídas de *Gurvitch* (1964), uma ideia de tempo acelerado está vinculada à formação social do capitalismo competitivo e especulativo, do tempo explosivo associado a formação social originadas por revoluções e transformações radicais de estruturas globais dentre outras tipologias.

Essas combinações servem de orientação ao processo de transição do sentido de tempo implícita na mudança de práticas culturais modernistas para os pós-modernistas. A partir dos anos 70 as transformações são vitais para a experiência espaço-tempo que provocou a virada para o pós-modernismo. *Harvey* (2001, p. 208) utiliza-se da abordagem de *Lefebvre* para designar tempo e espaço como fonte de poder social (...) a progressiva monetização das relações da vida social transforma as qualidades do tempo e do espaço. A definição de um “tempo e um lugar para tudo” muda necessariamente, formando uma nova estrutura de promoção de novos tipos de relações sociais”.

Nessa perspectiva, emprega-se a proposição de *Harvey* (2001) em que, o pós-modernismo é alguma espécie de resposta a um novo conjunto de experiências do espaço e do tempo, uma nova rodada da “compressão do tempo-espaço” que acompanha as transformações no modelo de acumulação capitalista.

A transição do fordismo para a acumulação flexível foi acompanhada de uma aceleração da produção, em paralelo, aceleração da troca e consumo com o aumento da circulação das mercadorias a uma velocidade maior. A arena do consumo ganha uma projeção para o consumo de massa, estilo de vida voltado para recreação e jogos, do

consumo de bens para o consumo de serviços culturais como diversão, espetáculos, eventos e distrações. Especialmente, pelo tempo de vida menor desta categoria de bens.

As consequências desta aceleração seriam sentidas na influência que repercutiria nos modos pós-modernos de pensar, sentir e agir vinculados à volatilidade e efemeridade observados nos produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias e ideologias, valores e práticas estabelecidas. Com destaque para o domínio da produção de mercadorias, que teriam na instantaneidade e descartabilidade os valores e virtudes.

Em relação a especialidade não seria diferente “[...] as qualidades do lugar passam a ser enfatizadas em meio às crescentes abstrações do espaço. A produção ativa de lugares dotados de qualidades especiais se torna um importante trunfo na competição espacial entre localidades, cidades, regiões e nações”. (HARVEY, 2001, p. 266)

A condição pós-moderna, a qual *Harvey* (2001) sustenta com louvor, situa-se no contexto histórico de sucessivas ondas de compressão do tempo-espaço pressionadas pela acumulação do capital no seu empenho de reduzir o espaço por meio do tempo e da redução do tempo de giro.

Jameson (2013) explica que a pós-modernidade é a face cultural e superestrutural da globalização, em que a infraestrutura é a realidade econômica. Por isso, o principal fenômeno espacial é a globalização. A nova obra pós-moderna tem seu consumo na ideia da obra. A obra é uma mistura de teoria e singularidade- não é material – a consumimos como uma ideia mais do que como processo sensorial. O ponto de partida é a economia, a qual estabelece que o conceito de singularidade está equiparado ao derivativo¹⁵.

O efeito de singularidade pós-moderno é do mesmo tipo único deste instrumento financeiro único, de momento chamado derivativo. São o resultado da situação da globalização. Qualquer coisa pode existir, abraçar a efemeridade e concordar em existir por um curto tempo, como um evento do que como um objeto durável. Nenhuma descrição do pós-moderno pode ignorar a centralidade da economia pós-moderna, que pode ser caracterizada como domínio do capital financeiro sobre a produção à moda antiga. *Jameson* (2013) nos explica que a descrição básica da pós-modernidade deve ser lida com uma descrição apropriada do capitalismo financeiro. A singularidade tem contextos diferentes, sua visibilidade pode ser percebida no científico, como algo que

¹⁵ Derivativo – Produto financeiro, que tem sua precificação derivada de algum bem físico.

conhecemos ou não foi explicado (o futuro – os androides de inteligência sobre-humana, a ideologia modernista da arte como criação de algo novo, nominalismo).

A cultura se tornou um espaço de desenvolvimento irregular, um senso de escala global, transformada pelas perspectivas tecnológicas das novas mídias. *Jameson* (1996) reflete que não se trata somente de uma ruptura cultural, mas também, com a chegada de uma sociedade pós-industrial como Daniel Bell empregou. É conhecida também como a sociedade do consumo, sociedade das mídias, sociedade da informação, sociedade eletrônica ou *hightech*.

Este autor interpreta que não é toda a produção cultural pós-moderna pois, o pós-moderno trata de um campo de forças no qual vários tipos bem diferentes de impulso cultural com formas “residuais” e “emergentes” de produção cultural têm que encontrar seu caminho.

Da obra de *Andy Warhol a Edvard Munch*, há um conjunto de ações que nos permitem compreender o contexto pós-moderno. Enquanto uma é centrada na mercantilização, que enfatiza o fetichismo das mercadorias na transição para o capitalismo tardio como crítica política, o outro, *Munch*, na consagrada obra, O Grito, representa a experiência da solidão e da ansiedade, na qual, aponta que a alienação é deslocada pela sua fragmentação, por isso, a dinâmica da patologia cultural assim caracterizada. (*JAMESON*, 1996)

Essa fragmentação poderia se associar à ideia de personalidade unificada em favor da experiência “esquisita” da perda do eu no tempo indiferenciado, conforme explica *Connor* ao interpretar a obra de *Jameson*, em ensaio sobre a Lógica da Cultura no Capitalismos Pós-Moderno. Nesta obra, a fórmula que conecta as principais características da sociedade pós-moderna “[...] a aceleração dos ciclos do estilo e da moda, o crescente poder da publicidade e da mídia eletrônica, o advento da padronização universal, o neocolonialismo, a revolução verde – ao pastiche esquizoide da cultura pós-moderna é o apagamento do sentido de história”. (*CONNOR*, 2012, p. 43)

Jameson (1996) deixa aberto quais seriam os aspectos de oposição da cultura pós-moderna ou como sobreviver às suas tendências mais malignas.

A caracterização da pós-modernidade consolida-se em termos socioeconômicos como representada pela organização econômica global. É o contexto contemporâneo representado pela intensificação de suas formas e energias. Por isso, utiliza a obra de

Ernest Mandel para apoiar-se ao distinguir três etapas do capitalismo. O capitalismo de mercado, capitalismo monopolista (mercados mundiais organizados em torno do Estado-Nação) e a fase pós-moderna do capitalismo multinacional ou do capitalismo de consumo, que constitui “a mais pura forma de capital que já emergiu, uma prodigiosa expansão do capital para áreas até então não atingidas pelo mercado.” (*CONNOR*, 2012, p. 44 *apud JAMESON*, 1987)

As imagens, estilos e representações não são acessórios promocionais de produtos econômicos, são a própria expressão da atividade econômica em si. A tecnologia da informação, além de dinamizador dos ciclos de troca e de lucro, torna a mercadoria mais importante. A cultura é expressa como uma explosão por todo domínio social, desde o valor econômico, do poder do estado às práticas se tornam todas culturais. (*CONNOR*, 2012)

Asseguramo-nos na ideia de *Jameson* (2013) sobre o que caracteriza a pós-modernidade reside na globalização da economia global no âmbito socioeconômico cultural. Nesse sentido, sugere-se que o lugar, sobretudo o tipo de lugar representado pelas cidades já não tem mais importância. O local de trabalho flexibilizado por conta das *tic's* consagra a cidade não mais como a unicidade da localização industrial. Contudo, as novas configurações na centralidade territorial representam as demandas globais para o exercício do trabalho. *Sassen* (1998, p. 16) comenta que “As indústria da informação necessitam de uma vasta infra-estrutura física que contenha nós estratégicos, com uma hiperconcentração de determinados meios”.

A reflexão de *Sassen* (1998) é “se as telecomunicações não tornaram as cidades obsoletas, pelo menos alteraram sua função econômica, transformando-a em uma economia global?” A partir disso, podemos associar ao caráter simbólico das atividades econômicas, especialmente aquelas vinculadas à cultura e à inovação, pois, estas atividades agregam o valor necessário àquelas cidades, que *Sassen* (1998) denomina de “cidades globais¹⁶”

Muitas cidades perderam suas funções, além disso, essa hierarquia global e regional constitui territórios cada vez mais periféricos e excluídos de grandes processos

¹⁶ *Sassen* (1998) caracteriza as cidades globais a partir de: pontos de comando na organização econômica mundial; lugares e mercados fundamentais para as indústrias e serviços de destaque; e, lugares de produção e produção de inovações.

econômicos, que alimentam o crescimento econômico na nova economia global. (1997, p. 17). Sob esse aspecto as montanhas de desigualdades constituídas se fazem presentes nas cidades das economias avançadas quanto nas cidades das economias menos desenvolvidas.

O elenco de cidades multiculturais e globais tem como elemento em comum a centralidade como as cidades de Nova York, Londres, Tóquio, Paris, Frankfurt, Zurique, Amsterdã, Sidney e Hong Kong e outras mais.

O sentido da globalização econômica tem nos seus processos a reconstituição de complexos de produção concretos, situados em lugares específicos, e que contêm uma multiplicidade de atividades e interesses, muitos dos quais desligados de processos globais. “Focalizar as cidades permite-nos especificar uma geografia dos lugares estratégicos em escala global, bem como as microgeografias e a política presente nesses lugares.” (SASSEN, 1998, p. 16)

Por mais que os conceitos de economia da informação e telemática “sugerem que o lugar não importa mais e que o único tipo de trabalhador que conta é o profissional com sólida formação (...). Em resumo, a narrativa predominante preocupa-se com os altos, e não com os baixos, circuitos do capital.” (SASSEN, 1998, p. 19)

Nesse ponto, nota-se a coincidência da globalização econômica com a pós-modernidade, há um relato de pertencimento, ou com o lugar, quando considera-se os componentes que caracterizam a economia da informação global. Além disso, não se considera a pluralidade de diferentes dimensões de atividades profissionais. O setor de serviços teve uma expansão significativa representada pelas áreas de tecnologia, publicidade e propaganda e finanças, especialmente, no circuito superior de produção global, onde localizam-se as cidades globais mais representativas, conforme *Sassen* (1998).

Nesta pesquisa, têm-se como base o fluxo do comércio de bens criativos e culturais sob a perspectiva do circuito superior e inferior, para tal, nossa referência teórica conceitual é a obra de Santos (2008) sobre o “Espaço Dividido”, que coloca como diferença fundamental entre as atividades do circuito inferior e as do circuito superior baseada nas diferenças de tecnologia e de organização. Para Santos (2008, p. 43) “[...] o circuito superior utiliza uma tecnologia importada e de alto nível, uma tecnologia “capital

intensivo”, enquanto no circuito inferior a tecnologia é “trabalho intensivo” e frequentemente local ou localmente adaptada ou recriada”.

Conforme, expõe-se fica visível que o capitalismo contemporâneo tem sua dinâmica num sistema de produção cognitiva cultural, o qual encontra no modelo de comunidades urbanas adequadas para construir sociabilidade, solidariedade e participação democrática. (SCOTT, 2010)

A expansão do capitalismo tanto histórica quanto geograficamente realiza-se com padrões e níveis crescentes de urbanização. As condições impostas por essa tendência requerem à formação de grandes agregações de capital físico e trabalho humano. Nessa ordem quanto maior essa concentração maior as chances de concentrar firmas, que amparam-se nesse tipo de interdependência funcional. (SCOTT, 2010, p. 3)

Este mesmo autor explica que os centros urbanos representam os reflexos do conjunto de materialidades dessas especificidades das formas e conteúdo do capitalismo, conforme o tempo e lugar. Há um novo padrão urbano, que direciona um distanciamento entre diferentes camadas da força de trabalho. Contemporaneamente, a atividade produtiva envolve tecnologias digitais e organização flexível que sustentam a expansão de setores que prosperam de inovações, da diversidade de produtos e da provisão de serviços personalizados.

Todas as atividades e bens produzidos incorporam as tecnologias digitais, principalmente, a de bens e atividades culturais, pois são setores de tecnologia intensiva de diferentes categorias de serviços. Nessas circunstâncias, acompanha-se uma precariedade no mercado de trabalho, especialmente, porque a concentração de produtos com alto conteúdo cognitivo cultural são monopólios de economias avançadas.

Apresenta-se assim, uma nova ordem, na qual os diferentes perfis de trabalhadores buscam diversidade e progresso em suas carreiras que possibilitem trajetórias autogerenciadas. Além disso, essa condição pós-moderna do capitalismo, encontra repercussão nas metrópoles. Como Scott (2010, p. 10) apresenta: “[...] que podem ser chamados de *hubs* da nova economia com nós dentro do sistema de produção cognitiva cultural engrenado com mercados globais”. Caracterizam-se as formações de clusters regionais de produtores dos setores cognitivo cultural dada a propensão à aglomeração pelas economias externas de escala e de escopo, que fluem de aspectos seletivos de sua operação em conjunto com localidades particulares.

Há crescimento rápido de setores cognitivo culturais e na crescente formação de distritos industriais intra-urbanos voltados para produção cognitivo cultural, que pode ser exemplificado com produção de alta tecnologia e software na Baía de São Francisco, a indústria do entretenimento em *Hollywood* e entorno, centros de negócios em Nova York e Londres e os mundos da moda de Paris e Milão. O espraiamento destas categorias produtiva cultural depara-se com transformações do espaço intra-urbano como a valorização social e econômica das áreas antigas de centro da cidade e de seu entorno. Acrescenta-se a renovação de velhas zonas industriais e comerciais da cidade para prover novos espaços para acomodar atividades de produção e consumo de alto nível. (SCOTT, 2010)

Exemplos não faltam para demonstrar essa tendência atual como as fachadas de *Baltimore* e as docas de Londres. O quarteirão Norte de *Manchester* e Quarteirão de Indústrias Culturais de *Sheffield*, que aspiram desenvolverem-se como *hubs* dinâmicos de pequenas empresas criativos como gravadoras de música, laboratórios de mídia, eletrônica, estúdio de design de moda e similares.

Elites urbanas, em todas as partes do mundo, estão crescentemente comprometidas na busca de projetos como os citados, em tentativas de asseverar a visibilidade de suas cidades, como focos de interesse cultural e de promessa econômica na nova ordem global. (SCOTT, 2010, p 11)

Sem dúvidas, há uma convergência do econômico e do cultural no contexto contemporâneo do capitalismo. Scott (2010) e Jamenson entendem como a cultura se submete de forma endêmica a condição de reduzir a intensidade simbólica e aumentar a condição do efêmero.

Há uma penúria pública e declínio nas condições de vida urbana, que nutrem discursos e a crença num modelo urbano capaz de desencadear elementos que tragam benefícios econômicos e culturais. O ponto alto é atrair capital humano e elevar a ‘fabricação’ do urbano para estabelecer uma referência na escalada do cume mais alto da globalização a clamar por influência econômica e cultural.

Scott (2010) coloca que o poder de gerar desenvolvimento econômico local reside na dependência lógica de produção, aglomeração e especialização regional. “Enquanto o conteúdo afetivo simbólico dos produtos finais se torna ainda mais presente, o consumo

destes produtos tem impacto direto e indireto na consciência humana e na orientação ideológica e este processo gera externalidades para todos.

É visível que a racionalização do espaço geográfico, vinculada à emergência de um meio técnico-científico-informacional e constitui o suporte das principais ações globalizadas. Os espaços da globalização ou da mundialização estão reunidos em redes. Incorporam materialidade e ação.

A rede técnica mundializada atual é instrumento da produção, da circulação e da informação mundializadas. Nesse sentido, as redes são globais e, desse modo, transportam, o universal ao local. É assim que, mediante a telecomunicação, criam-se processos globais, unindo pontos distantes nessa mesma lógica produtiva. É o funcionamento vertical do espaço geográfico contemporâneo. (SANTOS, 1999, p. 268)

O sistema técnico descrito por Santos (1999) nos dá configurações marcantes como a difusão e a intensidade, com a qual a inovação técnica se espalha. A era da informação trouxe a coalizão pós-industrial com a combinação da tecnologia digital, política de livre mercado e mercados globais. Desse modo, o território vai incorporando essa racionalidade instrumental e torna-se imperativos nas práticas sociais e econômicas da vida urbana.

Por isso compreender que o espaço urbano é visto como condição e meio da realização de toda dinâmica social, onde se estabelecem, conforme o sentido que as relações se assentam. É no espaço urbano que incorpora a racionalidade e práticas de vida em prol de articulações dos agentes que produzem esse espaço e suas redes de ação, de suas articulações locais de agentes responsáveis pela dinâmica da cidade. Quais sejam os agentes sociais e empreendedores do setor criativo e o Estado.

Ou seja, diante de uma pluralidade de sujeitos como eles convergem para um mesmo tipo de ação mesmo que hierarquicamente diferentes? Trindade Junior (1998) comenta que essa convergência se dá pelas redes que representam instrumentalização de seus interesses por meio de coligações que viabilizam suas ações. É a partir da territorialidade, instrumentalizada por meio de redes, que convergem interesses de agentes e, desse modo, garante a apropriação do espaço por parte de um determinado agente social, como também sua permanência. No contexto da economia global, novas estratégias de produção emergem em nível territorial como alternativa de desenvolvimento.

Pecqueur (2009) ao interpretar a obra de Fukuyama sobre o fim da história nos diz que há uma tendência homogeneizadora do processo de globalização no sentido de totalidade – em escala mundial – de eliminação das particularidades. Ou seja, a uniformização das condições de produção reduzidas a uma mesma escala.

Nesse caso, é na cidade que se produz conhecimento e tecnologia, onde atuam as tensões e, onde também, se reage frente às contradições. Por isso, *Pecqueur* (2009) interpreta que o processo de urbanização em escala mundial reforça a ideia de arquipélago pela baixa interconexão com as economias locais.

Pecqueur (2009) se inspira na concepção shumpeteriana para explicar o meio empreendedor corresponde ao caráter endógeno da inovação, visto como resultado de uma construção social. Os atores públicos e privados combinam produtos e serviços que se vendem localmente. Nas configurações territoriais os processos produtivos incorporam conhecimento e a informação como recursos produtivos essenciais. Os agentes econômicos reagrupam-se para aprender. Essa ligação está amparada nas regras da cultura, enquanto experiências compartilhadas e formalizadas enquanto tais.

Como a globalização está incorporada localmente a vantagem que torna o espaço urbano diferenciado é a vantagem da diferenciação. Essa diferenciação depende da qualidade do caráter específico de um produto, na governança local e na lógica de territórios combinadas as hipóteses de proximidade geográfica combinadas a coordenação de atores ancorados num espaço físico. (*PECQUEUR, 2009*)

A descrição de *Pecqueur* (2009) nos serve como exemplo de elementos locais para enfrentar as tensões da economia global no território. É no território que emergem dois focos inseparáveis do ponto de vista de Santos (1999) o da inseparabilidade do “funcional” e “territorial” pois há dois arranjos e duas segmentações.

De um lado, há extensões formadas de pontos que se agregam sem descontinuidade, como na definição tradicional de região. São as horizontalidades. De outro lado, há pontos no espaço que separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia. São as verticalidades. O espaço se compõe de uns e de outros desses recortes, inseparavelmente. É a partir dessas novas subdivisões que devemos pensar novas categorias analíticas. (SANTOS, 1999, p. 225)

As horizontalidades se ligam às relações com o lugar por meio das técnicas e da estrutura social, ou seja ao *locus* de uma cooperação mais limitada. Já as verticalidades ocorrem em relação aos diferentes momentos da produção (circulação, distribuição, consumo) é o veículo de uma cooperação mais ampla.

[...] as verticalidades são vetores de uma racionalização superior e do discurso pragmático dos setores hegemônicos criando um cotidiano obediente e disciplinado. As horizontalidades são tanto o lugar da finalidade imposta de fora e de longe, quanto o da contrafinalidade, localmente gerado. (SANTOS, 1999, p. 227)

O território, então, tem duas forças que atravessam sua configuração, uma força centrípeta como fator de convergência, de homogeneização e de aglomeração, pois resulta do processo econômico e do processo de produção, por isso elemento que conduz a processos de verticalização. A força centrífuga é fator de desagregação, pois retira da região elementos do seu próprio comando a ser baseado fora e longe dali.

Com isso, podemos compreender que a horizontalidade é uma reação local, em que as bases são processos de agregação como relações de proximidade, de vizinhança, na qual é possível desenvolver uma solidariedade ativa e aumentar a eficácia política. A verticalidade não dá ênfase às interdependências, como vetores de uma racionalidade superior e do discurso pragmático dos setores hegemônicos cria-se um cotidiano obediente e disciplinado.

A abordagem teórica que emprega-se nesta pesquisa é reconhecer a tendência hegemônica de reinvenção do capital no processo histórico, em especial, na sua forma contemporânea, que tem na criatividade e na cultura, face de um discurso pragmático. Que configura as cidades sob uma perspectiva atrativa na qualidade do lugar, na necessidade dos espaços urbanos se tornarem globalmente semelhantes e atrativos, desde que comporte os parâmetros necessários para tornar estas cidades em zonas de inovação, culturais, tecnológicas e globais para atrair mão de obra qualificada, capital humano, consequentemente, empresas transnacionais ou empreendimentos locais inspirados numa categoria produtiva que tem a cultura e a criatividade, enquanto novidade, representam a mudança urbana como base para sua expansão, qual seja a “*creative industries*”.

2.2 ‘Creative Industries’ uma abordagem taxonômica a partir da cultura e economia criativa

A cultura enquanto objeto da economia capitalista inserida nas práticas de produção, distribuição e consumo tem destaque constante nas diferentes fases dos modos de produção. Em maior medida, ocupa papel de recurso no contexto atual do capitalismo,

dada a necessidade de reinvenção do capital, reveste-se cada vez mais os bens e as atividades de significados cognitivos e simbólicos.

O propósito inicial é estabelecer uma leitura teórica sobre cultura, posteriormente, situar uma estrutura teórica com base na compreensão conceitual de cultura, nos processos que configuraram a indústria cultural e a economia criativa para embasar a análise das atividades e bens culturais e criativos.

Há um entendimento, de que a cultura tem sentido amplo e agrega percepções que convergem para os aspectos dos modos de vida dos indivíduos na sociedade. Em geral, prepondera a compreensão da totalidade da formação do homem, que inclui como elementos fundamentais, o conhecimento, crenças, valores e costumes. *Barth (2000)* ao analisar a cultura nas sociedades complexas expõe que ela é reflexo de mudança contínua, conforme as circunstâncias de vida.

A realidade de todas as pessoas é composta de construções culturais, sustentadas de modo eficaz tanto pelo mútuo consentimento quanto por causas materiais inevitáveis. Esse consentimento, ao que tudo indica, está incrustado em representações coletivas: a linguagem, as categorias, os símbolos, os rituais e as instituições. O que os antropólogos chamam de cultura de fato torna-se fundamental para entender a humanidade e os mundos habitados pelos seres humanos. (*BARTH, 2000, p. 111*)

Na mesma ordem de compreensão, *Williams (2000)* destaca que a cultura é ordinária, ou seja, a sociedade humana possui sua própria forma, seus significados e propósitos, que se refletem nas instituições, nas artes e na educação. A sociedade tem seu fazer na busca de significados e direções comuns, e eles surgem no debate pressionado pela experiência, contato e descoberta.

Neste sentido, *Williams (2000)* afirma que a cultura que caracteriza as sociedades humanas é organizada/organizadora via o veículo cognitivo da linguagem, a partir do capital cognitivo coletivo, dos conhecimentos adquiridos, das competências aprendidas, das competências vividas, da memória histórica, das crenças míticas de uma sociedade.

Assim, há certa convergência prática entre (i) os sentidos antropológico e sociológico de cultura como “modo de vida global” distinto, dentro do qual percebe-se, hoje, um “sistema de significações” bem definido não só como essencial, mas como essencialmente envolvido em todas as formas de atividade social, e (ii) o sentido mais especializado, ainda que também mais comum, de cultura como “atividades artísticas e intelectuais”, embora estas, devido à ênfase em um sistema de significações geral, sejam agora definidas de maneira muito mais ampla, de modo a incluir não apenas as artes e as formas de produção intelectual tradicionais, mas também todas as “práticas significativas” – desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o

jornalismo, moda e publicidade – que agora constituem esse campo complexo e necessariamente extenso. (WILLIAMS, 2000, p.13)

Essa convergência contemporânea exposta por *Williams* para explicar a cultura, também culmina com uma percepção da complexa totalidade social experimentada de forma concreta pelos sujeitos articulados entre si. A ideia de hegemonia traduzida como “propósito político que, permeando instituições, relações e consciência, é menos, portanto, uma ação unilateral do dominador e mais a produção do senso comum, algo bastante geral, e a naturalização de práticas que parecem efetivamente tomar a totalidade do espaço existente.” (MIGLIEVICH, 2016, p. 5)

Nessa matriz de agentes que compõem a cultura, *Williams* escolheu a palavra sentimento para explicar, que de um lado há o sentido processual da experiência (social) e, de outro o, da consciência da prática em movimento. *Miglievich* (2016) explica que as “estruturas de sentimento” são formas emergentes que representam a ordem ou “perturbações”. A ideia é que a estrutura dos sentimentos dê conta de significados e valores tais como são sentidos e vividos. (RIDEN, 2006, P.230 *apud* MIGLIEVICH, 2016)

A estrutura dos sentimentos de *Williams* deve ser difusa e indefinida capaz de driblar a hegemonia. É explicada como noção de manifestações emergentes e pré-emergentes, de resistência e oposição às práticas e ideologias hegemônicas. O legado deste conceito de *Williams* reside na compreensão da mudança e como ela ocorre e como as formas culturais sobrevivem inclusive como recurso de esperança.

Hall (1997) evidencia a centralidade da cultura como o lugar que esta ocupa no contexto das tendências e direções contraditórias da mudança social. Este autor explica que houve uma materialização da palavra cultura justificada pela expansão os meios de produção, circulação e troca cultural por meio das tecnologias e revolução da informação.

Tais aspectos expõem a cultura num sentido de incorporação de novas redes de relações de sociedades com diferentes raízes históricas, modos de vida e estratégia de desenvolvimento. Assim, *Massey* (1995) *apud* *Hall* (1997) refere que alguns lugares estejam submetidos a uma geometria de poder, o qual explica que a diferença é o elemento que a cultura global precisa para prosperar, em função de que, contudo um produto local se converta num produto mundial, isso não faz com que se torne uniforme e homogêneo, pois há uma produção de novas identificações globais e novas identidades locais.

Sob esse contexto, a emergência do que denomina de “virada cultural” é explicada como processo de revolução conceitual, a qual tem como eixo centralizador, o paralelo das questões culturais com outros processos sociais, econômicos e institucionais. A cultura, logo, é percebida como condição constitutiva e não variável dependente. Associa a ‘virada cultural’ a novas atitudes em relação a linguagem, pois se vincula ao somatório de diferentes formações discursivas aos quais a língua recorre com o propósito de significar às coisas. “A forma como vivemos é expressa como prática cultural e discursiva. De forma, constante observa-se que cada instituição ou atividade social gera e requer seu próprio universo distinto de práticas e significados”. (HALL, 1997, p. 13)

Além disso, o autor citado, nos orienta sobre a percepção do poder sobre a vida cultural, a qual tem a capacidade de influenciar a configuração geral da cultura. A relação entre cultura e poder nos possibilita olhar quem exerce o poder de controle sobre a cultura e quais as forças que deveriam exercer a regulação cultural.

Nesse caso, importante fazer um retrospecto do surgimento da indústria cultural que emergiu no contexto da revolução industrial, ou seja, quando a cultura de massa se consolidou com os meios de comunicação de massa, que surgiram como funções do fenômeno da industrialização. Por meio das alterações que produziu no modo de produção e na forma de trabalho humano que determinou um tipo particular de indústria cultural no final do século XIX.

Assim, a indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização. É esta, através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho humano, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho. (TEIXEIRA COELHO, 2006, p. 10)

Assim, a indústria cultural¹⁷ é caracterizada, em paralelo, de acordo as transformações sociais, econômicas e políticas. Como a revolução industrial, capitalismo liberal, economia de mercado, sociedade de consumo. A cultura de massa se apresenta como momento histórico desta denominada categoria. O poder de penetração dos meios

¹⁷ Teixeira Coelho (1997, p.14) explica que é importante situar uma teoria crítica a indústria cultural. E um dos caminhos utilizados é a orientação de *Dwight MacDonald* sobre três formas de manifestação cultural: superior, média e de massa (cultura inferior). A cultura média é “designada como *midcult*, que remete ao universo dos valores pequeno-burgueses; e a cultura de massa (...) de *masscult*. (...) cultura superior: são todos os produtos canonizados pela crítica erudita, como as pinturas do Renascimento, as composições de Beethoven, os romances “difíceis” de *Proust* e *Joyce*, a arquitetura de *Frank Lloyd Wright* (...)”.

de comunicação se torna praticamente irrefreável, em que o ápice, a qual está vinculada é o fenômeno do consumo no século XX estruturada no capitalismo monopolista. (TEIXEIRA COELHO, 1997)

A origem da indústria cultural coincide com o surgimento da Escola de *Frankfurt* em 1922 vinculada a um grupo de pesquisadores do Instituto Pesquisa Social da Universidade de *Frankfurt*. Também como alusão a teoria social denominada de Teoria Crítica. A popularização do termo indústria cultural seria oriunda do sentido de cultura de massa elaborada por *Horkheimer*, então, um dos principais expoentes da Escola de *Frankfurt*. A intenção de *Horkheimer* seria constituir uma teoria crítica interdisciplinar da sociedade, em que as bases seriam estruturadas por uma análise empírica e reflexão filosófica.

O propósito de sua pesquisa era investigar os conflitos entre forças produtivas e relações sociais de produção dentro de um contexto do capitalismo monopolista. *Horkheimer* apresenta como disciplina central da teoria crítica a economia política e complementa com a psicologia social e a teoria da cultura. (ADORNO & HORKHEIMER, 1985)

Então, *Horkheimer* junta-se a Adorno, a partir da teoria da cultura, articula uma abordagem para a indústria cultural. Para esses autores, a sociedade capitalista promoveria uma atomização dos indivíduos. Dessa forma, para agrupar e controlar esses indivíduos com seus egos vulneráveis se faria necessário uma centralização das instituições, ou seja, a criação de uma “indústria cultural” que, com seus vários setores, fosse capaz de orientar ações desses indivíduos e a manutenção da sociedade seria mantida. (MACHADO, 2009, p. 87)

Os autores recusam o termo cultura de massa, pois entendem que a produção de cultura na sociedade capitalista obedeceria os mesmos princípios de produção econômica, ou seja, aqueles associados à lógica comercial. Por isso, o conceito de indústria cultural, pois os produtos são adaptados ao consumo das “massas”, que resulta portanto na determinação desse consumo.

Logo, tudo que se produz nessa indústria é considerado “mercadoria”, e condizente com o conceito definido por Marx como unidade de valor de uso e valor de troca. (MACHADO, 2009)

A lógica e a necessidade são os elementos de percepção da realidade para *Horkheimer*. Porém, na atualidade, a concepção dos processos sociais requer abordagens, na qual haja ressignificação das práticas de consumo. Os bens culturais como explica Machado (2009) possuem valor cultural, pois servem de referência na constituição de suas identidades, por isso a racionalidade instrumental não seria suficiente para orientar o indivíduo. Essa associação que a autora elabora está ancorada em *Simmel* (2006) que defende a ideia de que a sociedade significa convivência sociável.

(...) esse aspecto marca o lazer moderno, em que os indivíduos afirmam suas subjetividades, aproximando-se e distanciando-se uns dos outros integrando-se a certos grupos. Tal como se observa na concepção *simmeliana*: trata-se do indivíduo na sociedade e da sociedade no indivíduo. (MACHADO, P. 92, 2009)

Adorno e Horkheimer (1985, p. 22) na seminal obra *A Dialética do Esclarecimento*, explicam que o “[...] esclarecimento está atrelado a ciência, a qual dá fim a singularidade histórica. Não há substitutividade na ciência. Se há, não há Deus. A substitutividade converte-se na fungibilidade universal”. A totalidade é expressa na arte, a qual exige a dignidade do absoluto, num contexto que a diferenciação técnica e social e a extrema especialização levaram a um caos cultural. Na unanimidade do progresso, com a expansividade do aço, aumento das construções e projetos de urbanização o indivíduo estava submetido ao poder absoluto do capital.

Horkheimer e Adorno (1985) apontam que o esclarecimento seria a mistificação das massas, compreendido como elemento que consumiu os símbolos e os conceitos universais. Quando a arte não se reconhece como conhecimento e isola-se da práxis, ela é tolerada como prazer pela práxis social. Assim, a substitutibilidade se apresenta como veículo do progresso e também da regressão.

A cultura contemporânea tem como unanimidade o progresso. Nas palavras dos autores, a diferenciação técnica e social e a extrema especialização levaram ao caos cultural. Estabelecem-se padrões por meio do poder da técnica, em que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade e a racionalidade técnica representa a racionalidade da própria dominação. Seria o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma. (*HORKHEIMER & ADORNO*, 1985, p. 100)

[...] A técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. Isso, porém, não deve ser atribuído a uma lei evolutiva da

técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual.” (HORKHEIMER & ADORNO, 1985, p. 100)

“As obras de arte são ascéticas e sem pudor, a indústria cultural é pornográfica e puritana. (...) A individualidade sempre reproduziu a fragilidade da sociedade, nesse sentido, a indústria cultural subjugou a individualidade”, esses trechos extraídos de Horkheimer e Adorno (1985, p. 115) expõem as contradições presentes na universalidade da cultura reduzida a totalidade da indústria cultural, a qual depende da mimese do consumidor para substitutibilidade por meio da publicidade.

Como Machado (2009) bem analisou, as configurações contemporâneas dos modos de vida já vão além da perspectiva do homem reduzido a sua racionalidade instrumental. Esta não é suficiente para explicar a dualidade da relação indivíduo e sociedade. Assim, por exemplo, os bens culturais e criativos que emergem a partir da incorporação da tecnologia da informação e da comunicação, que inclusive consagra e reinventa novas mercadorias e serviços em novas categorias de análise absorvendo o conhecimento, inovação e valor simbólico como elementos de diferenciação.

É nesse conjunto de análise, que a categoria economia da cultura e economia criativa podem ser compreendidas, pois agregam uma série de bens e atividades não contemplados pela indústria cultural. Inclusive com sua leitura e interpretação superada e contextualizada a partir da Escola de Frankfurt, pois, cultura e criatividade podem ser compreendidos como duas instâncias que podem ser conciliadas, uma vez que, promovem o valor econômico e cultural dos bens culturais.

Os bens e serviços culturais representam criatividade em sua produção, incorporam um certo grau de propriedade intelectual e transmitem um significado simbólico. O modelo da indústria cultural é centralizado no lugar de origem das ideias criativas, que irradia para fora conforme as ideias se combinam cada vez mais com outros aportes para dar lugar a uma gama de produtos cada vez mais amplo. (THROSBY, 2001)

Por isso, o modelo da indústria cultural está estabelecido nos círculos concêntricos, em que a arte ocupa o centro e outros ao redor. Conforme se identifica o uso de ideias criativas em um contexto de produção cada vez mais amplo.

Uma importante contribuição teórica, que emprega-se aqui são os autores *Beugelsdijk & Maseland* (2011), os quais apresentam uma relação fundamental da economia com a antropologia. Uma vez que, o entendimento nesta obra apresenta a

cultura ligada a identidade coletiva da comunidade e também como diferença entre as sociedades. Claro que ambas as áreas de conhecimento não falam a mesma coisa sobre o papel da cultura no desenvolvimento econômico. Nesse sentido, o fundamental é identificar as demais dimensões relacionadas ao conceito. Na antropologia, a cultura é identificada com sistema de significados. Como definido por *Gertz* (1973, p. 89) *apud* *Beugelsdijk & Maseland* (2011, p. 13) define cultura como “um padrão de transmissão histórica de significados corporificada no símbolo, um sistema de concepções herdadas expressados nas formas simbólicas de significados dos quais homens comunicam, perpetuam e desenvolvem seus conhecimentos sobre atitudes em relação a vida.”

A cultura, então, é elemento que liga/une os homens. É um aspecto distintivo de grupos, é também um sinal para distinguir grupos. É identificada como subconjunto de instituições relacionadas para a identidade coletiva da sociedade. Identidades coletivas não são dadas, mas são construções fluidas. A partir disso, definem cultura como aquele comportamento e estrutura ideal que são considerados essenciais para a identidade construída para a comunidade. (*BEUGELSDIJK & MASELAND, 2011*)¹⁸

Contudo, a cultura seja elemento de nossa configuração social, a ciência econômica reconheceu sua significância na construção de modelos a partir do pós-guerra. Sob a compreensão de que, a cultura sempre foi tratada como meio de identificar: padrões, comportamento herdados e inquestionáveis e estão em desacordo com modelos econômicos como constituídos pelos agentes racionais. A perspectiva econômica, nesse período, reconheceria o comportamento individual. Nesse sentido, expunha o distanciamento que ocorria, uma vez que, a ciência econômica buscava por padrões universais de comportamento, enquanto a cultura, padrões e visões de comportamento em diferentes sociedades. (*BEUGELSDIJK & MASELAND, 2011*)

A partir dos anos 70, pesquisas econômicas introduziram questões de fora do padrão teórico econômico, o qual não teria tido suficiência para explicar crises econômicas. Então, dada a expansão do pensamento econômico, incorporou-se a teoria econômica em outras esferas das ciências sociais, que incorporaram elementos da racionalidade dos modelos econômicas. O reconhecimento das falhas como limitações dos modelos econômicos promoveu a incorporação dos elementos de outras esferas das

¹⁸ Tradução e interpretação da autora.

ciências para a ciência econômica, como a psicologia, a sociologia entre outras para complementar a análise econômica.

Então, os modelos são considerados de racionalidade limitada, em função da falta de informação e incerteza sobre resultados. Nessa abordagem, a cultura é considerada uma variável exógena, a qual pode ter diferentes considerações na análise econômica como: formação das preferências (gostos do consumidor), fonte de escassez como restrição e elemento de desvio dos modelos, que podem orientar diferentes caminhos sugeridos pelo modelo estudado.

Ou seja, se rememorarmos de forma resumida, a história do pensamento econômico percebe-se que o estudo da cultura foi incorporado gradualmente as transformações epistêmicas da ciência econômica. As características extraídas para os bens culturais correspondem um conjunto de aspectos, dentre os quais: não serem reproduzíveis e sim de caráter prototípico; são serviços consumidos no momento de sua produção (teatro) e o valor está incorporado na mensagem simbólica que emitem. Os economistas clássicos como Smith, Ricardo e Marshall consideraram estes bens raros, por isso, não considerados na análise econômica clássica.

Outra característica está na consideração do conceito de ócio, o qual tem marco analítico para a ciência econômica. *Ruskin* traria uma crítica significativa para avançar a discussão de que, a arte e a cultura gerariam riqueza e bem-estar a sociedade como ingredientes básicos da civilização. (PAVÓN *et al.*, p. 200, 2017)

Já a perspectiva de Keynes considerava o bom uso do ócio para o consumo de bens culturais. Acrescentaria na sua análise o financiamento da cultura com fundos públicos.

Logo, torna-se consagrada com área de estudo pós-reformulação do estudo da economia com *Robbins*. O aprofundamento das discussões ocorreria com a obra de *Baumol e Bowen* denominado de *Performing arts: the economic dilemma*. Estes autores aplicaram a análise econômica para um bem e serviço cultural, em específico, as artes cênicas tendo como resposta a necessidade de fomento público para que não desaparecessem e subsídios aos preços para incrementar a participação do público. Outra contribuição viria com o trabalho de *Becker* com o enfoque econômico do comportamento humano e do ócio, este último, tem como definição o tempo livre dedicado as atividades de entretenimento.

Para Veblen (1995) apud Aguado, Palma y Pavón et al (2017) “el ocio esta localizado en una clase ociosa (“derrochadora”) que se esfuerza en mostrar su emancipación del trabajo productivo (...) Sintetiza-se com o pensamento de Becker (1965, p. 463) a la asignación y el uso eficiente del tempo no laboral pueden ser ahora más importantes para el bienestar económico que el tempo de trabajo”.

Aguado, Palma e Pavón (2017) concluem que os bens e serviços culturais são insumos-chave para produzir o bem básico de ócio que se denomina de experiência cultural, no marco das funções de produções domésticas. O bem é derivado de um ato intencional dos próprios indivíduos dirigido a aumentar seu acervo cultural e de conhecimentos, que denomina-se de participação cultural.

A consolidação deste campo de estudo ocorreu com a publicação de importantes linhas editoriais por reconhecidas instituições de pesquisa¹⁹. A cultura não é homogênea e estática, é fenômeno em evolução cambiante, diverso e com múltiplas facetas. Logo, para Throsby (2001) o impulso econômico tem como especificidade no individualismo, ou seja, como expressão dos desejos individuais dos membros da sociedade. O impulso cultural considera como uma reunião de desejos individuais dos membros da sociedade determinada pelos tipos de expressão cultural em referência nas definições de cultura.

En 1991, la economía de la cultura obtiene su reconocimiento en la taxonomía del discurso económico. En efecto, el sistema de clasificación del Journal of Economic Literature (JEL) sitúa la producción intelectual en la categoría Z (otros temas especiales), en la subcategoría Z1: economía de la cultura. Y em 2001 se creó la subcategoría Z11: economía Z11: economía de las artes y la literatura (Towse, 2005). Las primeras revisiones de literatura fueron publicadas por Throsby (1994), em el JEL, y Blaug (2001), en el JEL, y Blaug (2001), en el Journal of Economic Survey, donde agrupan la subdisciplina em los siguientes ámbitos de análisis: Throsby: formación del gusto por las artes, mercados de obras de arte, características de las artes escénicas, mercados de trabajo de los artistas y políticas hacia las artes. Blaug: formación de gustos em las artes, oferta y demanda de bienes y servicios culturales, industria de las comunicaciones, mercado del arte, historia económica de las artes, mercado de trabajo de los artistas, enfermedad de los costos, organizaciones artísticas sin ánimo de lucro y subsidios públicos a las artes. (AGUADO, PALMA Y PÁVON, p. 214-215, 2017)

¹⁹ Como marcos fundadores da constituição da economia da cultura como um campo próprio de estudos e investigações devem ser destacados: a publicação, em 1966, do artigo de William Baumol e William Bowen, *Performing arts: the economic dilemma* (Baumol, Bowen, 1966); a criação, em 1973, pelo professor William Hendon da Universidade de Akron, em Ohio, do *Journal of Cultural Economics*, também ele responsável pela organização, em 1979, em Edinburg, da *First International Research Conference on Cultural Economics*; o surgimento da *Association for Cultural Economics International* (Acei) – que, passou a responder pela edição do *Journal of Cultural Economics* – da *Fédération européenne des associations pour l'économie de l'aculture* (Fedae), ambas criadas em 1993; e a publicação, em 1994, no *Journal of Economic Literature*, do artigo de David Thorsby intitulado *The production and consumption of the arts: a view of cultural economics* (THROSBY, 1994)”. (MIGUEZ, P. 28-29, 2009)

O campo de estudo tem a trajetória marcada com a incorporação de bens culturais na análise econômica a partir do consumo e participação centrados nos custos e financiamento conforme explicação de *Aguado, Palma & Pavón* (2016).

La economía de la cultura como subdisciplina de la economía, cincuenta años despues del trabajo seminal de Baumol y Bowen, cuenta com âmbitos de análisis claramente distintivos en el análisis económico y se presenta como una area dinàmica de especialización perfectamente situada em la economia en temas como la formación del gusto por los bienes culturales (adición racional, aprendizaje a través del consumo); las formas organizativas y de gestión de las instituciones artísticas y culturales (teatros,, galerias, museos); el mercado de trabajo de los artistas y el análisis del processo de creación de bienes culturales y la incorporación de los bienes culturales en los planes de desarrollo como um recurso estrategico capaz de generar riqueza y empleo. (AGUADO, PALMA & PAVÓN, P. 220, 2016)

Os principais aspectos para *Aguado, Palma e Pavón* (2016) que são chaves para compreender os bens culturais diz respeito a teoria do valor e a modelização do consumo. Além disso a compreensão destes autores utilizando a abordagem de *Blaug* (2001) sobre o avanço da discussão do tema na ciência econômica reside no teórico e empírico. Com uma elaboração mais refinada sobre preceitos básicos e as estimações de relações empíricas fundamentais. Outra abordagem empregada pelos autores é a de *Caves* (2000), que em geral, atribui que as discussões são mais concentradas no âmbito das políticas públicas, em especial de financiamento. Por isso, este autor, aborda os aspectos voltados a tomada de decisões e os contratos próprios de atividades, em que o insumo principal é o trabalho criativo de artistas e sua relação com outros tipos de trabalhos mais rotineiros.

Consequentemente, os principais *journals*, nos últimos anos, tem apresentado estudos sob a ótica da oferta de temas relacionados a ‘*creative industries*’ e direitos de propriedade intelectual. Essa tendência acompanha a evolução das discussões em alguns países, que introduziram a temática de política cultural como uma política econômica. E, muitas perspectivas teóricas surgem em razão desse quadro, que ramifica o campo teórico da economia da cultura para a economia criativa e, consequentemente, incorpora-se elementos da economia do conhecimento no amplo campo analítico dessa emergente categoria, que dialoga estreitamente com a economia da cultura.

A economia criativa origina-se entre a fronteira teórica da cultura e do conhecimento e suas dimensões. Essa abordagem tem recebido amplos olhares teóricos, pois não abarca somente atividades e processos culturais, mas também reconhece atividades e processos culturais como núcleo de uma nova economia com repercussões

da revolução tecnológica. Nasce como um novo paradigma catalisado pelas tecnologias digitais, a partir da década de 90 se tornam mais capilares, com o objetivo de ampliar as possibilidades de criar demanda e serviços num contexto majorado pelos processos globais, em que por exemplo, a composição de uma música pode ocorrer em diversos territórios. E, conseqüentemente, produtos circulam com maior rapidez.

É reconhecida como um conjunto de atividades econômicas baseados no talento criativo, que geram produtos e serviços com inovação, agregação de valor. É recorrente encontrarmos uma associação ampla da economia criativa com outras categorias ligadas as mudanças nos modelos de negócios e flexibilização da força de trabalho.

Além disso, é corrente na literatura sobre o tema identificar a associação nesta categoria outras abordagens como o conceito de classe criativa, que aponta relação de dualidade entre talento e lugar, pois a emergência de um trabalhador cultural e criativo passou a protagonizar uma ação determinante na formação dos elementos simbólicos de uma sociedade pós-industrial, na qual as indústrias culturais se tornaram sujeitos no contexto da desindustrialização das economias avançadas.

Essas abordagens para a economia criativa, em paralelo, acompanham o contexto do modo de produção econômica internacional, especialmente mobilizado via terceirização ou manufatura remota, em que cidades perdem seus empregos nas manufaturas e procuram potencialidades para atrair novos investimentos. Neste âmbito, a cultura surgiu como um recurso para atrair capital humano, com as facilidades culturais há uma repercussão nos investimentos, nas infraestruturas em grande escala que são visadas pelas elites consumidoras.

É possível utilizar o conceito de reprodutibilidade técnica de Benjamin (2014) para explicar que, a partir da reprodução tecnológica ampliaram-se diferentes bens e serviços culturais como as obras de arte, como bem evidencia este autor ao analisar os efeitos da revolução tecnológica com a impressão na década de 1940. Aqueles bens de valor simbólico e prestígio trouxeram profundas mudanças na dinâmica da produção cultural e consumo no pós-guerra.

Na atualidade, as tecnologias de comunicação com a expansão da comunicação em rede expõem uma nova configuração da reprodução de bens culturais e criativos, que basicamente, tem na P&D, modelos de inovação, no sistema nacional de inovação e no capital humano os recursos de produção de ampla escala. A criatividade se torna

insumo/entrada para diferenciação do indivíduo nesta nova economia, ou seja, seu valor se amplia quanto maior a criação e desenvolvimento de ideias. (*SELTZER & BENTLEY, 1999*)

Quando se analisa a construção taxonômica da economia criativa, observa-se a necessidade de uma estruturação institucional para direcionar os princípios norteadores dessa nova economia, que dialoga com a cultura e com a economia do conhecimento.

Potts e Cunningham (2008) referem a economia criativa como marco teórico voltado para a formulação de estratégias de desenvolvimento, em que as indústrias criativas são o centro dinâmico do crescimento e inovação tecnológica. De outro modo, a economia da cultura representa um marco teórico sob o enfoque da formulação de políticas públicas para a cultura, por meio de bens e serviços que geram valor econômico. Há em comum os elementos cultura, criatividade e inovação, mas com a implicação de políticas públicas diferenciadas, mas não excludentes.

A pioneira experiência britânica apresentou um setor cultural que emergiu como dreno líquido na economia, a qual foi promovida a conectá-la ao crescimento econômico e política de inovação. A ênfase do conjunto de bens e serviços estendeu-se aos domínios mais comerciais de moda, design, novas mídias, videogames e similares. (*POTTS, 2011*)

The economics of creative industries framework thus emerged through a focus on the growth and development benefits of creative industries at multiple levels, from entrepreneurship, urban regeneration, regional development and national economic growth (Hartley et 2005, Work Foundation 2007). (POTTS, 2011, p. 5)

Os êxitos econômicos apresentados pela experiência britânica, logo se difundiram nos países europeus e organismos multilaterais de desenvolvimento, que disseminaram diretrizes taxonômicas em termos globais. A economia criativa emerge e se consolida em múltiplos níveis, do empreendedorismo, regeneração urbana, desenvolvimento regional e crescimento econômico nacional. Soma-se a perspectiva evolucionária que ganha protagonismo nos dias de hoje com a expansão do empreendedorismo, trajetórias de inovação e funcionamento do mercado, argumentos defendido por *Potts (2010)*

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (2010) ao estabelecer os pressupostos conceituais para economia criativa configura primeiro as dimensões do principal insumo desta categoria econômica, que é a criatividade, seja como artística, científica e econômica, as quais em comum envolvem em maior ou menor intensidade a criatividade tecnológica e são inter-relacionados. O capital criativo depende

da interação do capital social, cultural, humano e institucional. O escopo da economia criativa é determinado pela matriz de bens e atividades vinculados ao setor criativo ou comumente o termo global ‘*creative industries*’.

A “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo. É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial; No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas. (UNCTAD, 2010, p. 10)

A Unctad (2010) vêm gradualmente abordando a economia criativa como a perspectiva de que o desenvolvimento econômico e a cultura não caracterizam fenômenos distantes, são eventos materializados como parte do processo de desenvolvimento sustentável. Em que tanto, o crescimento econômico e cultural ocorrem em simultâneo. Esta organização escolheu uma abordagem multidimensional. E reproduz como conceito de economia criativa como “qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual visando ao maior mercado possível”. (UNCTAD, 2010, P. 07)

A diferenciação para a Unctad das atividades são *downstream* com foco mais visível no mercado – publicidade, editorial e mídias – e atividades *upstream*, essencialmente de artes tradicionais como teatro, dança, visuais – o modelo formulado por esse organismo considera as indústrias culturais um subconjunto da indústria criativa. O grau de novidade aqui apresentado tem no vasto escopo de constituição do modelo, a possibilidade de integração das mais variadas atividades – produtos e serviços- que percorrem o patrimônio cultural até novas tecnologias indutoras do desenvolvimento econômico de diversos países. (PACHECO, BENINI E MARIANI, 2018, p. 141)

Então, o recorte conceitual das indústrias criativas considerado pela Unctad (2008, 2010 e 2013) e resumidos por Pacheco *et al* (2018) são ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseados em conhecimento,

focadas entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos de serviços e industriais; constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial.

Em seu relatório a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2013) estabelece que:

La economía creativa debería ser vista “como un complejo sistema que obtiene su ‘valor económico’ a partir de la facilitación de la evaluación económica; un sistema que produce atención, complejidad, identidad y adaptación a través del recurso primario de la creatividad”. (Cunningham, Banks y Potts, 2008:17). Según esta visión, las industrias culturales y creativas son pioneras, nutriendo de disposiciones sociales generales que estimulan la creatividad y la innovación, y con las que se trabaja em beneficio del conjunto. No obstante, los críticos destacan que los mecanismos que permiten que esta creatividad se irradie nunca se identifican con claridad, aunque parece completamente plausible que las expresiones culturales pueden ser una fuente de ideas, historias e imágenes que pueden ser reproducidas em otras formas em diferentes sectores económicos. (UNESCO, 2013, p. 21)

Fica evidente na construção taxonômica tanto para Unctad quanto para Unesco o recorrente reconhecimento de que a geração de valor econômico é gerado a partir da criatividade adjacentes ao conhecimento e no talento individual e coletivo (...) que têm potencial para criação de riqueza e empregos por meio da geração e da exploração de ativos criativos, à exemplo da propriedade intelectual e dos direitos autorais”. (PACHECO, BENINI E MARIANI, 2018, p. 135)

A dinâmica de consumo, então, depende de valor gerado a partir de um ativo criativo. Sendo assim, tornou-se necessário configurar informações e a categorização das indústrias e setores, em conformidade com as especificidades de cada nação. A reflexão que se pontua aqui é como esses organismos delineiam a concepção de especificidade sob uma escala nacional, quando por exemplo, países como o Brasil, a especificidade é muito diversa, inclusive em termos de desenvolvimento, desigual.

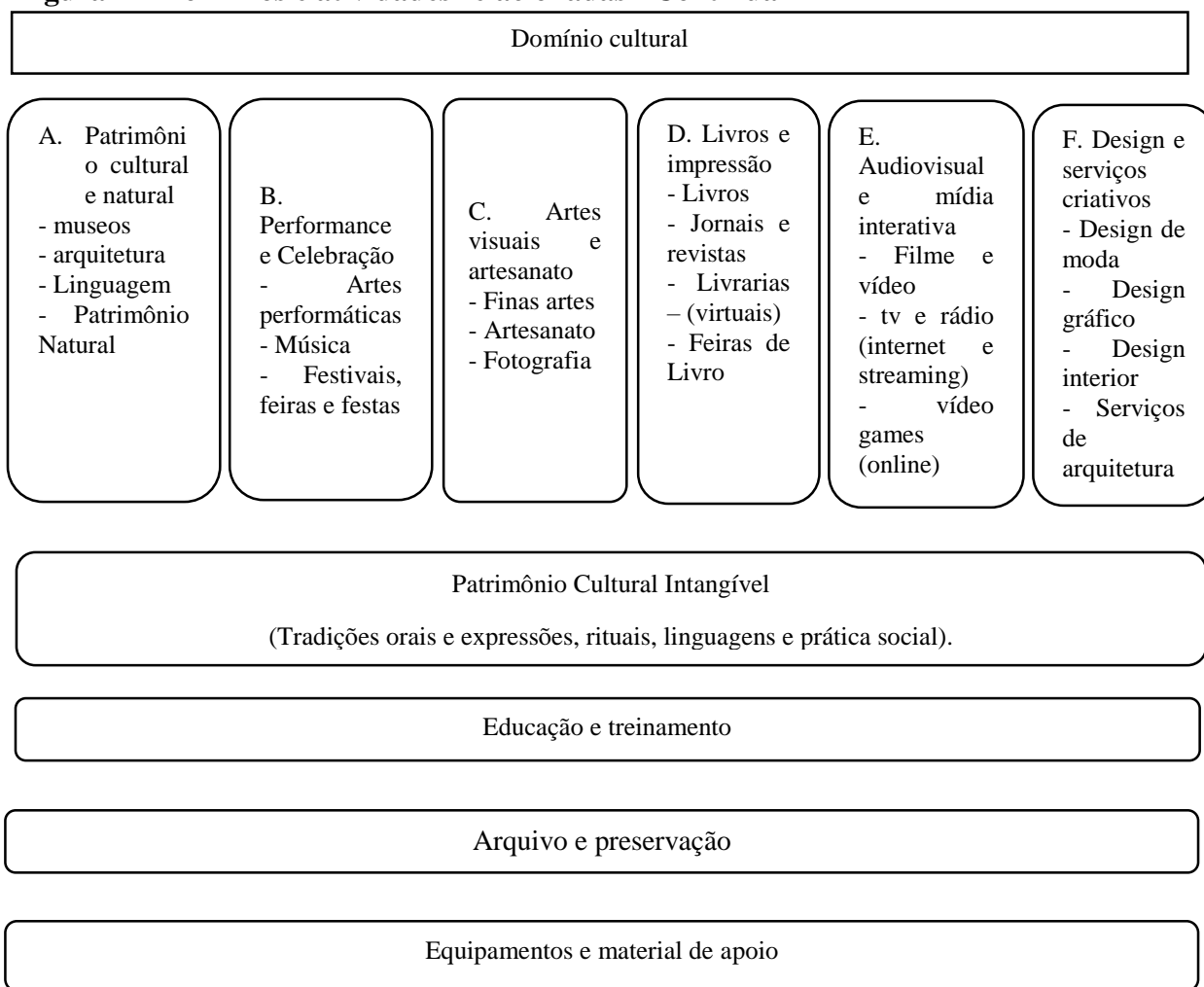
A própria categoria da economia criativa é amplamente capilarizada no âmbito do reconhecimento das atividades e bens criativos em pequenos e médias empresas; formação de novos arranjos de negócios e apoio disponibilizado pelo Estado para a expansão desta categoria.

Os organismos multilaterais como Unctad e Unesco disseminam o discurso com a intenção de traduzir o tema a partir do relatório fundador, conforme institucionalização

do tema nos países do Reino Unido e da Austrália. As iniciativas institucionais nacionais começam a se ampliar no âmbito global tanto na economias desenvolvidas e em desenvolvimento.

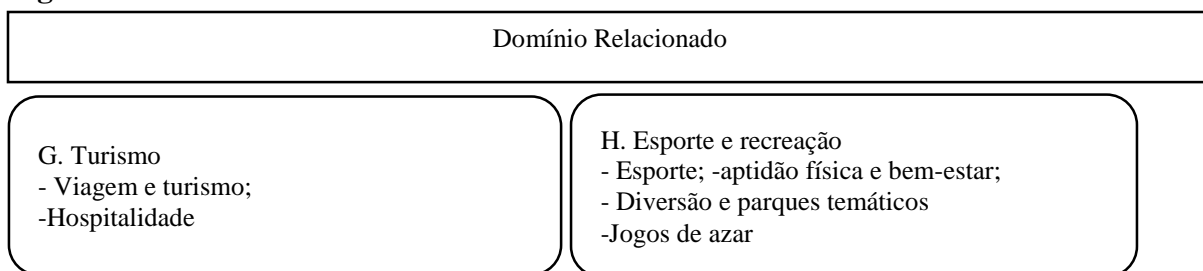
O relatório da Unctad tem sido o mais disseminado, em que a base de dados utilizada é o *Framework for Cultural Statics* (2009) realizado pelo Instituto de Estatística da Unesco. Este documento utilizou para escopo e classificação estatística dos setores criativos com base no critério de domínio e atividades relacionadas.

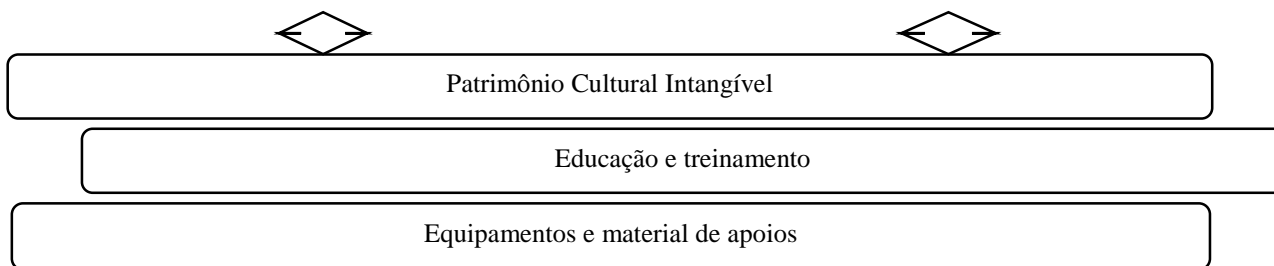
Figura 1 – Domínios e atividades relacionadas - Continua



Fonte: (UNESCO, 2009, p. 24)

Figura 1 – Domínios e atividades relacionadas – Conclusão





Fonte: (UNESCO, 2009, p. 24)

A Unesco, figura 1, direcionou as bases de caracterização quali-quantitativa para a formulação de políticas públicas com a publicação em 2009 considerando os bens e serviços culturais com potencial para a cultura como ativo de valor econômico e de desenvolvimento mundial. Esta mesma instituição, em 1986, desenvolveu a publicação Estrutura de Estatísticas Culturais (FCC) e com essa ação contribuiu para o interesse de outros países na elaboração de coleta de estatísticas culturais. Em 2009, disponibilizou-se uma estatística com estrutura mais robusta como bem explica Pacheco *et al* (2018) “A expectativa da Unesco era a de que tal estrutura se tornasse um padrão internacional capaz de registrar todas as atividades culturais humanas (UNCTAD, 2010). A estrutura atualizada articula cinco processos do ciclo cultural: criação, produção, disseminação, exposição/recepção/transmissão e consumo/participação”.

Além dos domínios tradicionais da indústria cultural (patrimônio, artes e literatura), a estrutura elaborada pela Unesco considera a incorporação de novas mídias e tecnologias bem como a de serviços criativos – moda, design, arquitetura entre outros. Soma-se àqueles reconhecidos como correlacionados à indústria cultural e criativa, o turismo e esporte.

A Unesco mede o comércio internacional de produtos e serviços culturais, adotando a classificação de produtos culturais do sistema harmonizado de codificação e descrição de commodities (2007) (HS2007), ao passo que a classificação de serviços culturais utiliza a versão seis da Balança de Pagamentos (BPM6) e a clarificação Extend balance of payments (EBOPS). A nova estrutura da Unesco correlaciona 85 códigos do HS 2007 com produtos culturais, categorizados em 6 domínios. Ele define outros 84 códigos do HS 2007 com produtos culturais, categorizados em seis domínios. Ele define outros 84 códigos do HS 2007 como equipamentos e materiais de apoio para produtos culturais. Nesse ponto, já é possível observar pequenas diferenças metodológicas, embora Unesco e Unctad compartilhem a maioria dos serviços criativos e culturais em seus relatórios.” (PACHECO *et al*, 2018, p. 140)

Basicamente, a classificação da Unctad baseou-se nos círculos concêntricos com ajustes terminológicos da *Work Foundation*, sob a perspectiva de observar as indústrias

culturais e criativas como *clusters* e aglomeração. Já a Unesco inseriu no seu relatório a associação entre criatividade, desenvolvimento econômico urbano e planificação da cidade. Pois, as cidades são atores de desenvolvimento fundamentais, onde se ambientam os fluxos de criação, produção, distribuição, difusão e consumo cultural.

No contexto que as tecnologias digitais configuram formas de trabalho padronizados e tem alentado expansão do capital humano na realidade de urbanização centrada em grandes áreas metropolitanas ou cidades-região. (PACHECO *et al*, 2018)

Assim, a Unesco percebe na economia criativa um meio para que os lugares se tornem atrativos ou a cultura como ferramenta de distinção local e uma ferramenta de projeção internacional. Nessa ótica, compreende-se que esse entendimento torna os espaços urbanos de economias em desenvolvimento e subdesenvolvidas assimétricos e vulneráveis em termos das condições de competição sob a esfera do lugar, em que a cultura é vista como ferramenta de distinção local e uma ferramenta de projeção internacional. Além disso, as condições do sistema e direitos de propriedade intelectual ainda beneficiam produtores da economia criativa e exportadores dos países das economias desenvolvidas como a instituição denomina de Norte-global. (UNESCO, 2013)

Ao mesmo tempo, a Unesco (2013) delibera sobre determinados aspectos que podem ser alcançados com a economia criativa como o desenvolvimento econômico e social inclusivo. Em que as bases que a indústria cultural deve operar sejam em condições sustentáveis e fundamentadas em políticas culturais que contenham princípios de inclusão desde sua origem. Nessas circunstâncias, em defesa do lema institucional, enfatizam que esta categoria não pode ser vislumbrada como nova colonização cultural dos menos poderosos pelos mais fortes.

O organismo ainda defende como aspectos importantes, que as nações formulem políticas sobre as indústrias criativas em escala local, pois seria mais efetiva nesse aspecto, do que estratégias nacionais, fundamentais para um eixo de um marco global a ser seguido. Também os mecanismos de apoio ao nível municipal e comunitário beneficiariam as particularidades locais da indústria criativa, especialmente, em relação aos recursos naturais, linguísticos, artísticos e culturais do tipo local.

Outro aspecto abordado pela Unesco, preponderante e principal exigência para o avanço da economia criativa, seriam as condições para a propriedade intelectual e direitos

de autor, pois regulam a propriedade, adicionam valor e facilitam o comércio de bens e serviços culturais beneficiando os criadores individuais e as comunidades criativas. Seria uma das razões para o desenvolvimento institucional em nível local, com vistas a garantir a proteção dos direitos de autor e estimulam os criadores aumentarem a qualidade e volume da produção criativa. (UNESCO, 2013)

A Unesco (2013) defende que os meios de estímulo aos bens e atividades do setor criativo devem observar as particularidades dos mecanismos de escala, forma de investimento, oportunidades, criação de redes com a clusterização/agrupamento dessas atividades. Esse tipo de agrupamento favorece localmente o sentido de comunidade e estimula a aprendizagem entre os agentes desta categoria.

Logo, a economia criativa representa o marco teórico de base para a formulação de estratégias de desenvolvimento, em que o setor cultural e criativo impacta positivamente o crescimento econômico e a inovação tecnológica. A economia da cultura representa um marco teórico voltado para a formulação de políticas públicas para a cultura enquanto canal para expressão de signos, símbolos e valores (simbólicos e culturais), que geram valor econômico e de troca. Em comum, a inovação, a cultura e o conhecimento são os vértices de uma triangulação de políticas públicas heterogêneas e não excludentes. (VALIATI *et al*, 2017)

Esta seção reúne os conteúdos e parâmetros conceituais dos termos cultura, indústria cultural, economia cultural e economia criativa. Com isso, estabelecer paralelos e clareza teórico-conceitual para a discussão. Apresentou-se também o enfoque dado para a economia criativa liderados pelos principais agentes multilaterais de disseminação do tema como Unctad e Unesco, as quais contribuem para o direcionamento na formulação de agendas políticas globais.

2.3 ‘Creative Industries’ – Da abordagem global a construção taxonômica local

Nesta seção aborda-se a caracterização da *creative industries*, por meio das principais referências da literatura, que tratam sobre o tema com vistas a comparar as

diferentes categorias de classificação metodológica para a normatização dos bens e serviços culturais e criativos.

A economia criativa surge como um deslocamento ocasionado pela novidade, que ganhou visibilidade por instituições multilaterais. A implementação de articulações iniciadas com o Governo australiano e britânico projetou uma gama de discussões sob diferentes dimensões tanto na esfera produtiva de bens e serviços culturais quanto na influência dos espaços urbanos.

Inicia-se com a análise das transformações que ocorreram no Reino Unido para compreensão de dinâmicas de transformação que foram liderados pela consolidação da ‘*creative industries*’ nesse país. As circunstâncias de êxito, neste país, serviriam de ações em outros países pelos organismos multilaterais de desenvolvimento.

Então, em 1998, o Reino Unido elaborou um documento denominado de ‘*Creative Industries Mapping Document*’ com o intuito de ser um tratado inicial, que visava identificar a influência da *creative industries* na economia local. Este documento viabilizaria a identificação de oportunidades, tanto para o Governo, quanto para os empreendedores desta categoria de atividades. Este documento representaria a iniciativa, que seria reflexo de um conjunto de ações, diante de uma dinâmica econômica britânica restrita com o deslocamento dos fluxos de produção no final dos anos 80.

In revisiting the Creative Industries Mapping Document we have retained the original definition of the creative industries as “those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property”. Similarly, we retain the same coverage, taking the creative industries to include advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film and video, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software and computer services, television and radio. We also recognise the close economic relationships with other sectors such as tourism, hospitality, museums and galleries, heritage and sport. (DCMS, 2001, p.05)

Em função desse contexto, acompanhado ainda de uma fase, que representava o fim da centralidade da manufatura, dada as necessidades locais, uma nova agenda de desenvolvimento econômico requeria um ambiente amigável para os negócios e os talentos/habilidades locais. Após as eleições de 1987, as áreas metropolitanas passaram a transformar-se na visão do futuro, a partir de uma agenda de trabalho para suas cidades, a qual pautava o desenvolvimento econômico local centralizado na cultura como recurso econômico potencial para o centro de decisão política. (O’CONNOR, 2010)

Nesse sentido, artes e política cultural passaram a integrar uma visão geral estratégica da cidade. Com isso, novas ferramentas analíticas e conhecimento de fora das artes tradicionais se incorporaram no *policy making*. Novos profissionais foram necessários para elaborar esse conhecimento dentro do domínio político local, solicitados pela própria comunidade local de consultores culturais. A partir desse campo emergente, o *New Labor* começou a formatar políticas para a *creative industries*. Esta geração de visão política com conteúdo cultural respondeu pelas transformações de longo alcance na economia e na paisagem britânica. (O'CONNOR, 2010)

Em 1997, com a eleição do Partido Trabalhista, o conceito de *creative industries* se torna um termo popularizado, que contribui para a criação do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS, em inglês). Esta nova instituição criou um Grupo de Trabalho para as *Creative Industries*, que em 1998 produziu o documento de Mapeamento das Indústrias Criativas, e em anos subsequentes, relatórios de acompanhamento. (BOPCONSULTING, 2010)

Em termos econômicos, os resultados apresentados contribuíram para mobilizar diferentes categorias de agentes como: pesquisadores, jornalistas, investidores. A conclusão desse relatório indicou resultados significativos como: 4% do Produto Nacional Bruto da Grã-Bretanha, faturamento de 7,5 bilhões de libras em exportação. As escalas variavam entre pequenos empreendedores locais e grandes grupos oligopolistas, inclusive, multinacionais. (BOPCONSULTING, 2010)

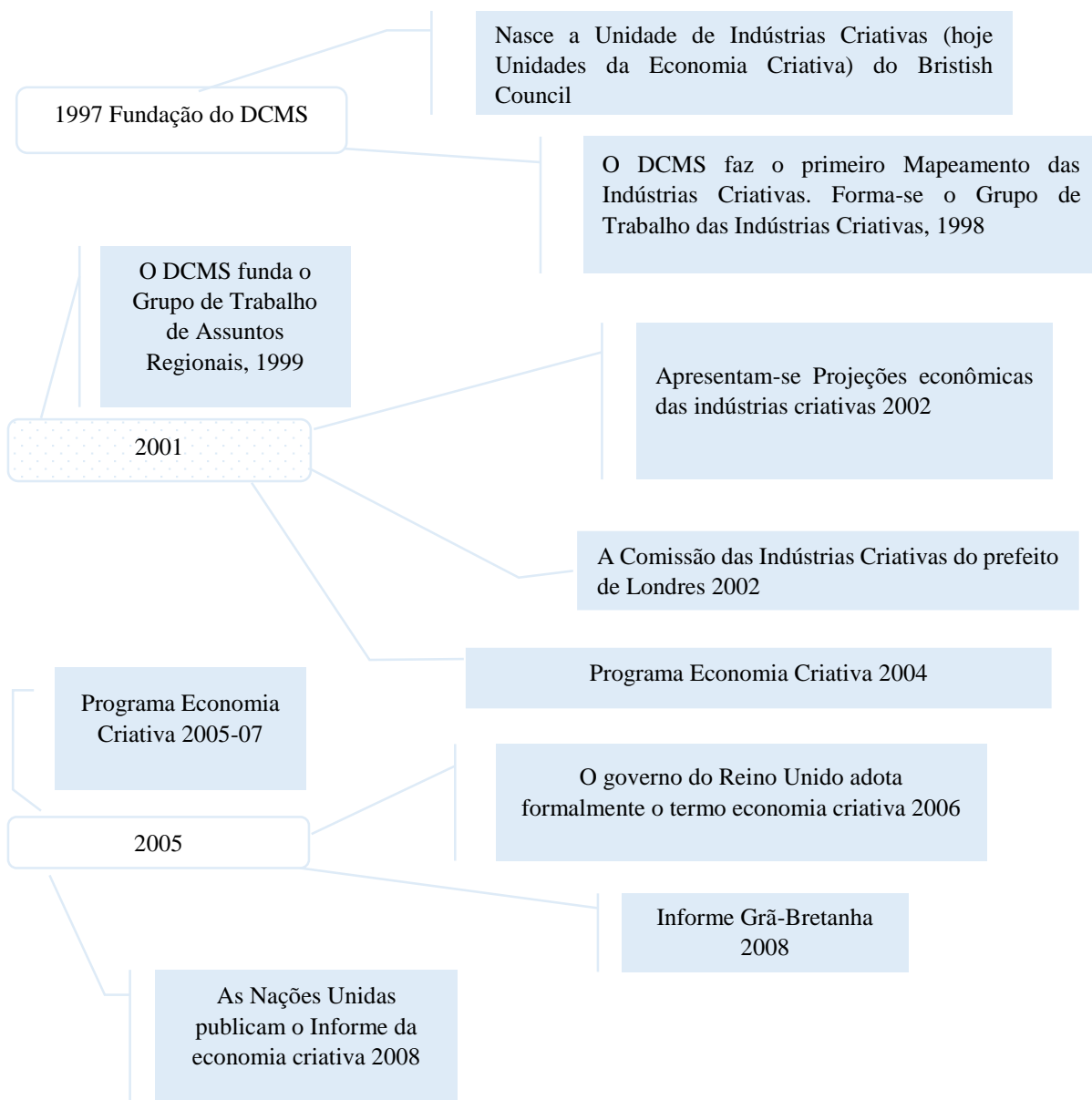
As transformações no ambiente econômico fortaleceram o conceito, com a qual a definição adotada pelo DCMS e a lista de classificação elaborada por esta instituição projetou-se no âmbito global. As classificações dividiram-se entre: arquitetura, arte e antiguidades, artes cênicas, artesanato, cinema e vídeo, edição, publicidade, música, software interativo de entretenimento, software e serviços de informática e rádio e tv.

O setor não poderia ser visto de forma isolada, mas também consideraria outras questões como: a) capacidade de gerar valor a outras indústrias por meio da publicidade, design e construção de marca; b) fonte de emprego de capital intelectual território da economia do conhecimento; c) revitalização urbana; d) elevado nível educacional; e) experiências coletivas fomentada pela interação entre comunidade e indivíduos.

Em 2006, o Governo Britânico aprovou o termo economia criativa para classificar os amplos aspectos vinculado a '*creative industries*'. A figura 2 apresenta o organograma

temporal dos eventos de institucionalização da economia criativa no Reino Unido, que servem de referência para ‘*policy making*’ para o setor.

Figura 2: Organograma temporal dos eventos de institucionalização da economia criativa no Reino Unido



FONTE: (BOP CONSULTING/BRITISH COUNCIL,2010, p. 17)

A cidade de Londres, sentiria as repercussões positivas das especificidades locais da iniciativa governamental. Em 2002, o governo local percebeu que o setor figurava em 2º lugar na economia da cidade, o que determinaria como fator de estímulo para a criação de ‘Londres Criativo’, com vistas a promover localmente a *creative industries*, além

disso, ocupou-se com regeneração de alguns setores e também, consolidaria Londres como marca registrada.

Em 2008, o DCMS lançou um novo estudo denominado de Programa de Economia Criativa com o propósito de delinear um programa de apoio para o setor criativo com ênfase na educação, inovação de competências, capacidades e propriedade intelectual. Em 2009 ocorreu o lançamento da Grã-Bretanha Digital, que define os objetivos do país no contexto da era digital. (*BOP CONSULTING & BRITISH COUNCIL*, 2010)

A compreensão de que os setores criativos e digitais tem uma dualidade e por isso podem ser reconhecidos como um grupo econômico. A extensão de países que seguiram a iniciativa britânica cresceu. Cada qual com matriz metodológica própria com maior ou menor influência do mapeamento britânico de 1998. Hong Kong, Cingapura, Taiwan, Coréia do Sul e China adaptaram seus modelos às condições locais.

Austrália, Nova Zelândia e Escandinávia também adotaram a noção com diferenças significativas. “A Suécia, por exemplo, fala da economia da experiência incluindo as indústrias criativas, mas acrescentando negócios como restaurantes. Além disso, a Índia incluiu produtos e serviços que estão relacionados ao estilo de vida, como *Yoga* e medicina *Ayurvédica*.” (*BOP CONSULTING & BRITISH COUNCIL*, 2010, p. 19)

Os dados apresentados pela Unctad em seu relatório estatístico apontaram resultados significativos em termos globais como 3,4% comércio mundial, US\$ 424 bilhões em exportações em 2005 e taxa de crescimento de 8,7% entre 2000 e 2005.

Esses dados estimularam o debate e o foco em torno do setor expondo a necessidade crescente de criar cadeias de valores de setores que competem cada vez mais por fatias de mercado. A *Creative Industries* tem baixa sensibilidade a variações de preços pelo seu elevado valor agregado. Assim, podem ser criadores de amplas vantagens no comércio mundial.

Para a Unesco (2012, p. 20) a indústria criativa é compreendida como um conjunto produtivo amplo, que inclui os bens e serviços da indústria cultural, além daquela que depende da inovação incluindo muitos tipos investigação e desenvolvimento de software.

De acordo com as repercussões urbanas, este setor econômico também popularizou uma associação entre criatividade, desenvolvimento econômico urbano e planejamento da cidade. Nesse contexto, se utilizam referências teóricas, que

popularizaram os termos de economia criativa e ciudades criativas com *Charles Landry* e de classe criativa de *Richard Florida*.

Landry (2013) expõe que a cidade deve ser baseada no conhecimento por meio da promoção da sociabilidade, intercâmbio e diversidade para maximizar suas potencialidades, para tal o elemento fundamental nesse espaço é o acesso à cultura. Os *clusters* regionais e redes surgem como conexões entre o agrupamento de indústrias culturais e criativas e a urbanidade. (*O' CONNOR*, 2010)

O *New England Council Report* (2010) expôs neste relatório três elementos fundamentais para a ampliação das condições da economia criativa como: *cluster* criativo (empresas ou indivíduos que produzem direta ou indiretamente produtos culturais); força de trabalho criativa (grupos de indivíduos especializados em habilidades culturais e artísticas específicas que conduzem o êxito das principais indústrias que incluem arte e cultura e de outros segmentos); comunidade criativa (área geográfica com uma concentração de trabalhadores, empresas e organizações criativas) com vistas a consolidar condições para melhoria de qualidade de vida (que gera atração e retenção de empresas e também fator-chave para a revitalização dos centros da cidade e insira a cultura no planejamento).

Desde esta perspectiva, las actividades culturales eran contempladas fundamentalmente como equipamientos de la infraestructura urbana que servirían para atraer mano de obra profesional y móvil, además de proporcionar un medio para aprovechar su tiempo de ocio extremadamente centrado y significativo. Después de una oleada inicial de gran entusiasmo, sobre todo entre los alcaldes de ciudades de los Estados Unidos, el norte de Europa y el Este de Asia, el atractivo del paradigma de la "clase creativa" disminuyó notablemente. Muchos investigadores encontraban que la tesis de Florida no estaba respaldada por pruebas empíricas y no aportaba información suficiente sobre las condiciones necesarias y lo suficientemente duraderas bajo las que esos individuos cualificados y creativos se congregarían y permanecerían en un sitio determinado para convertirse en agentes cruciales para el desarrollo local y regional. (UNESCO, 2012, p. 20-21)

Identifica-se que, o emprego do termo criatividade trouxe amplas discussões, especialmente, pela transversalidade do tema com o propósito de alcançar diferentes objetivos para o desenvolvimento. O fato de que a indústria criativa cria valor atrela-se às condições de crescimento, nessa ordem, configura-se como elemento no sistema de inovação da economia.

Por isso a Unesco, por exemplo, tem empregado o termo de forma agregada ao utilizar economia criativa, pois, sob o ponto de vista do órgão, a criatividade econômica, social e política não são gerados somente pelos processos da indústria criativa e cultural, então, sob essa justificativa, emprega o termo economia criativa, pois implica as atividades que resultam na criatividade cultural e inovação. (UNESCO, 2012)

O exemplo britânico, em especial de Londres, seria o modelo do perfil criativo e inovador que reconfigurariam o país para o século 21. A visão econômica seria centrada sobre fluxos padrões de trabalho e carreira, numa economia baseada na colaboração aberta de projetos e redes. Estes foram os argumentos do Partido Trabalhista no contexto de defesa da campanha política/publicitária da *'Cool Britania'* de padronização da indústria cultural.

A mudança terminológica não foi neutra, pois foi necessário criar uma articulação de desassociar a indústria criativa das artes e política cultural. Além de identificar essa nova terminologia como uma consequência da 'nova economia' direcionada pelas tecnologias digitais e de estreita relação com a Informação ou economia do conhecimento. (CONNOR, 2010, p. 51)

A exploração dos direitos de propriedade intelectual foi crucial para ligar as agendas com o posicionamento da indústria criativa na vanguarda da competitividade econômica. *"As the DCMS definition had it, the creative industries were those which have their origin in individual creativity, skill and talento and which have a potential for wealth na job creation though the generation and exploitation of intelectual property* (DCMS, 1998:3). (CONNOR, 2010, p. 51)

Alguns autores como Pratt (2005) e Garnham (2005) apontam algumas críticas ao modelo DCMS, que reivindica à nova economia no auge do *'dotcom'*, a emergência da *creative industries*. Sugerem que há uma diferença entre o conhecimento ou informação envolvendo ciência e P&D e indústria criativa. É frequente a confusão quando se aglomeram toda a gama de atividades que possuem em comum as mesmas entradas de recursos para produzir bens e atividades.

Questões chaves para discutir como, os direitos de propriedade intelectual e a ênfase na cadeia de valor do setor, a força de trabalho criativa e os intermediários auxiliares que fazem a produção cultural. O DCMS não descreveu a estrutura complexa do setor da indústria criativa, nem de emprego e arranjos de remuneração. As

consequências são, o reconhecimento da falta de políticas de apoio para encorajar o empreendedorismo criativo, com vistas a estimular a organização setorial ou sub-setorial que atuam como representantes de uma estrutura industrial em nível político.

Se forneceu uma ênfase de qualidade universal para criatividade como consequências para o meio urbano, em que, por meio da indústria criativa se favorece a regeneração econômica, uma vez que são concentradas em áreas metropolitanas e em pequenas áreas centrais. E, a criatividade mobilizada em prol de grupos excluídos socialmente no interior das áreas urbanas. Tais resultados apresentam condutas políticas contraditórias entre diferentes agendas como exposto por *Connor* (2010) no Reino Unido.

Por isso é necessário a especificidade da cultura como elemento de distinção, entre quais são considerados setores criativos nucleares e relacionados, de acordo com as classificações institucionais. (*PRATT, 2005*)

Pratt (2008) apresenta a discussão em torno do argumento sobre a relação entre classe criativa ou criatividade como *driver* de regeneração. A mudança terminológica da indústria cultural para indústria criativa não foi meramente semântica, mas política associado ao novo Governo Trabalhista.

Contudo, *Pratt* (2008) comenta que a terminologia ‘criativo’ foi uma ágil estratégia política, pois o termo criatividade é universalmente visto como característica positiva.

Moreover, the term cultural industries always existed in tension with the arts. One key element about the policy usage of the term creative industries is that it was underpinned by an operational definition. Inter alia this created the possibility of placing the creative industries along-side other areas of government policy and providing output measures that were robust. Arguably, it was this step that was the most significant in putting the creative industries on the map. (PRATT, 2008, p. 113)

O empreendedorismo foi outro argumento que criaria novos mercados, além do governo empregar como lema a criatividade na educação. Outra crítica é a relação dos termos empreendedorismo e criatividade ligados a inovação e pontua que, o conceito é colocado num vácuo produtivo, uma ideia não é nada sem produção e bens necessitam distribuição e consumo.

É no estreito contexto do empreendedorismo e competitividade que a análise da indústria e as ocupações criativas têm sentido na perspectiva de *Pratt* (2008) e com isso o processo de *clusters* econômicos das atividades culturais no espaço urbano.

Em outra perspectiva, utilizamos a análise de *Potts* (2011) que emprega a economia evolucionária para analisar a indústria criativa. Este autor propõe um quadro geral para reorientar, a análise econômica das artes e da cultura ancorada nos argumentos de bem-estar do mercado e do protecionismo cultural, para reorientar-se em relação aos argumentos do mercado aberto baseado na incorporação de novas ideias, inovação e evolução industrial por parte dos consumidores e produtores.

O objetivo é rastrear diferentes mecanismos econômicos da economia criativa para o sistema de inovação. Central para esse modelo é um foco ao longo da história: conduzem, facilitam e geram adoção, a adoção e a retenção de novas ideias (o processo de inovação) no contexto sociocultural e sistema econômico. Assim, o principal valor econômico dos setores artístico, cultural e criativo não é a herança ou entretenimento, ou algo parecido. Em vez disso, são os *spillovers* da contribuição mais profunda deste setor para os processos de dinâmica econômica. (*POTTS, 2011*)

A indústria criativa é conectada a diferentes bases de uma trajetória de inovação e às organizações, redes sociais e instituições que facilitam esse processo. A produção destas atividades e bens são mecanismos importantes no processo de evolução econômica através de seu papel na originação, adoção e retenção de novas ideias. Em especial, contribuem para as tecnologias sociais do sistema de inovação. Importante ressaltar que *Potts* (2011) considera que, o conceito de indústria criativa articulado pelo DCMS no primeiro relatório de 1998, expõe as artes como fonte de regeneração econômica, mas não como motor de inovação. Porém, este conceito mudou a economia das artes sob a ótica *pigouviana/keynesiana* de fundamentos de bem-estar para a ótica *schumpeteriana* nos relatórios subsequentes do DCMS.

A contribuição econômica das indústrias criativas não é, portanto, a produção de produtos ou conteúdos culturais, nem mesmo seu papel na geração de emprego, crescimento regional e exportações. Contribui para criação, adoção e retenção de novas tecnologias, além de oferecer e desenvolver novas vias para o crescimento do conhecimento e do potencial humano. (*POTTS, 2011, p. 12*)

Este autor observa que a criatividade é vista como imaginação prática, a qual *Schumpeter* definiu como geradora do processo evolutivo de empreendedorismo e inovação, que impulsiona o crescimento e o desenvolvimento econômico, portanto, assim como a ascensão de outras categorias de atividade econômica, é também uma instância

de mecanismos que participa do mesmo processo de crescimento do conhecimento e utiliza o espaço econômico para criar e consumir valor. (POTTS, 2011)

O conceito de indústria criativa faz duas abordagens de áreas diferentes das ciências sociais, que não vinham, em paralelo sendo estudadas juntas, os estudos culturais e a economia. A junção destas duas áreas, denominada de ciência cultura, deveria atentar para uma abordagem da economia política do marxismo analítico e noções utópicas de igualdade econômica e justiça social. A ponte para essa conexão teórica seria a visão *schumpeteriana*, em função das características de disseminação da indústria cultural e criativa e fluíram para uma aliança interessante com a economia.

Emergiu uma nova visão das artes e da cultura reposicionando as indústrias criativas no centro da nova economia. Inverteu-se a lógica analítica, da economia da cultura como padrão de déficits e falhas de mercado para uma economia beneficiária líquida de bem-estar. (POTTS, 2011)

The economic contributions of the creative industries is thus not its outputs of cultural products or content per se, or even its role in generating employment, regional growth or exports. Rather, it contributes to the origination, adoption and retention of new technologies, as well as offering and developing new pathways for the growth of knowledge and human potential, which in turn offers new economic opportunities. (POTTS, 2011, p. 19)

Uma outra abordagem defendida por Potts, Cunningham, Hartley e Ormerod (2008) seria estabelecer uma definição para a indústria criativa com base na análise de que o mercado atua em termos de extensão, em que a demanda e a oferta operam em redes sociais complexas. Entendem que as empresas criativas compõem um elo entre o sistema de inovação e a economia de mercado.

A definição padrão em termos de classificação industrial (o que produzem e como fazem) apresentou muitas críticas, especialmente Caves (2000) por meio de análise baseada nos custos de transação, pois, em relação aos detalhes de classificação apresentou-se ampla, inconsistente e arbitrária. Num contexto, em que o sistema econômico tornou-se mais complexo e orientado aos serviços.

A indústria criativa tem seu eixo central na entrada e saída de produção ou consumo. O ato de escolha do consumidor na indústria criativa é governado não apenas

pelo conjunto de incentivos descritos pela teoria da demanda do consumidor, mas por um sistema social complexo de outras escolhas.

A indústria criativa, são propriamente definida em termos de teorias de classes econômicas e escolha na qual o fato predominante é que, porque novidade e incerteza inerente, decisões de ambos produtores e consumidores são amplamente determinados pelas escolhas de outros na rede social. Torna-se evidente que a indústria criativa são um pedaço novo do mercado que surgem de mercados não dinâmicos (internet) e que permanecem na fronteira entre redes e mercados estabelecidos. (*POTTS et al, 2008*)²⁰

Há um entendimento de que a análise da indústria criativa repousa sobre o ambiente tanto de produtores e consumidores, que são representados por uma complexa rede social. Há uma inter-relação entre agentes, redes e empresas, é dinâmica e produtivo, todos estão envolvidos no empreendimento mútuo de criar valor simbólico e econômico. Logo, a definição para indústria criativa baseada na análise de rede social pode ser proposta como: o conjunto de agentes e agências em um mercado caracterizado pela adoção de novas ideias dentro de redes sociais para produção e consumo. Nesta categoria de análise, características inerentes à indústria cultural como subsídios, não se configuram na indústria criativa.

Para *Potts et al* (2008) a indústria criativa é um subconjunto de bens e serviços sobre os quais os consumidores não tem estabelecido regras de decisão para escolhas (devem aprendê-las) ou onde o valor de uso é a própria novidade. São um domínio de novas regras que é produzido e consumido socialmente.

Uma rede social é definida como um grupo conectado de agentes individuais que produzem e tomam decisões de consumo baseada sobre ações de outros agentes de uma rede social, uma definição que dá primazia para ações comunicativas mais do que somente conectividade. Dependem de quatro propriedades fundamentais:

- 1) Rede social não é somente um grupo de pessoas e agentes que conhece pessoalmente e comunica ou interage regularmente (família, amigos e colegas). Estes são exemplos claros, mas há muitas outras que também são importantes como redes de informação;
- 2) Rede social não tem como critério ser regular, mas podem conter *hubs*, conexões fracas e fortes, fechadas e distantes. Além disso, os agentes podem ser heterogêneos com suas conexões na rede social;
- 3) uma rede social implica, originalidade, adoção

²⁰ Citação extraída do texto dos autores com tradução e interpretação da autora.

e processo de retenção; 4) faz parte de estrutura econômica e social, mas não são equivalentes em todos os lugares, medidas e graus. (POTTS *et al*, 2008)

Esta última propriedade sugere como a rede social pode representar-se como base para identificar e classificar a indústria criativa como indústria caracterizada por ações econômicas, que ocorrem no contexto de, e como resultado de redes sociais, tanto na produção quanto no consumo. Há uma diferença entre os serviços que constroem e mantêm redes sociais (infra-estrutura e conectividade) e os serviços que os utilizam para criar valor (conteúdo e criatividade). Portanto, sob essa definição a indústria criativa faz parte do sistema de inovação de uma economia e não apenas de outra indústria.

Sob o escopo dessa análise, as atividades e bens da indústria criativa são definidas como classe de mercados caracterizados tanto pela demanda quanto pela oferta como nas redes sociais complexas.

*We have mostly resisted the urge to label this creative agents, or creative markets, or creative economy, but that is what we mean. Most interesting from the economic perspective is that these markets coordinate as complex social networks. We have called these social network market and have indicated that this offers a rich analytic base to build upon. It offers, in prime instance, an analytically coherent way to connect the economics of evolutionary growth with the social Science and humanities studies of how people socially create adopt novelty for retention as knowledge. (POTTS *et al*, 2008, p. 18)*

Logo, a indústria criativa representa domínios de atividade econômica em que as redes sociais são fatos determinantes para a determinação de valor de acordo com a abordagem da economia evolucionária, a qual tem sido empregada sob diferentes análises e dimensões sobre indústria criativa.

Contudo, vigora a disposição de que a *creative industries* inclui a indústria cultural, a qual corresponde atividades de imprensa, editoras, multimídia, audiovisuais, produção fonográfica, cinematográfica, artes e desenho gráfico.

Por isso, do ponto de vista desta pesquisa, é adequado empregar a terminologia: setor cultural e criativo, para referir-se às categorias de bens e atividades oriundas desta classificação para denominar economia criativa ou indústria criativa, que comumente são empregados na literatura sob diferentes abordagens de autores.

Em geral, a referência mais utilizada é a definição estabelecida pelo DCMS (1998, p.3), que portanto entende “aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e que possuem um potencial para a criação de riqueza de trabalho através da geração e exploração da atividade intelectual”.

Portanto, no Reino Unido houve duas trajetórias entre políticas industriais culturais: uma focada no mercado externo de grande escala em nível global e outra, em que, as políticas culturais de nível local e nacional de desenvolvimento se tornaram mais ligadas à regeneração urbana liderada pela cultura. (CUNHA & YANAZE, 2015)

Apresentaram-se na Inglaterra, por meio do discurso e coalizões políticas para mobilizar a produção criativa por meio da cultura e conhecimento com intuito de desenvolver a capacidade intelectual, instrumentos políticos e recursos financeiros empenhados na construção de uma nova economia.

Logo, enquanto a indústria cultural tem origem acadêmica a indústria criativa tem origem no ambiente político. Tanto na Inglaterra quanto na Austrália se tornaram elemento de discussão na arena política. A Austrália é uma *founding father* da temática, pois em 1994 desenvolveu o conceito de *Creative Nation*. (CUNHA & YANAZE, 2015)

No âmbito acadêmico a discussão se intensificou em Brisbane na Austrália no *New Economy Creativity and Consumption Symposium* que reuniu pesquisadores e estudiosos da *Creative Industries Faculty da London School Economics, Massachusetts Institute Technology* e *New York University* com objetivos de construir uma agenda temática e pensar o significado e impactos sociais e culturais da economia criativa.

A popularização do tema emergiu com a obra de *John Howkins* (2001), que elaborou a configuração de economia criativa a partir de quinze indústrias que geram produtos e serviços criativos (artes, ciência e tecnologia), que basicamente tem na criatividade a geração de valor econômico, além de obra de *Richard Florida* “A classe Criativa”. Com destaque para a obra de *Richard Caves* sobre os setores criativos sob uma abordagem no campo da economia.

No entanto é importante compreender os diferentes modelos de mensuração para a construção teórico-metodológico. No que pese, as diferentes abordagens têm em comum a referência ao financiamento. A inclusão dos setores criativos na pasta da cultura converge para a necessidade de estratégias de valorização da dimensão cultura no desenvolvimento. (CUNHA & YANAZE, 2015)

Os argumentos da indústria cultural para a formação da força de trabalho dos criativos prevaleceria em favor das *tic's* fortalecido pelo discursos das habilidades e incentivar a formação de trabalhadores inovadores e criativos oriundas das universidades

no âmbito das pesquisas e o conjunto de investigações que se ampliaram sob diferentes campos disciplinares tendo em comum a temática da economia criativa.

Abaixo um texto para reflexão no Box 1, sobre a percepção de um dos principais canais de formação de opinião, a *The Economist* sobre a emergência da economia criativa no Governo britânico.

Com base no que se expôs nesta seção, compreende-se que a ação de implementação da política de economia criativa no Reino Unido se inseriu numa agenda política num contexto de realidade econômica britânica do final dos anos 80, que dentre um conjunto de medidas pautou-se também na cultura, como um dos recursos de formulação de uma agenda para o desenvolvimento do Reino Unido. Pontua-se que, em paralelo, incorporaram-se os elementos do conhecimento e criatividade nas categorias dos bens e atividades culturais, que além do valor simbólico absorveram as transformações advindas das tecnologias da informação e comunicação, que contribuíram para a configuração das categorias de bens e atividades criativas.

Nesse sentido, indústria criativa (setor criativo) está vinculado à relação de bens e atividades criativas e culturais incorporados na economia criativa compreendida como fluxo de diferentes fases do processo sejam eles de consumo, produção e distribuição.

Para fins de reflexão apresenta-se o texto da *The Economist*, meio de comunicação formador de opinião em relato sobre a economia criativa na agenda política britânica em 1998.

Quadro 1 – A emergência da economia criativa no Governo britânico (continua)

Britain's media giants

They will always remain figments of Tony Blair's imagination, unless the government gets out of their way

Print edition / Leaders

Dec 10th 1998

"CULTURE" and "creativity" are words that roll easily off the prime ministerial tongue. "Britain," Tony Blair told businessmen recently, "must be the number one creative economy." Building on the advantages of the English language and a vibrant popular culture, the argument goes, new "creative" industries can make Britain both richer and more interesting. During the first industrial revolution Britain became the "workshop of the world"; in a post-industrial age it should aspire to become the world's design studio and production house instead.

But the hype disguises a real problem. Britain's "creative" economy is not nearly as successful as it could be. Increasingly, the entertainment business is run by global giants. Britain barely figures on a world scale. Americans dominate the list, with firms such as Time Warner, Disney and Viacom; Canada has Seagram; Australia, News Corp; Japan, Sony; even the Germans have Bertelsmann. By comparison, Britain's "big"

media companies—including United News and Media, Carlton, Granada, Pearson, even the BBC, are dwarfs.

What's more, Britain seems to be losing ground. British television is increasingly imported, and exports are nowhere near keeping up (see [article](#)). In economic terms, that is fine: viewers, arguably, are watching what they want. But for the businesses concerned, this is a missed opportunity.

Why? Is the tide of creativity ebbing from Britain's shores? Not obviously. The music industry does quite nicely here. Do the economics of the television industry so favour companies with America's huge domestic market that everybody else might as well give up trying? No. Australia's domestic TV market is a quarter the size of Britain's,

Quadro 1 – A emergência da economia criativa no Governo britânico (Conclusão)

yet it sells 30% more drama and eight times as much light entertainment to Germany, Europe's biggest market, as Britain does.

New world, old regulations

The problem that British television, unlike music, confronts is government. Half the market is dominated by the state-financed BBC. Most of the rest belongs to ITV, a commercial operation still governed by elaborate regulations. The days when the chief regulator, Lady Plowden, could order ITV to cut back its production of “Crossroads”, a soap opera, on the grounds that it was “distressingly popular” have passed. But the recent fulminations from politicians when ITV decided to move its nightly news demonstrated how much interference commercial television still has to put up with.

British television is still stuck with a regulatory structure designed for a bygone age. In the past, spectrum scarcity meant that the business needed regulating. That allowed governments to design the industry. In Britain, the government used regulation to impose its ideas of “quality”.

The result was a non-commercial television industry. Its virtue was that it produced some fascinating programmes. Its vice was complacency. It did not bother to develop an export market, nor, in the main, to invest in other bits of the business—which regulations anyway discouraged it from doing. That is part of the reason why pay-television, the fastest-growing bit of the business in Britain, is dominated by BSkyB, a subsidiary of News Corporation, which has grown out of the entrepreneurial Australian media business.

But the spectrum scarcity that produced the current structure of British television has disappeared. Multi-channel TV (which, with digital, has multiplied further) is a fact of life. Television is becoming a global business. And unless the British regulatory environment changes, less and less of it is likely to be British-made and British-owned

The BBC is the closest thing that Britain has to a media giant, yet it cannot compete with the commercial monsters that prowl the globe. Its culture and incentive structures do not reward salesmanship. Nor, anyway, do its rules - allow it to concentrate on that: the licence fee that finances it must be used primarily to satisfy Chelmsford, not to sell to Brazil.

Unfortunately, both the government and the BBC remain wedded to the idea of “comprehensive” public sector broadcasting

They think the BBC should still produce mass entertainment—even though multi-channel means lots more market-driven popular television. They believe that wherever there is television, or radio, or something (such as the Internet) that looks vaguely like them, there the BBC should be—whatever this does to its privately-funded competitors.

Surely, say the BBC's defenders, it is worth sacrificing commercial clout for quality? But the idea that Britain has the best television in the world has become increasingly hard to sustain. Even the industry admits that all the most creative comedies on television are American; and the classiest documentary series of the year, “Cold War”, was conceived and financed by Ted Turner, America's multi-channel mogul.

Increasingly, the rich global companies have the resources to make the interesting programmes as well as the rubbish.

Fonte: *The Economist*

2.4 Modelos de mensuração

A importância dos modelos de mensuração se apresentam como critérios no processo de construção das categorias de bens e atividades culturais e criativas, o que contribui para a elaboração de diagnósticos e matriz de dados para a uniformização de construção de parâmetros para estatísticas nacionais. Alguns deles serão apresentados de forma sucinta nesta seção.

O Modelo do DCMS compreende as atividades e bens produzidos que dependem de elementos fundamentais como, criatividade, capacitação/habilidades (*skills*, sob a ótica evolucionária) e talento com potencial para criação de empregos e riqueza por meio do direito de propriedade intelectual. O *National Endowment for Science, Technology and Arts* (Nesta, 2013) incorpora as diferenças entre e no interior dos setores com vistas a identificar elementos comuns, que justificam a criação de valor. O Nesta (2013) elaborou uma definição para especificar cinco critérios objetivos para pontuar a força de trabalho do setor no *Standard Occupational Classification Codes* (SOC), os quais são identificados como: processo de novidade, resistente à mecanização, funções não uniformes e não repetitivas, contribuição criativa na cadeia de valor e interpretação e não mera transformação. Com isso, estabelecer meios para a construção de estatísticas com base no nível de intensidade de criatividade, desse modo, podem se destacar ou não na classificação corrente de atividades criativas.

O modelo DCMS do Reino Unido não se limita a fatores culturais, o quadro 1 representa a classificação utilizada pelo governo para classificação de estatísticas do setor. Logo, com base na descrição anterior, a principal referência nesta classificação está vinculada ao trabalhador criativo, como insumo principal da indústria criativa, conforme o maior grau de intensidade criativa como critério de classificação. Na análise da intensidade criativa dos setores, o DCMS separou os grupos categorizados nas ocupações definidas em 31 códigos de atividade econômica. Logo, a economia criativa não consiste

somente nas indústrias criativa, mas nos trabalhadores ocupados em outras indústrias, mas que é possível identificar dinâmicas e atividades criativas incorporadas em todos os processos na economia britânica. (MIGUEZ *et al*, 2016)

Como consideram-se atrelados aos conceitos de economia criativa, identificam-se modelos ligados as atividades vinculadas aos direitos autorais, à inovação e ao conhecimento- além das expressões artísticas tradicionais. (MIGUEZ *et al*, 2016)

O propósito da Wipo (*World Intellectual Property Organization*), nesse caso, centraliza-se nos direitos autorais de obras artísticas e literárias. As formas de propriedade privadas dessas atividades ou bens criativos garante que, produtos oriundos dessas atuações sejam protegidas. Esta organização não identifica uma diferença entre as indústrias culturais e criativas:

(...) enquanto as indústrias culturais são aquelas que reproduzem, em escala, algum produto com conteúdo cultural significativo, as indústrias criativas possuem um escopo mais amplo – incluindo, além das indústrias dos direitos autorais e das indústrias culturais – qualquer produção artística e cultural (mesmo aquelas feitas ao vivo ou em unidade individual). A economia criativa, por sua vez, é um termo que descreve todo o sistema de relações da economia pós-industrial baseada no conhecimento – tendo a criatividade como fator essencial para crescimento econômico. (MIGUEZ, 2016, p. 20)

A classificação estabelecida pela *Wipo* divide-se em quatro grupos, em que as indústrias de núcleo estão de forma integral vinculadas a obras e outros conteúdos protegidos por direitos autorais. As demais categorias têm relação parcial com direitos de autor com obras artísticas e literárias e são responsáveis pela reprodução, transmissão e entrega dessas atividades, possuindo relação com o núcleo mais difuso. O quadro 2 apresenta a classificação hierárquica entre as atividades reconhecidas e seus respectivos núcleos.

Estes dois modelos apresentados estão mais ligados à abordagem teórica sobre economia criativa. Outros modelos estão ligados à abordagem teórica de economia da cultura e modelos sínteses institucionais. Dentre os modelos ligados à economia da cultura temos o modelo de círculos concêntricos e o modelo de textos simbólicos. Com relação aos modelos de sínteses institucionais temos o modelo da Unctad, Unesco e por fim, no Brasil, a configuração da Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAEs) para as atividades culturais da economia brasileira. Os quadros 2, 3 e 4 apresentam uma síntese dessas representações.

Quadro 2 - Indústrias criativas - modelo DCMS (2016) (Continua)

Grupo	Código SIC 2007	Descrição
Filme, TV, vídeo,	59.12	Pós-produção de películas, de vídeos, e de programas de televisão
Rádio e fotografia	59.13	Distribuição de películas, de vídeos e de programas de televisão
	57.14	Atividades de projeção de películas
	60.10	Rádiodifusão
	60.20	Atividades de programação de televisão e de transmissão
	74.20	Atividades fotográficas

Quadro 2 - Indústrias criativas - modelo DCMS (2016) (Conclusão)

Grupo	Código SIC 2007	Descrição
TI, Software e serviços de informática	58.21	Publicação e jogos de computador
	58.29	Outras publicações de software
	62.01	Atividades de programação de computadores
	62.02	Atividades de consultoria de informática
Editorial	58.11	Publicação de livros
	58.12	Publicação de catálogos e de listas de envio
	58.13	Publicação de jornais
	58.14	Publicação de diários e de periódicos
	58.19	Outras atividades de publicação
	74.30	Atividades de tradução e interpretação
Museus, Galerias e Bibliotecas	91.01	Atividades de biblioteca e de arquivos
	91.02	Atividades museológicas
	59.20	Atividades de gravação de som e de publicação de música
	85.52	Educação cultural

Música, artes performáticas	90.01	Artes performáticas	
e artes visuais	90.02		Atividades de suporte para artes performáticas
	90.03	Criação artística	
	90.04		Operação de instalações artísticas

Fonte: DCMS (2016) - *Creative Industries Economic Estimates*

Quadro 3 - Indústrias dos direitos autorais, segundo modelo da WIPO

NÚCLEO DAS INDÚSTRIAS DOS DIREITOS AUTORAIS
<p>Imprensa e literatura</p> <p>Música, teatro e óperas</p> <p>Filme e vídeos</p> <p>Rádio e televisão</p> <p>Fotografia</p> <p>Software, bases de dados e jogos eletrônicos</p> <p>Artes visuais e gráficas</p> <p>Publicidade</p> <p>Sociedade arrecadoras de direitos autorais</p>
INDÚSTRIAS INTERDEPENDENTES DOS DIREITOS AUTORAIS
<p>Eletrônicos (televisões, rádios, reprodutores de som, aparelhos de DVD, entre outros equipamentos)</p> <p>Computadores e equipamentos</p> <p>Instrumentos musicais</p> <p>Equipamentos fotográficos e cinematográficos</p> <p>Fotocopiadoras</p> <p>Material para gravação em branco</p> <p>Papel</p>
INDÚSTRIAS PARCIAIS DOS DIREITOS AUTORAIS
<p>Vestuário, calçados e tecidos</p> <p>Joias e moedas</p> <p>Outros artesanatos</p> <p>Móveis, artigos domésticos, cerâmica e vidro</p> <p>Papéis de parede e tapetes</p>

<p>Brinquedos e jogos</p> <p>Arquitetura, engenharia, inspeção e design de interiores</p> <p>Museus</p>
INDÚSTRIAS DE APOIO NÃO DEDICADAS
<p>Vendas em atacado e varejo</p> <p>Transporte</p> <p>Telefonia e internet</p>

Fonte: Wipo (2015) *apud* Atlas econômico da cultura brasileira (2017)

Quadro 4: Modelo de círculos concêntricos

Artes Criativas Nucleares	Indústria Cultural Ampla
Literatura	Serviços do Patrimônio
Música	Indústria Editorial
Artes Cênicas	Gravação de áudio
Artes Visuais	Televisão e rádio
Outras Indústrias Culturais Principais	Vídeo jogos e jogos de computadores
Cinema	Indústrias Relacionadas
Museus e bibliotecas	Publicidade
	Arquitetura
	Desenho
	Moda

Fonte: Adaptado de Unesco extraído do Atlas econômico da cultura brasileira

No modelo de círculos concêntricos, quadro 4, *Throsby* (2001) considera artes no centro e outros ao redor, conforme se identifica o uso de ideias criativas em um contexto de produção cada vez mais amplo. Neste modelo, há o entendimento de indústrias culturais classificadas em uma estrutura hierárquica de setores culturais, na qual, as atividades criativas mais puras estão no centro. *Throsby* (2001) observa que as indústrias culturais e criativas são sinônimos. Considera-se que há distinção entre criatividade científica e criatividade artística devido às diferenças entre proporções de valor cultural e de valor econômico de ambas as espécies. “Por conta das diferenças entre proporções de valor cultural e de valor econômico de ambas as espécies; sua abordagem teórica e metodológica, portanto, está mais ligada ao âmbito das expressões culturais – não ao conhecimento e à inovação.” (*MIGUEZ et al*, 2017, p.16)

Esta é uma das principais abordagens científicas da economia criativa. Entre os elementos considerados na proposição de políticas culturais estão:

[...] relação arte-cultura-patrimônio no sentido de atribuir valor e definir os compromissos financeiros e as despesas públicas, identificar o potencial e o papel das indústrias culturais na contribuição para a renda, para o crescimento econômico e para a criação de empregos; avaliar esses elementos em nível nacional, regional ou local; desenhar políticas mais específicas que afetam o mercado de trabalho para cultura e mapear o comércio internacional de bens e serviços culturais; reconhecer e identificar o envolvimento da educação em matéria de política cultural, na qual a exposição e a participação ativa da população na experiência com a música, as artes visuais, a dança não só venham enriquecer a vida cultural, mas também melhorar as habilidades de sua aprendizagem em outras áreas. (CUNHA & YANAZE, 2015, p. 83)

Nesta abordagem, se reconhece aspectos, tais como: a cultura como meio para revitalização de áreas degradadas, estímulo ao crescimento econômico regional e urbano, relação entre indústrias criativas e meio ambiente por meio da arquitetura e design para favorecer a qualidade de vida, fortalecer a política na área das comunicações, em especial pela plataforma digital: “O entendimento das indústrias culturais e criativas pelo ponto de vista das políticas públicas justifica a legitimação do conceito na criação de métodos de mensuração da Economia da Cultura”. (CUNHA & YANAZE, 2015, p. 84)

O modelo de textos simbólicos analisa os discursos ideológicos que são incorporados nas políticas públicas. A indústria criativa é vista como resultado de ação pública em prol da indústria cultural e da assimetria econômica do mercado global. (CUNHA & YANAZE, 2015)

O modelo analisa os processos pelos quais a cultura de uma sociedade é formada e reproduzida por meio da interpretação da produção cultural, de sua disseminação e do consumo das mensagens ou textos simbólicos que são transmitidos mediante os veículos de comunicação, como filme, radiodifusão e imprensa. Essa linha de pensamento, principalmente na Inglaterra, estuda as políticas culturais dentro do campo multidisciplinar no qual se inserem as pesquisas realizadas nos centros universitários que observam a mídia e as relações com a cultura. (CUNHA & YANAZE, p. 84, 2015)

O modelo de textos simbólicos aborda aspectos relacionados à expressão cultural com foco na alta arte e não de cultura popular. Neste modelo explora-se como apresentação o processo de produção, disseminação e consumos das expressões e mensagens por meio de textos simbólicos. (UNCTAD, 2010)

Os defensores desta escola criticam o uso do termo indústria criativa empregada para legitimar um discurso, em que a cultura é o elemento de um novo paradigma para o desenvolvimento econômico.

Os defensores desta escola criticam o uso do termo indústria criativa empregada para legitimar um discurso, em que a cultura é o elemento de um novo paradigma para o desenvolvimento econômico.

Em relação às sínteses institucionais s apresentam-se ainda o modelo da Unctad, Unesco e, no caso, do Brasil, por meio do Minc e de seu Comitê Gestor das Contas de Cultura no Brasil estabeleceu parâmetros operacionais para o conceito de cultura, no qual se estabeleceu uma lista de Códigos Nacionais de Atividade Econômica (CNAES) para caracterização dos setores culturais com base na abordagem do ciclo cultural da Unesco e Convênio Andrés Bello.

Quadro 5 – Modelo de textos simbólicos

Núcleo das Indústrias Culturais
Publicidade Filme Internet Música Publicação Televisão e rádio Vídeo games e jogos de computador
Atividades Culturais Periféricas Artes criativas
Atividades Culturais Fronteiriças
Aparelhos eletrônicos Moda Software Esporte

Fonte: Elaboração da autora com base em Unesco

Desse modo, os modelos de mensuração contribuem para um processo de padronização, conforme o entendimento do reconhecimento de bens e atividades culturais e criativas. No próximo capítulo elabora-se uma revisão teórica de políticas públicas e a análise de implementação de política para economia criativa no Brasil, bem como, sua

institucionalização no Governo municipal de Porto Alegre e as ações e iniciativas de base governamental para o setor criativo e cultural.

3 O PROCESSO DE INSERÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA NA AGENDA GOVERNAMENTAL MUNICIPAL E FEDERAL

Este capítulo tem o objetivo de entender a territorialização de ações vinculadas ao processo de implementação da economia criativa na agenda das esferas do governo federal e municipal a partir de 2012. A seção 3.1 apresenta uma breve revisão teórica de compreensão da análise de políticas públicas empregada na pesquisa. A seção 3.2 analisa as ações e iniciativas vinculadas ao governo municipal de Porto Alegre em relação à economia criativa a partir da gestão do governo Fortunatti. A seção 3.3 analisam-se as principais ações e iniciativas entre o período de criação da Secretaria de Economia Criativa até a possível extinção do Ministério da Cultura após impeachment da Presidente Dilma Roussef.

3.1 Base teórica de análise de política pública

Para o entendimento das decisões governamentais no âmbito de suas ações e processo de tomada de decisão é importante o acompanhamento das demandas da sociedade civil e grupos sociais que visam-se alcançar com a formulação e implementação da política pública, em específico, nesta pesquisa a inserção da política da economia criativa na agenda do Governo Municipal de Porto Alegre e na agenda do Governo Federal.

Pressupõe-se que a compreensão da política pública como Capella (2005) é oriunda da inserção de uma ideia no conjunto de preocupações dos formuladores de políticas. É por isso que, compreensão da política pública ocorre por meio de um sistema de conceitos e teorias.

As bases fundadoras dos estudos de políticas públicas podem ser reconhecidas com *Laswell* (1936) *apud* Souza (2006), que elabora o conceito de *policy analysis* (diálogo entre agentes), a qual compreende a conciliação entre conhecimento científico com a produção empírica dos governos, dessa forma, estabelece diálogo entre cientistas sociais, grupos de interesse e governo. Outros autores acrescentariam diferentes óticas como *Simon* (1957), o qual introduziu o conceito de que a limitação da racionalidade poderia minimizar o conhecimento racional. Ou a racionalidade poderia ser otimizada até um ponto satisfatório pela criação de estruturas (conjunto de regras e incentivos) que englobasse os atores e desenhe o comportamento na direção de resultados desejados. Já *Lindblom* (1959) incorporaria outras variáveis como relações de poder e a integração entre as diferentes fases do processo decisório, o que não teria, necessariamente, um fim ou um princípio. Já *Esaston* (1965) citado por Souza (2006) definiria a política pública como um sistema entrelaçado entre a formulação, resultado e o ambiente. Em geral, os fundamentos científicos das políticas públicas têm suas bases na *policy analysis*, *policy makers* e racionalidade limitada sob as quais, se agrega uma relação de conceitos sobre o tema.

O governo como lócus de decisões políticas ocupa o olhar, pois é onde os embates de interesses, preferências e ideias se desenvolvem. Assim, se origina a política pública como a inter-relação da habilidade do governo de agir e/ou analisar a ação e propor alteração no rumo dessas ações caso se torne necessário. “A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real”. (SOUZA, 2006, p. 26)

Então, entender os modelos de formulação, análise e o tipo de política pública determinam uma configuração para cada tipo de política que encontra diferentes formas de apoio, de rejeição e disputas em torno de sua decisão que passam por arenas diferenciadas.

A política pública pode assumir quatro formatos, como: políticas distributivas (decisões do governo com enfoque nos impactos individuais em detrimento dos impactos universais), políticas regulatórias (grupos de interesse e burocracia), políticas redistributivas (políticas sociais universais – sistema previdenciário e tributário) e políticas constitutivas (elaboram procedimentos). Estas se processam dentro do sistema político de forma diferente. (SOUZA, 2006)

Frey (2000) refere que a literatura sobre a análise de política pública considera fatores institucionais e processuais específicos, pois é preciso uma adaptação do conjunto de instrumentos da análise de política pública às condições das sociedades em desenvolvimento. O autor explora as contribuições do neoinstitucionalismo e da análise de estilos políticos. “[...] a abordagem da *‘policy analysis’* pretende analisar “a inter-relação entre as instituições políticas, o processo político e os conteúdos de política” como o “arcabouço dos questionamentos ‘tradicionais’ da ciência política”. (WINDHOFF-HÉRITIER, 1987, p. 7 *apud* FREY, 2000)

A abordagem analítica de políticas públicas – *analysis policy*- estabelece três dimensões: *polity*, que representa a dimensão que denomina as instituições políticas (delineada pelo sistema jurídico e estrutura institucional do sistema político-administrativo, a dimensão *politics* para denominar a dimensão do processo político, que impõe objetivos aos conteúdos e às decisões de distribuição e a dimensão *policy* refere-se aos conteúdos concretos vinculados à configuração dos programas políticos, técnicos e o conteúdo material de decisões políticas. Tais categorias são interligadas e mutuamente influenciadas. (FREY, 2000)

Alguns aspectos são importantes na *policy analysis*, como sob que circunstâncias no que tange à pesquisa, o grupo das forças políticas e os recursos disponíveis devem ser considerados. Há uma estrutura política e condições de poder dadas para o desenvolvimento de um programa de ação política. “As disputas políticas e as relações das forças de poder sempre deixarão suas marcas nos programas e projetos desenvolvidos e implementados”. (FREY, 2000, p. 219)

Há diversos interesses a fatores que exercem pressão sobre o sistema político administrativo. Então, as novas condições de políticas levam a revisão do plano original de política pública formulado. Estes fatores condicionantes da política pública são sujeitos a alterações ao longo do tempo.

A abordagem da *policy analysis* corresponde à categoria do *policy cycle*, que relaciona as redes e arenas das políticas que sofrem modificações no decorrer dos processos de elaboração e implementação das políticas. Por isso, considera-se o caráter dinâmico ou a “complexidade temporal” dos processos políticos administrativos.

Comum a todas as propostas são as fases da formulação, da implementação e do controle dos impactos das políticas. Do ponto de vista analítico, uma subdivisão um pouco mais sofisticada parece pertinente. Por isso, distingue-se as seguintes fases: ‘*agenda-setting*’, elaboração de programas e decisão, implementação de políticas e, finalmente, a avaliação de políticas e a eventual correção da ação.

Na fase de percepção e definição de problemas ocorre a definição de um campo de ação política, que se mostram apropriados para um tratamento político. A fase de *agenda setting* se discute e decide se um tema está inserido na pauta política atual ou se deve ser excluído ou adiado para outro momento considerando sua relevância. Para isso deve-se considerar o peso de se impor na arena política. Fundamental o envolvimento dos atores políticos relevantes.

Na fase de elaboração de programas e de decisão é o momento de se escolher as alternativas de ação. Na fase de implementação de políticas, ponderada a fase do ciclo político, a qual se encomenda a ação que será estipulada na fase que antecede à formulação de política, que produzirá do mesmo modo determinados resultados e impactos de *policy*. “[...] os resultados e impactos reais de certas políticas não correspondem aos impactos projetados na fase de sua formulação”. (FREY, 2000, p. 228)

A fase final de avaliação de políticas e da correção da ação é o contexto de apreciação dos programas implementados e a efetividade de seus impactos. Questiona-se as falhas do impacto do programa e seus efeitos com vistas a melhorar as ações para os programas futuros. É a fase de aprendizagem política, no momento que se avalia se o programa funciona ou se reduz os efeitos dos problemas. Essa fase responde a questões “quando” e “como” intervenções ou programas funcionam e tem como propósito dar subsídios para decisões em relação a melhorias, ampliações ou modificações que podem ser feitas em uma política ou programa específico. (FREY, 2000)

Nesse contexto, a avaliação está vinculada à fase inicial e final do modelo cíclico do processo de política pública. Os ciclos são ligados por um processo contínuo, os quais têm etapas que também estão ligadas e envolvidas em um processo contínuo. Considera-

se também distinguir: avaliação de processo (monitora e avalia atividades do programa) e avaliação de resultados (mede-se a eficácia do programa e avalia-se o impacto sobre o problema/meta do programa). (RESENDE, 2014)

A análise da política pública não dispõe de uma teoria uniforme, para tal, a combinação de metodologias e modelos que focam o processo de implementação da política pública e os resultados tem trazido resultados interessantes.

Na análise das políticas públicas brasileiras observa-se que os cidadãos não costumam se organizar em torno de interesses específicos. Logo, a trajetória da política pública, desde o planejamento até a implementação sofre mudanças, inclusive repentinas e radicais dos rumos da política independente do nível do governo. Nessa linha, percebe-se a necessidade de institucionalização e formalização dos arranjos institucionais e dos processos de negociação inerentes ao ciclo da política pública. No que tange à avaliação da política pública é possível notar que, quanto maior sua abrangência, por exemplo, uma política pública de entorno nacional, as chances de distorções e resultados heterogêneos são elevados.

Assim, as teorias das políticas públicas, envolvem o planejamento, ciclo da política, resultados e avaliação, demonstram que são processos amplos e complexos, e o papel da democracia, instituição e cidadania são elementos qualitativos que otimizam a política pública na sua totalidade.

Nesse sentido, se propôs nesta seção entender a abordagem teórica da análise do ciclo político, com vistas para que se compreenda o processo de inserção da política da economia criativa na agenda governamental municipal de Porto Alegre e federal a partir de 2012.

3.2 A inserção da Economia Criativa na agenda do Governo Municipal de Porto Alegre - POA “*queer*” ser Barcelona

A pesquisa na cidade de Porto Alegre parte de uma abordagem metodológica que utiliza a observação, a entrevistas semi-estruturadas, a coleta de informações a partir de reportagens dos principais meios de comunicação do Rio Grande do Sul. Para observar e pesquisar dentro do território urbano, dada a amplitude de agentes e territorialidades,

precisou-se escolher um percurso, em que se construiu o diálogo com os agentes, os quais têm em comum a interação com o setor criativo.

Iniciamos o percurso, a partir do Governo Fortunatti para entender como se caracteriza o histórico, como se desenvolve, quem são os agentes e suas narrativas sobre o setor criativo de Porto Alegre, tal como exposto no primeiro capítulo sobre a abordagem metodológica da tese.

A economia criativa tornou-se um dos 5 eixos que nortearam os debates das atividades municipais e estaduais de preparação da Conferência Nacional de Cultura²¹ em 2010. Em 2011, o Rio Grande do Sul, criou a Diretoria de Economia da Cultura, com o propósito de instituir uma estrutura gerencial e um conjunto de políticas para o setor, com vistas, para além do gerenciamento dos mecanismos de renúncia fiscal, mas também o de gestão de recursos do Fundo de Apoio à Cultura (FAC) disponibilizados para investimento direto do Governo no fomento. (NUÑEZ, 2016)

Em 2012, na sequência a criação da Secretaria de Economia Criativa, no Ministério da Cultura e com a institucionalidade formalizada por meio do Plano de Economia Criativa, várias iniciativas com foco na implementação de política pública para a área foram formalizadas nos estados brasileiros. As bases para o fomento dessa categoria econômica no Rio Grande do Sul se consolidaram sob diferentes ações e setores por meio do programa RS Mais Criativo²².

Nesse período um conjunto de pesquisas foram lançadas para estudar o potencial criativo dos estados brasileiros, elaboração de categorias de dados por meio dos órgãos de pesquisa como IBGE, FIRJAN/RJ e no RS por meio da FEE-RS. Em 2008, a FIRJAN elaborou um estudo sobre ‘A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil’, em que estabeleceria uma taxonomia própria amparando-se numa sintonia com a literatura internacional e as pesquisas elaboradas no Brasil como referência. Além da perspectiva sobre a produção

²¹ É o encontro de agentes culturais de todo o Brasil para debates das políticas culturais. É organizado pelo Ministério da Cultura. Fonte: (Ministério da Cultura, 2017)

²² O Programa RS Criativo foi lançado em 2014 como iniciativa formulada para articulação de órgãos estaduais com interface com a indústria criativa elencada como um dos 23 setores estratégicos da política indústria gaúcha. Este programa é coordenado pela Secretaria do Estado da Cultura (SEDAC). O RS Criativo visa desenvolver esse setor no Estado por meio de ações de fomento, capacitação e profissionalização, internacionalização e estímulo à inovação. Também confere ao programa incentivo para a atuação em eventos para diferentes áreas do setor criativo do RS. Este Programa tem como objetivo estruturar ações conjuntas com órgãos que desenvolvem projetos na área como a Agência Brasileira de Promoção das Exportações (APEX), o BNDES e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

criativa seria realizada uma análise sobre os profissionais criativos. A visão sobre Cadeia da Indústria Criativa estaria alinhada à visão da Unctad.

As informações elaboradas pela Firjan, em 2014, apresentariam dados relevantes que deveriam receber atenção. Tanto sob a ótica da produção, o setor criativo seria formado por 251 mil empresas, como sob a ótica do mercado de trabalho, o registro de profissionais criativos totalizava 892,5 mil profissionais, os quais concentram suas atividades, de forma geral, no Brasil, em pesquisa e desenvolvimento, moda, design e publicidade.

Neste estudo elaborado pela FIRJAN, o RS, apresenta-se com elevado registro de profissionais criativos na economia. Nessa sequência de estudos, a Fecomércio/SP, classificou Porto Alegre como a 2ª capital de elevado potencial criativo, o que alimentou os argumentos em prol da economia criativa.

Um estudo relevante no RS foi elaborado pela Fundação de Economia e Estatística (FEE) que apresenta o mapeamento de indústria criativa no RS. Nesse estudo, os responsáveis Valiatti e Wink (2013) elaboraram uma matriz comum entre o estudo da Firjan e da Unctad. Os autores ressentem-se da não disponibilidade dos dados relativos ao setor serviços, o estudo permitiu estimar, quantitativamente, o peso desse setor na economia do Estado, mostrando que:

[...] cerca de 13% da indústria de transformação do RS é composta por atividades criativas. Aplicando-se essa proxy de estrutura no Valor Adicionado Bruto de produção calculado pela FEE, tem-se uma estimativa de que, em 2010, o valor da indústria criativa do RS correspondeu a R\$ 6,3 bilhões. (Valliati; Winck Jr., 2013, p. 7).

Também se observou, o início de um processo de configuração de uma agenda política para o setor. A partir da gestão de José Fortunatti no Governo da Prefeitura Municipal de Porto Alegre estabeleceram-se alguns objetivos como:

- Criação de um comitê interdisciplinar e multisetorial, seminários, polo de economia criativa no 4º Distrito;
- Programa Turismo Criativo;
- Núcleo de Economia Criativa;

Além disso, também houve a regulamentação da Lei de Inovação e foi implementado o fundo de inovação para conceber incentivos para a expansão e desenvolvimento da área FIT/POA.

Então, por meio do decreto nº 18422 de outubro de 2013 foi instituído o Comitê Municipal de Economia Criativa com o objetivo de estabelecer diretrizes para o desenvolvimento de atividades de economia criativa mediante estudo cultural, econômico e social.

Este comitê ficaria coordenado ao Gabinete de Inovação e Tecnologia (INOVAPOA) do Gabinete do Prefeito compostos por diferentes agentes da sociedade civil vinculados ao setor, instituições de ensino e Governo.

Dentre os objetivos desse comitê com base no seu artigo 4º, estão:

"I - acompanhar, fortalecer e potencializar as iniciativas de Economia Criativa no âmbito municipal; II- estabelecer programas de intercâmbio e cooperação técnica em âmbito regional, nacional e internacional; III- mapear a Economia Criativa na capital gaúcha; IV- realizar formação continuada na área de Economia Criativa através de fóruns, congressos, oficinas, palestras, entre outros". (Plano Municipal de Economia Criativa, 2013, p. 04)

Como consequência da instituição do Comitê Municipal de Economia Criativa em 2013 foi concebido o Plano Municipal de Economia Criativa. Esse plano seria um meio de interação entre os diferentes agentes inseridos na dinâmica da economia criativa inspirados no modelo da Hélice Tríplice. Em defesa deste plano, a gestão refere que se une o trabalho de secretarias municipais e de instituições da sociedade organizada do município em torno de um tema inovador para a expansão do desenvolvimento econômico e social da população por meio de incentivos a esta categoria.

O comitê Municipal de Economia Criativa foi instituído pelo Decreto nº 18422 de 09/10/2013 e nº 18492 de 16/12/2013:

O Comitê Municipal de Economia Criativa foi composto por 38 instituições, entre elas secretarias municipais, Universidades, empreendedores, Associações, Sistema S e Criativos. Uma das metas é promover o desenvolvimento econômico, social e cultural da capital gaúcha, através de um ecossistema de criatividade, empreendedorismo e inovação. (PLANO MUNICIPAL DA ECONOMIA CRIATIVA POA, 2014, p. 9)

A mobilização em torno do tema no município de Porto Alegre coincidia com a proposição do Ministério da Cultura por meio da institucionalização da Secretaria da Economia Criativa. Em 2014, seria lançado um relatório final de mapeamento da economia criativa em Porto Alegre como uma das metas propostas pelo comitê.

Na análise do relatório de mapeamento, a compreensão do Comitê seria adjunta ao Plano Estratégico da Secretaria de Economia Criativa/MINC, que estabeleceria setores criativos as categorias de atividades e bens e economia criativa englobaria, além do setor os processos. No Plano da Economia Criativa de Porto Alegre, o relatório deixa claro a posição do Gabinete de Inovação (INOVAPOA) pela preferência no uso da terminologia, economia criativa. Por tratar-se de uma esfera mais ampla, desde cadeias produtivas até modelos inovadores de empreendimentos. Então, para justificar a abrangência das atividades profissionais categorizadas na pesquisa, o comitê responsável pelo mapeamento compreende que a economia criativa é “(...) também assim caracterizada pelas transformações culturais, de inovação, de diversidade de informalidade”. (MAPA DA ECONOMIA CRIATIVA DE PORTO ALEGRE, 2014, p. 4)

O objetivo do mapeamento da economia criativa para o INOVAPOA por meio do comitê seria desenvolver este segmento, proporcionando educação para as competências e a logística de criação, produção, circulação, consumo e fruição de bens e serviços criativos. Em relação aos objetivos específicos, trata do diagnóstico completo do setor na cidade e a regularização através de marcos legais o uso de bens e serviços criativos, entre outros.

No lançamento do Plano de Economia Criativa, em 2014, a Gestão de Fortunatti vincularia esse levantamento dos empreendimentos criativos à configuração do perfil da cidade de Porto Alegre.

Uma cidade inteligente se faz com pessoas e instituições inteligentes”, ressaltou Sebastião Melo, na ocasião, saudando e agradecendo os esforços do grupo que trabalhou no documento. Melo ressaltou, igualmente, a importância das ações estabelecidas e que, inclusive, já estão sendo implementadas, como a inauguração da incubadora criativa “Tecendo Idéias”, no DC Navegantes, decisiva para o processo de revitalização do 4º Distrito de Porto Alegre. (FLORES, 2014)

Um dos objetivos do comitê seria a elaboração de mapeamento de tendências e oportunidades para a economia criativa em Porto Alegre. Para isso, foi contratada uma pesquisa para o levantamento dos dados e perfil dos empreendimentos da economia criativa. A partir do banco de dados do cadastro de alvarás da Secretaria Municipal da Indústria e Comércio se iniciou o processo do universo da pesquisa. Os resultados encontrados com base na elaboração da pesquisa pelo Instituto Inspe foram 21.123 empreendimentos registrados dentro de 14 áreas de interesse e das 17 regiões do Orçamento Participativo na cidade, logo, a partir disso distribuíram 712 entrevistas.

Este relatório apresentou um panorama amplo das configurações destes empreendimentos vinculados às atividades e bens do setor criativo. Tais como, o perfil social apresenta uma distribuição entre homens (48%) e mulheres (52%). A escolaridade concentra-se entre 41% com superior completo e 40% com ensino médio completo. Há uma distributividade entre a faixa etária, em que: 29% são do grupo de 25-34 anos, 27% do grupo etário entre 35-44anos e 27% entre 45-59 anos. A renda mensal concentra-se em 41% entre 1-3 salários mínimos e 26% entre 4-6 salários mínimos. Na época da pesquisa, 92% dos entrevistados não contava com incentivos de recursos públicos.

Basicamente, o perfil do empreendedor da economia criativa em Porto Alegre exposto pela pesquisa seria assim demonstrado no quadro 6.

Quadro 6: Perfil do empreendedor da economia criativa em Porto Alegre

PERFIL DO EMPREENDEDOR DA ECONOMIA CRIATIVA EM PORTO ALEGRE

36% dos empreendimentos tem sede própria;
52% dos empreendedores são mulheres;
29% tem entre 25 e 34 anos de idade;
41% dos empreendedores tem o ensino superior completo;
34% tem formação na mesma área de seu empreendimento;
49% fizeram algum curso na área de gestão e dos que fizeram, 37% participou de algum curso do SEBRAE;
48% fez plano de negócio para seu empreendimento;
43% dos empreendimentos tem de 1 a 5 anos de existência;
27% dos empreendedores tem de 1 a 5 anos de experiência na mesma área de atuação de seu negócio;
36% faturam até R\$ 60.000,00 por ano; Para 43% dos empreendedores o negócio é sua única fonte de renda;
46% dedica mais de 10 horas por dia em seu negócio; 93% se consideram como integrantes da economia criativa;
20% acreditam que o maior problema que enfrentam em seu negócio é a retração do mercado;
Para 22%, a maior inspiração para serem empreendedores em Porto Alegre é a de terem liberdade para trabalharem fazendo aquilo que gostam; 17% esperam que o INOVAPOA crie e divulgue atividades para impulsionar as iniciativas de economia criativa da cidade. De maneira geral, são empresas que contam com poucos funcionários também muitos empresários no regime de MEI (microempreendedor individual)

Fonte: Inspe, 2014.

Na época do mapeamento, que serviria de fonte de dados, a secretária do Gabinete de Inovação, do Governo Fortunatti, referiu a necessidade de identificar as empresas criativas em cada bairro da cidade começando pela área do 4º Distrito. O foco no 4º distrito surge em paralelo à intensa discussão sobre economia criativa em Porto Alegre, desde o aspecto de renovação de espaços urbanos, que em geral concentravam atividades industriais em grandes áreas físicas. (WWW.PMPOA.GOV.BR)

Se inseriu uma expectativa, em relação ao destino da região ser atrativa para atividades e produção de bens do setor criativo, com base na lógica de reprodução de um modelo implementado em cidades de diferentes regiões globais, que se tornaram conhecidas por iniciativas semelhantes. Essa associação entre a economia criativa e a

renovação do 4º Distrito se apresentou por meio de discussões do Fórum das Instituições Superiores, reuniões do Comitê de Economia Criativa e medidas via Secretaria de Mobilidade e Planejamento Urbano, conforme dados do Relatório de Reunião do Comitê de Economia Criativa na Gestão de Fortunatti.

Há uma grande lista de cidades que optaram pela lógica da renovação urbana por meio dos insumos conhecimento, cultura e inovação. Inclusive, muitas cidades passam a adotar adjetivos como reflexo da absorção destes recursos como meio de diferenciação global como cidades criativas, cidades inteligentes, cidades inovadoras, e assim sucede uma narrativa sob a ótica de uma cidade que concentra dinâmicas e interesses adequados as demandas globais.

A partir da Gestão de Fortunatti e, subsequentemente de Marchesan, observaram-se ações que se propuseram associar Porto Alegre em projetos vinculados ao tripé cultura, conhecimento e criatividade com referências nas cidades de países avançados como modelos de experiência na transformação urbana. Uma das referências empregadas e recorrente nas falas dos gestores municipais citados se apresenta Barcelona, em diferentes contextos da narrativas da mídia, de agentes da sociedade civil e das instituições de ensino.

Na esfera midiática foi dada, nesse período de observação da pesquisa, atenção a ações da sociedade civil como a intenção de transformar o 4º distrito em polo da economia criativa. Também reforçada pelos empreendedores e urbanistas como região com potencial turístico, com a necessidade de reduzir aspectos sociais degradantes que comprometem essa região da cidade, que tem ampla riqueza arquitetônica do período industrial, reflexo de fase de prosperidade até a década de 1960, que desde, os anos 1920 reservaram ao território grande fluxo de operários, moradores e empresários, que construíram residências, fábricas, praça e clubes à beira do Guaíba.

Um conjunto de aspectos como inundações e obras na avenida Farrapos foram caracterizando a pressão para a migração deste território para outras regiões da cidade, conseqüentemente, dos clusters industriais estabelecidos na região do 4º distrito. Desse modo, a região foi deixando sua referência como espaço do capital produtivo acompanhada de falta de políticas e de investimentos públicos para a região.

A partir da década de 1990 se acompanha um conjunto de manifestações de retomada de ações interessadas na região do 4º distrito, como o Masterplan, o projeto

Tecnopoa, fóruns de discussão acadêmica e projetos de diferentes Governos Municipais. Em paralelo, à discussão da economia criativa se insere o 4º distrito, evidenciados no projeto de Governo de José Fortunatti, como também, nos diferentes agentes locais como instituições de ensino, empreendedores de diferentes categorias e escalas, além de movimentos sociais urbanos e coletivos culturais e de sustentabilidade ambiental.

Desde 2015 até 2018 acompanham-se as reportagens dos jornais Zero Hora e Jornal do Comércio, e, percebe-se em comum, reportagens que associam o planejamento urbano de Porto Alegre a necessidade de projetos ou propostas de readequação ou reinvenção produtiva e econômica da cidade nos setores de inovação tecnológica e do setor criativo, em especial, pelas frágeis circunstâncias do quadro político-econômico tanto do Estado do Rio Grande do Sul quanto do município de Porto Alegre.

Em outubro de 2015, foi divulgada nesses canais de comunicação, a visita técnica de José Piqué, Diretor da oficina de crescimento econômico do projeto @22Barcelona que palestrou no Tecnopuc para representantes das universidades, entidades empresariais e secretários municipais sobre a experiência da inovação em Barcelona. Nesse período, percebe-se uma iniciativa mais intensa de manifestação sobre projetos para o 4º distrito vinculados à ideia de transformação de áreas industriais antigas em espaços produtivos sob a ótica do modelo de *smart city* oriunda do projeto de Governo Municipal e das instituições de ensino.

Nesse evento, a fala do palestrante espanhol defendeu que a base para o desenvolvimento de cidades inteligentes dependeria de uma hélice quádrupla configurada pela ação de diferentes agentes com o propósito de atender os propósitos de favorecer o desenvolvimento urbano sob diferentes dimensões, em especial no seu discurso defendeu que o elo principal dessa interação dependeria da inovação, em que a cidade seria o protótipo ou plataforma de testes, em especial, porque nela encontram-se os recursos como talento e conhecimento. (MARTINI, 2015, p.37)

Nessa sequência, a associação com inovação, cultura e capital humano ou talento (termo comumente empregado na narrativa dos discursos), que inclusive apresenta Porto Alegre como uma cidade polo de talentos, mas dado o contexto econômico de retração de investimentos em setores inovadores não consegue reter a “fuga” desse capital humano/talento oriundo das instituições de ensino. Tais elementos de configuração econômica para o desenvolvimento vêm sendo discutidos, também em paralelo ao

discurso dos setores criativos. A construção de uma tendência, que permite que reposicione o contexto de uma cidade na geopolítica econômica global às condições dos circuitos globais de consumo e produção.

Em agosto de 2016 acompanhamos o conteúdo do VI Seminário de Gestão Urbana Sustentável com o tema “Cidades Inteligentes – Cidades Resilientes” com vistas a discutir mobilidade urbana, mudança de plano diretor e as ações de diferentes agentes para ressignificar o espaço urbano de Porto Alegre. Na maioria dos painéis e estudos expostos apresentaram-se conexões entre o 4º Distrito, com projetos de inovação sustentável e demandas estruturais, assim também, como espaço de aglomeração do setor criativo. Nesse evento, a Associação Vila Flores foi apresentada como uma manifestação no 4º distrito como um projeto positivo de reconversão de um prédio histórico que hoje é ocupado, majoritariamente, por empreendimentos da economia criativa.

Nas eleições de 2016, a mídia local, enfocou sobre aspectos de planejamento urbano com os olhares voltados para o 4º distrito e a orla do Guaíba. Na maioria das referências, apontam-se cidades nos países avançados com repercussões positivas como o caso de Turim na Itália, Toronto no Canadá e *South Bend* nos Estados Unidos, desde exemplos de participação social, como parques de alta tecnologia e comércio/lazer. ‘Termos como tornar “Porto Alegre cidade inovadora” e não desperdiçar a beleza natural do Guaíba ressoam nas entrelinhas do discurso midiático no período eleitoral’. (GONZATO, 2016, p. 08-12)

Já no período pós-eleição com a Gestão de Nelson Marchezan consolidada e firmado o compromisso de não interromper a revitalização do 4º Distrito, percebeu-se o temor de paralização das discussões em torno do Masterplan²³, conforme manifestações políticas expressas em diferentes canais de comunicação. O primeiro ano de gestão municipal de Nelson Marchezan tem como protagonismo a crise financeira que centralizou os discursos e o comprometimento de todas as iniciativas no âmbito de investimento público, projetos de governo e implementação de políticas locais para o desenvolvimento.

²³ Projeto do Núcleo de Tecnologia Urbana da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) com o Executivo. Na essência contempla o uso de espaços com edificações de perfil inovador e que insiram construções tombadas pelo patrimônio histórico, e para isso propõe um novo regime urbanístico para a região.

No início da Gestão de Marchezan, uma das polêmicas foi a manutenção da Secretaria de Cultura, que sob pressão da sociedade civil se manteve com a indicação de um secretário para a pasta. Em especial, pelo contexto dos cortes, a cultura, em geral é um dos primeiros elementos de disputa e tensão, pois em geral, não são destinados recursos para investimento prioritários aos equipamentos e espaços culturais em fases de crise fiscal como é comum no Brasil.

Em contrapartida, o Gabinete de Inovação teve uma reestruturação, com a indicação de Roberto Moschetta como responsável pela direção. Em maio de 2018, este secretário como representante do Governo Municipal da Gestão Marchezan, concedeu entrevista para esta pesquisa. Em que explicou que, Porto Alegre tem sido motivada a incluir:

[...] a questão da inovação entre as suas estratégias de desenvolvimento e de crescimento a alguns anos atrás, aproximadamente seis anos atrás. Nas articulações que se montaram à época para introduzir essa questão no cotidiano da administração, se optou por criar uma área vinculada ao Gabinete do Prefeito. (...) chamo de área, que eu acho que é o que melhor define, de inovação vinculada diretamente ao Gabinete do Prefeito do que instaurar na estrutura operacional de secretarias e departamentos. E a área que foi criada vinculada diretamente ao Gabinete do Prefeito se chamou, naquela ocasião, de Inovapoa. Então foi criado o Inovapoa vinculado ao Gabinete do Prefeito e assim funcionou nos últimos anos. Nesta administração, que iniciou em 1 de janeiro do ano passado, houve uma proposta de reformulação das secretarias, com enxugamento do número de secretarias e uma redistribuição de atividades dentro da estrutura de administração do Município. E aí se criou uma secretaria chamada Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e sobre esta secretaria que não existia se encampou, se juntaram antigas secretarias (...) E a área de inovação, que estava lá no Gabinete, desceu para ser uma diretoria da Secretaria de Desenvolvimento Econômico. Então hoje a estrutura de inovação da cidade de Porto Alegre é uma diretoria vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, que é vinculada ao Gabinete do Prefeito. (...) Com esta transformação de uma área vinculada ao Gabinete do Prefeito para uma diretoria dentro da Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico também se desenvolveu uma nova estrutura da própria área de Inovação com uma, e isso foi comum em toda a administração, com uma concentração de recurso.

Logo, em paralelo, nesta fase de reestruturação institucional do novo Governo foi retomada a discussão da revisão do Plano Diretor. Dada a importância e o conjunto de interesses de diferentes agentes, iniciou-se em abril de 2017 um processo de debate em torno do conteúdo do Plano Diretor. Na primeira exposição do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental de Porto Alegre/RS na ACPOA²⁴ acompanhou-se a exposição, do que estaria em reavaliação e o que seria discutido. Dentre, os tópicos

²⁴ Associação Comercial de Porto Alegre.

incluídos para discussão e do interesse desta pesquisa, seriam os aspectos relativos às “tendências globais” inseridas no conjunto de critérios de revisão do Plano como “estímulo das atividades comerciais e de serviços como indutoras da vitalidade urbana”, “desenvolvimento da economia urbana”, as quais estariam vinculadas aos propósitos de estimular negócios relativos ao setores do campo da cultura e da inovação.

No entanto, quando questionou-se Moschetta sobre iniciativas para fomentar e estimular a economia criativa e sua aplicabilidade no espaço urbano explicou que:

[...] Atividade de economia criativa realizada dentro do Quarto Distrito tem alguns benefícios fiscais. Isso já vinha da administração. Só que se tu fores olhar o que se utilizou desses benefícios para entidades de Economia Criativa, é pífio. É praticamente dois ou três processos, ou meia dúzia de processos. Quando o setor é muito mais amplo, muito mais significativo. Ou seja, as propostas que partiram da administração municipal para atender ou para privilegiar e distinguir o setor, não estão sendo efetivas. (...) O Conselho de Ciência e Tecnologia, que é um daqueles três órgãos que eu falei pra ti: Conset, Forum das IES e Comitê de Economia Criativa. O conselho está trabalhando uma revisão na lei de inovação. E a lei de inovação tem um decreto posterior que regulamenta os apoios a empresas inovadoras, a quem se caracteriza como empresa inovadora. Em geral, tudo o que está no Comitê de Economia Criativa, pode se apresentar na lei de Inovação. (...) estamos criando novos mecanismos que estão vindo das entidades, das proposições dessas entidades, para montar uma política de incentivos do município à Inovação e à Economia Criativa. Então, a Economia Criativa vai acabar, como tu mencionaste, vai ler da conexão e inovação para poder se beneficiar de mecanismos de incentivo do município. Tem esses que são financeiros, mas tem outras propostas de sistemas mais ágeis de licenciamento de empreendimento. Tem várias propostas que estão sendo elaboradas. Mas, de novo, não é uma proposta do município, é uma proposta do grupo, da categoria, do segmento, que faz a apresentação de suas ponderações do que seria atrativo para elas.

A perspectiva da compreensão do planejamento urbano e do plano diretor apresentam-se relevantes diante das discussões implementadas sobre economia criativa e nos discursos de diferentes agentes protagonistas no espaço urbano, principalmente, quando há demandas que urgem serem atendidas pelas problemáticas sociais, econômicas e políticas no espaço urbano, as quais configuram as condições da vida urbana. A forma como se organizam em domínios e instituições na sociedade capitalista são o foco da produção simbólica e cultural do território. A produção simbólica é contaminada ou fortemente influenciada por relações de produção. (HARVEY, 2001)

No caso, o entendimento que se extrai da inserção da economia criativa na agenda governamental a partir de Fortunatti, que esta categoria se apresentou como um dos recursos potenciais para os planos de revitalização de áreas urbanas da cidade, no caso do

4º distrito, ou seja, em que os elementos do campo da inovação e da cultura se tornam recursos para a produção da cidade.

Estes elementos, apresentam-se como territorialidades, que se fazem presentes sob verticalidades e horizontalidades, que estabelece ordem simbólica e metamorfose ao espaço urbano. (SANTOS, 1999)

Quem a ocupa e como a ocupa, são elementos fundamentais de indagação para entender se a forma como se organizam por meio da prática de atividades e produção de bens de diferentes categorias econômicas contribuem para um processo de desenvolvimento inclusivo ou de exclusão.

Perguntou-se durante a entrevista semi-estruturada ao senhor Moschetta, como vêm ocorrendo o processo de regionalização da economia criativa no território e por meio de quais iniciativas tem sido implementadas esse processo de regionalização? Dentre os aspectos explicados apresenta um conjunto de iniciativas vinculadas a duas linhas de atuação da secretaria.

Uma linha que nós chamamos de *hardware* e uma linha de *software*. Na linha de *hardware* nós trabalhamos a linha de construção de ambientes de inovação. Ou seja, favorecer, na cidade de Porto Alegre, que se viabilizem, que se apresentem, que se institua ambientes de inovação físicos. Espaços para o processo articulador inovador na cidade. A Prefeitura, por iniciativa própria, estabeleceu um espaço de *coworking* e com outras finalidades, mas fundamentalmente o *coworking* que chamou de Poa.hub. A primeira iniciativa *hardware* de geração de ambientes de inovação foi a instalação do sistema Poa.hub: um espaço de *coworking* oferecidos aos empreendedores da cidade de Porto Alegre, onde eles podem iniciar algum empreendimento. Público é o único é o Poa.hub, o que a prefeitura iniciou. Mas se convidaram outros ambientes para aderir a uma rede de Poa.hubs. Então a PUC aderiu, a UNISINOS aderiu, estamos em via de fazer mais duas ou três adesões, que compõem um sistema de ambientes de inovação disponíveis na cidade, para favorecer o processo inovador na cidade. Então esta é a estratégia *hardware*. (...) Na estratégia *software*, que eu batizei de *software* para fazer um contraponto, se está trabalhando processos de educação à distância oferecidos, para serem oferecidos à comunidade na área de inovação. (...) quando a área de Inovação era vinculada ao Gabinete, havia demandas muito intensas por atividades de inovação, materializadas em certos grupos. Por exemplo, as instituições de ensino superior, todas tinham programas de inovação nas suas estruturas acadêmicas. E buscavam uma forma de se aproximar para tratar desse tema de inovação de forma menos individualizada e mais coletiva. E com o apoio da Prefeitura criaram o Fórum das Instituições de Ensino Superior. Então a área de Inovação, agora Diretoria de Inovação, ela é responsável por suportar o sistema de interação entre as instituições de ensino superior, por iniciativa das próprias instituições. Então se criou um fórum, por decreto do prefeito, das instituições de ensino superior, para trabalhar o tema de inovação. Então, hoje existe uma entidade de relacionamento com área de inovação, formal, chamado Fórum das Instituições de Ensino Superior. Da mesma forma que se criou este fórum, também a partir de apelos da comunidade, se criou um comitê de Economia Criativa, que congrega as entidades da área. E que a partir

desta, também formulado por um decreto do município, começaram a dar suporte. A ideia é que não é a Prefeitura que está fazendo; a prefeitura está auxiliando a articular. Tanto às instituições de ensino superior, quanto às empresas de Economia Criativa, de forma que estas entidades sejam articuladoras, junto à Prefeitura, de solicitações de políticas públicas para a área. Então a prefeitura ajuda, assume um papel secretário desses ambientes, para que eles se juntem, se coordenem, se conheçam e pleiteiem políticas públicas para a área. A intenção é que os fóruns que foram criados, fórum das IES e comitê de Economia Criativa façam proposições [...].

Na sequência, foi questionado sobre as principais ações governamentais de ampliação do setor de bens e atividades culturais e criativos, as quais Moschetta explicou a importância do papel intermediador entre Fórum das Instituições de Ensino Superior e o Comitê de Economia Criativa. Comentou, que o fundamento básico de iniciativas se inicia com o decreto municipal de 2013, que criou o Comitê de Economia Criativa. A sua atuação, em maior vigor, têm sido o Mapeamento e os seminários e jornadas. De acordo com o secretário Moschetta:

[...] seminários que nós estamos realizando agora, jornadas, elas têm esse propósito de todo mundo conhecer, se apresentar. Falar um pouco do seu setor, das suas dificuldades, do seu interesse. Mas com um propósito de, em amadurecendo, ser capaz de gerar um conjunto de propostas de políticas públicas para que a prefeitura possa favorecer o setor. Então esse é o desafio que a gente tem no momento. (...) Qual é a grande, antecipando talvez algumas questões, qual é a grande dificuldade do momento - É muito amplo o setor da Economia Criativa. O conceito de Economia Criativa abrange muita gente diferente. Muita gente realmente diferente. Então, se você pega o pessoal de software, de games, que está enquadrado como economia criativa, e faz uma avaliação com o pessoal de quase de artesanato, ourivesaria, editoras, produção literária, produção de espetáculos; são muito heterogêneos entre si os componentes do que se convencionou chamar Economia Criativa. Esse sentido de “eu querer ajudar” tem gerado uma série de agentes que assumem para si a responsabilidade de conduzir o setor. E aí, dá viés. Porque é tão cheio de possibilidades que se o pessoal da área de software, por exemplo, dominar, vai fugir das pretensões do pessoal de artes, de literatura, de eventos. Esse é o desafio do setor nesse momento: conseguir uma determinada unidade. Se criou o conceito de Economia Criativa e esse bordão, essa expressão passou a designar todo um conjunto de agentes que atuam nesta área. Talvez, agora, a condução da expressão Economia Criativa precise ser melhor definida. Então se você vai, por exemplo, determinar, como está hoje num decreto do município, um incentivo fiscal. Ele é aplicável a empresas de Economia Criativa. Que empresas são de Economia Criativa - Então tem todo um momento de transição, de definição de conceito...está em uma fase antes de unir esforços. Está numa fase de: “gente, vamos conhecer, vamos conversar”. Vamos trocar ideias (...) O que está se desenvolvendo é uma tentativa de aproximar os usuários, os vários subsetores, vamos chamar assim, do ambiente de Economia Criativa para que se conheçam e para que apresentem as suas propostas, as suas demandas, as suas queixas”.

Nesse percurso inicial, buscou-se observar os diferentes agentes e como inserem a economia criativa no discurso e nas iniciativas. Especialmente, porque os elementos do

campo da cultura e da criatividade com base no campo da inovação, enquanto elementos de uma categoria econômica denominada economia criativa se vinculam a diferentes ações, que não necessariamente, são coordenados entre si.

Numa das passagens neste percurso de observação acompanharam-se, além da narrativa da mídia, o protagonismo e o lugar de fala de muitos agentes empreendedores e de representantes das instituições de ensino. Dentre estas, em junho de 2017 na ACPOA foi apresentado um tema “Modelos de Negócios do Futuro: O que tem a oferecer?” sob a seguinte afirmativa: “O que temos de positivo (ou não) para formação de uma indústria criativa – a grande geradora de inovação”.

Neste evento, dois empreendedores do setor criativo, palestraram para um grupo de pessoas do setor, representantes do governo municipal e de algumas instituições de ensino. Os dois são empreendedores no setor da comunicação digital e tecnologia da informação, respectivamente. Nesse dia, ambos defenderam a importância da inovação e do empreendedorismo no contexto de Porto Alegre, em função de que a cidade possui elementos significativos para a “produção de modelos criativos de negócios”.

Nesse evento argumentaram que “a indústria criativa é que é a resposta dentro dos modelos novos de negócio que precisamos construir. Especialmente nos lugares que a gente mora e na cidade, comentaram. “Quando a gente fala de indústria criativa o que a gente está falando é, basicamente, uma indústria capaz de trazer o pensamento não linear, uma indústria capaz de solucionar problemas complexos. (...) quando a gente fala na indústria criativa, a gente está falando de uma indústria que tem na criatividade e no capital intelectual os seus referenciais básicos. (...) essa indústria criativa ela pode, definitivamente, representar a base de uma cidade inovadora, criativa e contemporânea”.

Há diferentes agentes e discursos que amparam-se nos elementos do setor criativo e cultural como uma das condições para uma possível transformação da cidade. Nesse processo de acompanhar os fatos em Porto Alegre, nessa fase de observação, entre 2015 e 2018, percebeu-se uma mobilização de diferentes agentes engajados em defender ou justificar a importância desta categoria econômica, tanto no campo da cultura quanto no campo da inovação, expressas como repercussão positiva, em específico, reduzir o nível de desigualdade urbana.

Um outro momento, que julgou-se importante neste percurso, foi a oficialização da Aliança para a Inovação de Porto Alegre. Esta aliança é composta por uma parceria

entre três instituições de ensino superior: UFRGS, Unisinos e PUC com o objetivo de criar condições para que a cidade se transforme em um polo de inovação, atração de investimentos e empreendedorismo. Este convênio prevê o compartilhamento de recursos e parcerias com o poder público e a iniciativa privada. Neste lançamento, esteve presente o espanhol *Josep Piquè*, contratado para assessorar o projeto. Este consultor esteve associado à iniciativas semelhantes em Barcelona, *Medellín* (Colômbia) e Santa Catarina. Na edição da Zero Hora de 09/04/18 é explicado que o consultor repassará metodologia para as instituições envolvidas e auxiliar na montagem de um “pacto pela inovação”. As instituições alegam que dialogavam com iniciativas isoladas, por meio de parques tecnológicos e incubadoras, logo uma ação articulada pode vir a trazer resultados melhores.

As universidades não pretendem trabalhar sozinhas. Elas esperam, com a aliança e o pacto, mobilizar entidades empresariais, órgãos governamentais e outras instituições de ensino, todos trabalhando em torno dos mesmos objetivos: estimular a inovação, gerar empreendimentos de base tecnológica, reter talentos na cidade e desenvolver espaços direcionados à atração de novos investimentos, por exemplo. (ZERO HORA, 2018, p. 20)

Uma das pessoas à frente da Aliança para a Inovação de Porto Alegre, Jorge Audy, Superintendente de Inovação e Desenvolvimento da PUCRS, explicou que trata-se:

[...] de um movimento em prol da constituição de um ecossistema de inovação de classe mundial na cidade. Com vistas a articular os principais agentes do desenvolvimento da cidade, da sociedade civil, das instituições de ensino das empresas, do governo municipal, em prol da agilização, da constituição de um ecossistema de inovação que atraia novos investimentos, que permita o surgimento, o florescimento de empresas locais, de startups, de novas empresas que tenham a tecnologia e a criatividade como seus principais fundamentos. Realmente transformar Porto Alegre numa cidade melhor. (ZERO HORA, 2018, p. 20)

No ato de assinatura deste convênio, o consultor Josep Piquè explicou que, alguns aspectos sobre a importância da iniciativa: como “os parques passam a ter um poder de transformação econômica, mas também social. Eles vão para fora, não para transformar apenas a economia, mas também para transformar sociedade”. Cita cidades como Barcelona, Medellín, Recife, as quais transformaram-se positivamente por meio dos distritos de inovação e conclui que “Poa pode ser uma referência mundial”.

Assim, o percurso por meio da observação dos agentes a partir do setor criativo como um dos eixos da narrativa, permitiu eleger uma trajetória de múltiplas dimensões: representante do Governo, empreendedores e as instituições de ensino representadas por suas incubadoras.

Importante ressaltar, que o setor criativo tem dois campos, um de base cultural e outro de base tecnológica vinculada às tic's e digitalização. Este último, projeta-se amplamente nos discursos e iniciativas, a partir do qual se dá maior visibilidade à economia criativa. Quando refere-se os bens e atividades de base cultural apresentam-se contestações diversas, dentre as quais os recursos de fomento, que desfavorecem os argumentos em defesa do setor cultural.

Em Porto Alegre, uma exposição de arte gerou polêmica no período pré-eleitoral instigando polaridades ideológicas em torno da discussão, especialmente para criar uma narrativa em desfavor das atividades e bens de base cultural com apoio governamental por meio da lei Rouanet. O discurso em favor da economia criativa ganhou um maior protagonismo, em função do campo da inovação, respaldar categorias econômicas inseridas nesta classificação. As bases teóricas que norteiam a discussão residem nos países avançados, os quais possuem amplas atividades e bens de base cultural com atuação nos pressupostos da liberdade democrática com a manutenção de políticas culturais equiparadas à políticas econômicas.

No caso do Brasil, a cultura nas bases institucionais, têm apresentado reflexos da crise política instalada no país durante a vigência da pesquisa de campo desta tese. Parece contraditório, que haja um protagonismo de um tema que tangencia a cultura como a economia criativa e seus setores de base cultural e tecnológica, mas ao mesmo tempo ocorram restrições nas condições de manifestações artísticas incorporadas de pressupostos e paradigmas vinculados à determinados grupos sociais. Este fato não é coeso em relação às narrativas anteriores expostas, pois um aspecto importante vincula-se a percepção de que a força de trabalho criativa migra para espaços de maior tolerância, em que cidades globais são amplamente citadas como referências para compor esse quadro baseadas nas teses de que o 'talento segue o lugar' dadas as configurações de mobilidade e fluxos serem mais elevados. Justificando-se as razões da concentração da 'creative industries'. (FLORIDA, 2011) (SASSEN, 1999)

Numa visão geral, a ausência de uma ligação mais estreita entre um projeto de Governo e de desenvolvimento para o município de Porto Alegre é latente, pois a centralidades das finanças públicas é o mote de qualquer justificativa letárgica ou da não operacionalidade no âmbito do comprometimento dos Governos com o desenvolvimento. O fato relatado no quadro 7 para reflexão, expõe uma realidade da cultura gaúcha, em

especial, pelas dificuldades de manutenção de responsabilidade pública de equipamentos culturais. A essência da polêmica 'QUEER' em contraposição aos projetos urbanos globais. As dificuldades nas esferas da gestão pública municipal no âmbito dos equipamentos e espaços culturais à ótica de articulação governamental em relação as iniciativas que tratam o tema da economia criativa com a inovação.

O consumo cultural é uma característica que não se ignora na ótica de fluxos de consumo, nas vivências e ocupações. Além disso, há ainda contrariedades de políticas de acesso ao consumo no Brasil evidenciadas pela pressão que a Lei *Rouanet* recebe ao ser um mecanismo de financiamento e de expansão da oferta de bens e atividades culturais e criativas, que favorece os empreendedores locais do setor criativo e cultural.

Também se apresentava adequado entrevistar, o representante da Secretaria de Cultura de Porto Alegre. Esta entrevista não se concretizou na prática, pela não disponibilidade do responsável pela pasta. Foi sugerido que outros colaboradores da secretaria ocupassem esta responsabilidade, os quais não souberam produzir respostas suficientes para gerar informações nesta pesquisa.

Assim, identifica-se que as ações de economia criativa na Gestão de Fortunatti foram estabelecidas via pasta administrativa de ações para a inovação, que continuaram na Gestão de Marchezan. Como ficou evidente nas respostas do gestor do Gabinete de Inovação (Moschetta) com iniciativas vinculadas aos segmentos de tic's. Também não identificaram-se ações e iniciativas entre as pastas, da Secretaria de Cultura e do InovaPoa, que estivessem articuladas entre si. Por mais que, no processo de formulação da inserção da economia criativa por meio do Plano fossem estabelecidos objetivos com esse fim. Sutilmente, a Secretaria de Mobilidade e Planejamento Urbano inseriu alterações em benefício a economia criativa via IPTU na área do 4º distrito entre as gestões dos respectivos prefeitos.

Entre as narrativas, discursos e perspectivas observadas nesse período de pesquisa, os agentes intencionaram estabelecer relações, em favor, para a construção de uma configuração produtiva que favoreça a transformação urbana, em específico, com forte vínculo aos elementos de caracterização das cidades globais, dado que, o fortalecimento destas cidades ocorre via fluxos de recursos e pessoas por meio dos intensos processos de digitalização e das tic's. (SASSEN, 2018)

O renascimento econômico de uma cidade por meio da cultura e da inovação serviram de justificativas para iniciativas que conduziram a regeneração de áreas industriais degradada, bem como estímulo e fomento local no campo da inovação. (SASSEN, 2018)

Qualquer cidade pode ter fibra óptica, estar 'cablada', mas se não tem o resto - os recursos humanos e materiais concentrados e a rede social real que maximiza a interconexão - para que é que serve? Para tirarmos o máximo partido da digitalização não é necessária só a infraestrutura. É indispensável todo o complexo de outros recursos. (SASSEN,2018, p. 1)

Assim que, compreender e entender a organização de diferentes categorias econômicas no espaço urbano são meios para a elaboração de ações e iniciativas para estimular novas e emergentes configurações econômicas para a expansão das condições de desenvolvimento. Nesse sentido, uma das ações da Gestão de Fortunatti ao inserir a política da economia criativa na agenda do governo, foi a elaboração da pesquisa sobre o perfil dos empreendedores do setor criativo em Porto Alegre. Os resultados indicaram que a maioria ocupava uma posição de rendimentos médios, com elevado nível de capital humano. Outros indicaram baixa visibilidade sob a ótica econômica como o segmento do artesanato que demonstraram alto nível de informalidade. Estes aspectos foram expostos nesta pesquisa de perfil, nesse período, as ações na agenda governamental focaram no diagnóstico.

As reuniões do Comitê de Economia Criativa vinham ocorrendo como forma de conhecer as realidades dos diferentes segmentos da economia criativa de Porto Alegre. Com isso, as iniciativas poderiam ser construídas para ampliar a atuação destes segmentos, conforme exposto na fala do entrevistado Roberto Moschetta.

A gestão de Fortunatti no Governo Municipal de Porto Alegre inseriu na agenda política a economia criativa. Ações foram implementadas, como o Comitê, a elaboração de um Plano e o panorama de perfil dos empreendedores desta categoria. Na gestão de Marchezan, conforme informações obtidas na entrevista com Roberto Moschetta, a economia criativa tem sua inserção nos projetos do Inovapoa. Percebe-se a necessidade de articulação com outras áreas da Gestão Municipal com vistas a implementação de iniciativas mais amplas para um maior protagonismo ao setor criativo no município.

Há associações da economia criativa com questões urbanas, que aparecem nos discursos que se acompanham na mídia e nas observações que estão ligadas à reinvenção a partir dos recursos locais, que configuram novas formas de organização produtivas exemplificadas com o @22Barcelona, nesse sentido, as ações e iniciativas no âmbito do governo municipal precisam estabelecer ou ampliar diretrizes articuladas com outras áreas (Cultura, Desenvolvimento Econômico e Planejamento Urbano), que viabilizem ou ampliem as condições para a dinâmica da economia criativa no espaço urbano de Porto Alegre. Nesse sentido, é necessário aliar projeto político com projeto de desenvolvimento voltado para as especificidades locais. Para tal, dar continuidade e correção das ações na agenda política e maior institucionalidade para a economia criativa no município de Porto Alegre.

No quadro 7, elaborou-se uma reflexão sobre os fatos.

QUADRO 7 - Para refletir

Em agosto de 2017 foi apresentado no Santander Cultural de Porto Alegre a primeira exposição *Queer* realizada no Brasil. O termo *Queer*, tem origem inglesa, é utilizado para designar pessoas que não seguem o padrão da heterossexualidade ou de gênero definido – notadamente gays, lésbicas, bissexuais e transexuais. Então, apresentou-se o “*Queermuseu- Cartografias da diferença na América Latina com mais de 270 obras (coleções públicas e privadas)*).

A exposição explora a diversidade de expressão de gênero e a diferença na arte e na cultura. O curador da mostra Gaudêncio Fidelis expõe na apresentação para a mídia, que os trabalhos buscam dar projeção à arte e à cultura por meio de questões artísticas que ultrapassam diversos aspectos da vida contemporânea, na constituição formal dos objetos, nos hábitos, nos costumes, na moda, na diversidade comportamental e geracional e na evolução da estética. O conjunto de obras expostas era de Volpi, Portinari, Flávio de Carvalho, Ligia Clark, Alair Gomes e contemporâneos como Adriana Varejão (artista com peças expostas no Tate Modern, de Londres, no *Guggenheim*, em Nova York e na fundação *La Caixa*, em Barcelona). Esse tipo de produção artística e cultural *queer* ganha cada vez mais espaço em instituições culturais internacionais. Em diferentes cidades vêm ganhando espaço como *Washington*, Polônia e Londres. “Uma exposição é um espaço de conflitos de ideias, de variadas crenças e é bom que seja assim, porque fomenta o diálogo”. (Jornal do Comércio, Caderno Panorama, 15 de agosto de 2017, nº 9 – Ano 34, p.01. Cristiano Vieira)

Contudo, antes do previsto, a instituição encerraria oficialmente a exposição, em consequência a projetos de entidades e pessoas que acusavam algumas obras da mostra, de ofenderem símbolos católicos e fazerem apologia à “pedofilia” e a “zoofilia”.

Em paralelo a instabilidade política e em período pré-eleitoral, os protestos e movimentos organizados foram liderados por instituições religiosas e pelo Movimento Brasil Livre que entoava boicote à exposição e fim da Lei Rouanet. A liberdade de expressão e a censura se tornariam o centro das discussões polarizadas sob a ótica política e religiosa no contexto de crise política, que ressoava o efeito do pós-impeachment da Presidente Dilma Rouseff e alinhava os discursos pré-eleitorais para 2019. Nas palavras de uma crônica do jornalista Marcelo Canellas, publicada em setembro de 2017, fica clara a incoerência e incongruência de projeto de Governo, que ignora a cultura como recurso, especialmente, no contexto de discussões sobre economia criativa. “Essa juventude cínica e autoritária que quer nos dizer o que podemos consumir como arte não passa da mesma velharia que há séculos sataniza tudo o que é novo e diferente. Eis a nova idade das trevas que nos impuseram e aceitamos. O que houve com o Rio Grande do Sul?”.

3.3 A atuação do Minc na implementação de política para a economia criativa no Brasil

O termo “*creative industries*” projetou-se no ambiente político por meio de iniciativas com referências nas economias avançadas como a Austrália, que em 1994 criou estratégias de desenvolvimento considerando a cultura e o conhecimento como recursos para o projeto “*Creative Nation*”. Na sequência, os efeitos de maior dimensão seriam observados com o exemplo britânico, que até os dias atuais, influencia os paradigmas de políticas culturais em diferentes países. A política cultural inglesa deteve-se na maior atenção à desregulamentação do setor da comunicação e preservação das belas artes e do patrimônio.

Assim, a agenda cultural britânica teve força com a inserção no planejamento e estratégias de regeneração econômicas e culturais, em especial, em áreas estagnadas. O que se observava eram discursos e coalizões políticas para mobilizar a produção criativa por meio da cultura e conhecimento com o intuito de desenvolver a capacidade intelectual, instrumentos políticos e recursos financeiros empenhados na Inglaterra para a construção de um novo tipo de economia. Foi uma mobilização, reconhecidamente do Partido Trabalhista, que em 1996 formulou o conhecido manifesto do *New Labor*, que lançou o termo “*creative industries*” e consolidou um novo ministério denominado de Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) cujas áreas de atuação são: artes e cultura, esporte e lazer, mídia e comunicação. Com isso, a origem da *creative industries* surge no ambiente político, ao contrário da indústria cultural, que se originou no ambiente acadêmico.

As indústrias criativas aparecem como um novo paradigma global de política pública que colocou o binômio cultura e desenvolvimento local como pilar de sua proposição política que ganharam força no final dos anos 90 e se tornaram paradigma de desenvolvimento econômico na primeira década do século XXI. (CUNHA & YANAZE, 2015, p. 81)

Os efeitos dessas iniciativas se propagaram e se tornaram referência para os organismos internacionais disseminarem aspectos positivos desse novo paradigma para demais economias.

Nesta seção o objetivo é compreender como se inseriu a discussão no âmbito institucional e quais iniciativas foram implementadas para a penetração do setor criativo no ambiente político-institucional.

Para discorrermos sobre economia criativa, no Brasil, não podemos dissociá-la da trajetória da cultura. Em especial, no âmbito institucional, o que representou o Ministério da Cultura, desde a (re) democratização até os dias atuais, pois as políticas culturais têm sido responsáveis pelo desencadeamento deste paradigma da economia criativa, que se inseriu na agenda governamental brasileira.

A configuração histórica do Brasil demonstra que a cultura apresenta uma trajetória vinculada à privilégios. Em geral, ao longo do tempo, associada a fontes de financiamento, em que o Estado está presente deliberando prioridades. Há ainda uma triste relação, entre autoritarismo e cultura, pois os avanços institucionais na área de cultura se fizeram nos períodos autoritários, dado que, a sistematização das políticas culturais foram expostas nas fases dos governos do Estado-Novo (1937-1945) e dos militares (1964-1985).

Por certo tal atuação visava instrumentalizar a cultura; domesticar seu caráter crítico; submetê-la aos interesses autoritários; buscar sua utilização como fator de legitimação das ditaduras e, por vezes, como meio para a conformação de um imaginário de nacionalidade. Esta maior atenção significou, sem mais, enormes riscos para a cultura. Por outro lado, de modo contraditório, esta “valorização” também acabou criando uma dinâmica cultural e de políticas culturais que trilhou as fronteiras possíveis das ditaduras, quando não extrapolou estes limites. (RUBIM, 2008, p.187)

O Golpe de 64 enfatiza essa relação com uma sistematização que deve ser reconhecida como o desenvolvimento de uma indústria cultural que configuraria a infraestrutura sócio tecnológica para a cultura midiaticizada, a qual registraria uma indústria cultural submetida ao regime militar. Esse período "esboçou legislações culturais e criou inúmeros organismos no campo cultural. O Conselho Federal de Cultura (1966); o Instituto Nacional de Cinema (1966); a Empresa Brasileira de Filme – EMBRAFILME (1969); a Fundação Nacional das Artes – FUNARTE (1975); o Centro Nacional de Referência Cultural (1975); a RADIOBRÁS (1976); o Conselho Nacional de Cinema (1976) etc". (RUBIM, 2008, p.188)

A consolidação de um Ministério da Cultura ocorreu, concomitante, ao processo de (re) democratização em 1985, superando o passado quando foi vinculado a outros Ministérios, como em 1930 no Ministério da Educação e Saúde como em 1953 inscrito

no Ministério da Educação e Cultura. No Governo Sarney foi criado o Ministério com uma perspectiva desenvolvimentista sob a ótica de Celso Furtado.

Celso Furtado, cujo nome já garantia a estabilização do ministério, forneceu às atividades culturais o instrumento propulsor de que sempre careceram. Por outro lado, consolidou a estrutura da pasta, fortalecendo as fundações e racionalizando a administração central, de maneira a dar mais flexibilidade às ações precípuas do Estado. Iniciou a fusão SPHAN-Pró-Memória e reformulou o setor de cinema, de acordo com as aspirações de ambos os setores. Enfatizou, pioneiramente, a dimensão social da cultura, no sentido de sublinhá-la nos mais diferenciados e inesperados campos do desempenho coletivo. Deu brilho à difusão internacional, com destaque para a exposição “Modernidade”, no Museu de Arte Moderna da Cidade de Paris. Viajou pelo país, prestigiou o Fórum Nacional de Secretários de Cultura e pautou o trabalho do ministério na seqüência de reuniões com os segmentos variados. Deu prioridade à ação municipal e à cidade como espaço dinâmico da cultura, ao estimular a exemplaridade dos fatos locais. E colocou a questão do negro e do índio numa dimensão até aquele instante inédita, já que polêmicas e controvérsias vinham tornando o assunto um desafio para a política federal de cultura. Evidenciou, enfim, que cultura não são apenas as belas letras e as belas-artes, mas “tudo aquilo que melhora a qualidade de vida do brasileiro”, como gosta de dizer. (https://celsofurtado.phl-et.com.br/artigos_scf/Angelo_Oswaldo_Araujo.pdf)

A preocupação de Furtado seria mediar e democratizar o acesso à cultura, para tal implantou no período, a Lei Sarney com vistas a criar benefícios fiscais. Posteriormente, as leis vindouras que substituiriam a citada lei teriam um foco na substituição do papel do Estado no financiamento da cultura. (AGUIAR, 2015)

Contudo, a instabilidade se tornaria o registro do MINC, pois em 1990 seria desmantelada por Collor de Mello transformando-se em secretaria e recriada novamente em 1993.

A cultura, além destas idas e vindas do ministério em seus primeiros anos, teve inacreditáveis dez dirigentes responsáveis pelos órgãos nacionais de cultura em dez anos (1985-1994): cinco ministros (José Aparecido, Aloísio Pimenta, Celso Furtado, Hugo Napoleão e novamente José Aparecido) nos cinco anos de Sarney (1985-1990); dois secretários (Ipojuca Pontes e Sérgio Paulo Rouanet) no período Collor (1990-1992) e três ministros (Antonio Houaiss, Jerônimo Moscardo, Luiz Roberto Nascimento de Silva) no governo Itamar Franco (1992-1995). (RUBIM, 2008, p. 192)

A estabilidade seria retomada na gestão de Fernando Henrique Cardoso com a gestão de Francisco Weffort, porém sem fortalecimento institucional do ministério comprovadas com variáveis que indiquem maior institucionalidade como: quantidade e a localização dos seus equipamentos culturais; as dimensões quantitativas e qualitativas do quadro técnico-funcional e existência de políticas públicas e/ou Estado (e não apenas de governo) para continuidade de ações ministeriais.

No Governo Lula com a gestão de Gilberto Gil na pasta houve a iniciativa de enfatizar o papel ativo das políticas públicas de cultura. O Ministro Gil, então, retoma a referência furtadiana com elementos importantes na conduta dos processos decisórios do Ministério, como estabelecer condições democráticas na implementação da política cultural com foco na sociedade em geral, e não favorecimento de grupos específicos de produtores culturais. Bem como a abrangência, quando inaugurou apoio às culturas indígenas, culturas populares, afirmação sexual, cultura digital, midiática e audiovisual:

[...] proliferam os seminários; as câmaras setoriais; as conferências, inclusive culminando na Conferência Nacional de Cultura. O desafio de construir políticas de cultura em um ambiente democrático não é enfrentado de qualquer modo, mas por meio do acionamento da sociedade civil e dos agentes culturais na conformação de políticas públicas e democráticas de cultura"(...) Mas dois outros movimentos assumem lugar central na construção de políticas de Estado no campo cultural: a implantação e desenvolvimento do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e do Plano Nacional de Cultura (PNC). (RUBIM, 2008, p.196)

A contribuição do Ministro Gil ficou caracterizada pela abrangência e não continuidade da instabilidade, uma vez que permaneceu como Ministro no segundo mandato de Lula. O ministério projetou-se na contemporaneidade com a consolidação e acolhimento de novos horizontes. Nesse período com a Conferência Nacional da Cultura, ocorreu uma revisão da contemporaneidade do sentido da cultura. No sentido, de ancorar a compreensão de que cultura não seria somente artes e a literatura, mas também os modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e crenças e os direitos fundamentais do ser humano, constituindo-se num conjunto de atributos simbólicos e materiais que caracterizam um grupo social. Essa concepção está associada ao aspectos de orientação funcional e interpretativo propostos por *Thorsby*, na qual a Unesco se associa junto aos organismos internacionais como a União Europeia em 2006. (SILVA, 2012)

Essa foi uma fase de restauração/reformulação fundamental para a organização no sentido de distribuição das atividades e órgãos e estruturas adequadas. O secretário de políticas culturais, Sérgio Leitão, criou as câmaras setoriais, por exemplo. No sentido de estruturar e mediar conflitos que envolviam todos os setores do processo. No caso da música, por exemplo [...] a formação, a criação, a profissionalização, a produção, os direitos, a distribuição, a divulgação, enfim, todos os setores da cadeia". (ROCHA *et al*, 2017, p. 327)

Um aspecto importante para a dimensão que o Ministério teria, seria o reconhecimento de Gilberto Gil, como figura artística/política respeitada e reconhecida,

que contribuiria para o alcance de um apoio institucional significativo, pois, o Presidente Lula sancionaria o apoio para as demandas e verbas necessárias, evidenciando que a cultura seria uma prioridade. Originaram-se apoios importantes com a Petrobras e o desenvolvimento de projetos.

No período de transição, no segundo mandato de Lula, em 2008, Gilberto Gil se exonera e uma certa instabilidade se apresenta. Essa dificuldade institucional seria representada com Juca Ferreira assumindo o Minc até o final da gestão do Governo Lula.

O alargamento do que se considerava cultura trouxe problemas relacionados a necessidade de definição do campo cultura. Para a efetividade da formulação de políticas culturais e para o próprio delineamento institucional do ministério. (RUBIM, 2008)

Logo, em 2011, no Governo de Dilma Rousseff, Ana de Hollanda seria convidada para assumir o Ministério da Cultura. Para Rocha *et al* (2017), a ex-ministra da cultura, afirmou que a prioridade das ações do Minc na sua gestão, na implementação de políticas, seriam os diagnósticos que indicavam uma reestruturação estrutural/institucional, dada a estreita atuação entre algumas secretarias dentro do Minc. A maior urgência seria incorporar nas políticas culturais brasileiras o setor da economia criativa, como refere Hollanda.

“A gente está num mundo quase medieval, renascentista nesse sentido de ter que buscar apoio através de “padrinhos”, de mecenas. E eu entendo que pelas políticas de economia criativa é possível se criar no Brasil, com sua extensão continental, um mecanismo autônomo, para quebrar esse vício clientelista”. (ROCHA *et al*, 2017, p. 333)

Ana de Hollanda refere que um dos aspectos de vantagens do Brasil seria a originalidade, especialmente, em cada região há uma produção local seja ela de moda, como as bordadeiras do Nordeste, Sul e Sudeste ou como as peças de capim-dourado do Jalapão. Porém, a comercialização é explorada por poucos e um dos principais problemas seria a falta de proteção, referência ao registro de marca dos autores. Nesse sentido, há uma necessidade pelo mapeamento da produção cultural, que no período de sua gestão, apresentava uma carência estatística sobre o setor, com isso, a criação da secretaria da economia criativa apresentava-se de alta prioridade. (ROCHA, 2017)

Então, surgiu a indicação de Cláudia Leitão como titular da pasta dentro do Minc, criando-se as bases e dada a estrutura e condições para a elaboração do projeto Plano Brasil Criativo. Para Ana de Hollanda, o âmbito teórico de elaboração foi nobre. Porém,

limitado no avanço da gestão prática. “A concepção do projeto foi muito bem feita, incluindo as relações com cada ministério, estatal, com o sistema S e outras entidades, além do estudo visando facilitar o mecanismo em áreas como a trabalhista, jurídico, as desonerações [...]”. (ROCHA *et al*, 2017, p. 335)

Importante destacar que, quando o projeto foi apresentado para a Presidente Dilma, a ex-ministra Ana de Hollanda refere na entrevista para Rocha *et al* (2017) que a mesma demonstrou interesse e mobilização para a articulação de apoio dos outros onze ministérios, que participariam do grupo de estudo para o Plano Brasil Criativo. Caberia ao Minc as diretrizes e coordenação. Em termos estruturais se constituiu a secretaria da economia criativa com a união de duas secretarias, a pasta de diversidade cultural e cidadania cultural.

No Plano da Secretaria de Economia Criativa, as iniciativas foram elaboradas para construir os parâmetros de uma taxonomia com base na realidade brasileira. Isso ocorre desde a busca por uma redefinição do papel da cultura. A diversidade cultural como recurso seria a base que cria e consolida uma nova economia que necessita de construção de políticas públicas. Por isso, a necessidade de institucionalizar no Minc uma secretaria para se quantificar e qualificar a economia criativa. (MINC, 2011)

O primeiro desafio do plano foi a pactuação de um conceito para economia criativa adaptada às potencialidades e às características do Brasil. Os critérios para fundamentar esta economia seriam amparadas pela inclusão social, sustentabilidade, inovação e a diversidade da cultura brasileira. O propósito maior da secretaria seria ressignificar a cultura como direito fundamental ao desenvolvimento com vistas a ampliar a transversalidade de suas políticas dentro dos governos com a sociedade.

O principal desafio da secretaria seria identificar e conceituar esses setores²⁵ para definir um escopo de atuação. Neste sentido, a nova secretaria assumiria as referências dos organismos multilaterais no âmbito da categorização. Ou seja, as duas macrocategorias dos setores criativos nucleares e setores criativos relacionados como expostos pela Unesco. Os princípios norteadores do Plano da Sec teriam as políticas

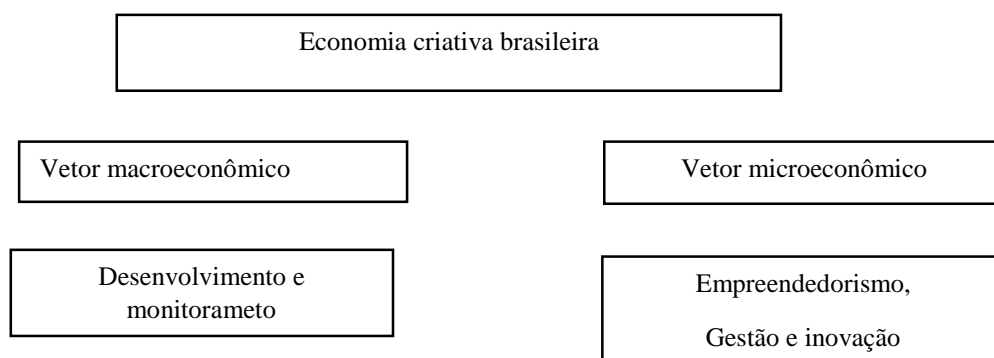
²⁵ O entendimento no plano da secretaria de economia criativa compreenderia que setores criativos são as atividades produtivas que tem como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. Os setores criativos vão além dos setores denominados como tipicamente da cultura, mas compreendem expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos ao design, à arquitetura entre outros.

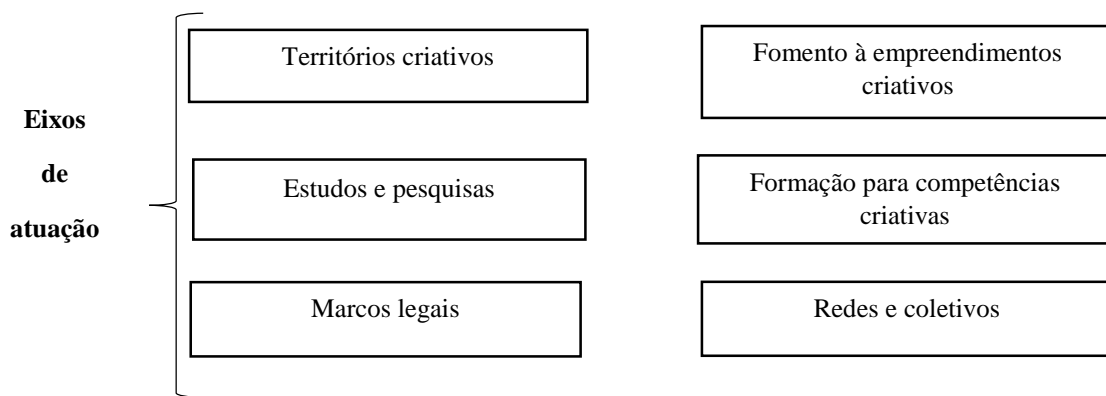
públicas de cultura norteadas pela diversidade cultural (criatividade como processo e produto dessa diversidade), a sustentabilidade, a inovação (produtos e serviços frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais) e no campo da cultura, a inovação pressupõe a ruptura com os mercados e o *status quo*, que justificaria o apoio do Estado aos produtos e serviços culturais que não se submetem às leis de mercado, além da inclusão social. É visível, a intenção da gestão da pasta associar o desenvolvimento na perspectiva de Furtado, que via a desconcentração e na inovação as condições para o desenvolvimento.

A proposta da secretaria de economia criativa seria prospectiva com o objetivo de ampliar a transversalidade de suas políticas dentro dos governos e com a sociedade. Isso seria a afirmação das políticas públicas na construção de uma agenda ampla para o desenvolvimento. Contudo, se apresentavam alguns desafios para a elaboração e implementação de políticas públicas para o setor seriam: o levantamento de informações e dados, que, se apresentam mais avançados; articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, BNDES vem exercendo um papel relevante no âmbito de fomento; educação para competências criativas, infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos e criação/adequação de marcos legais para os setores criativos.

Na estruturação da secretaria foram expostos os vetores de atuação para o desenvolvimento e monitoramento macroeconômico e estruturante com o propósito de se constituir ambiente ao desenvolvimento da economia criativa com a institucionalização de territórios criativos, a articulação e a realização de estudos e pesquisas, além da promoção do debate e da elaboração de propostas de adequação de marcos legais.

Figura 3 – Vetores de estruturação da Secretaria de Economia Criativa





Fonte: Plano da Secretaria Economia Criativa, 2011, p. 43.

Com base nesses desafios inseridos na elaboração do plano, além do conjunto de marcos conceituais e princípios norteadores estavam criadas as bases para a institucionalização de uma política nacional da economia criativa.

Em maio de 2018, aplicou-se entrevista à Claudia Leitão²⁶, quando questionou-se sobre como ocorreu o processo de regionalização da economia criativa no território brasileiro e quais foram as iniciativas implementadas na curta existência da pasta, que duraria em torno de três anos. Entre um ano e meio de elaboração do Plano da Secretaria e um ano e meio de existência e, logo, ser extinto por Marta Suplicy quando da renúncia de Ana de Hollanda.

Cláudia Leitão referiu que a morosidade foi um fator limitante. Pois, “o período de institucionalização foram meses”. Outro aspecto que refere, seria o organograma do Ministério, que naquele período se apresentava problemático ancorado numa concepção de cultura já superada desde sua formulação por Celso Furtado.

Sob essas circunstâncias e limitações expostas, Claudia leitão entende que se torna limitado discorrer sobre um projeto de regionalização da economia criativa, pois sob sua perspectiva isso não se consolidou, especialmente, pela falta de expectativa de projeções comprovadas pela não-institucionalização ou futuro do não acontecimento da Secretaria de Economia Criativa:

Eu não teria nem como falar para você de um projeto de regionalização da Economia Criativa porque sequer isso aconteceu! Nem a Secretaria permite: um ano e meio para ser criada e um e meio depois ela estava “descriada”. Ela já tinha sido desarticulada pela ministra Marta Suplicy e, em seguida, pelo

²⁶A Ex-secretária da SEC-MINC é uma das representantes da pasta de Economia Criativa entrevistada para a pesquisa.

ministro Juca Ferreira que acabou com a própria secretaria. Uma incoerência de base.

A maior dificuldade reside, sob a declaração da ex-ministra Ana de Hollanda, na rígida burocracia institucional, que dificultariam a melhoria de desempenho e morosidade dos fluxos que oneram a estrutura pública. Além da pactuação partidária para ter um governo de coalizão conforme comentário de Hollanda para ROCHA *et al* (2017)

O que pode ser exposto como dificuldade de regionalizar a política pública da economia criativa, pois como respondeu Cláudia Leitão: “O Minc, pós-impeachment está esvaziado e perdeu parte de seus recursos no Governo Temer para o fundo de segurança pública. Além disso, não se consolidaram muitos dos desafios expostos no plano da secretaria como a não consolidação do Observatório Brasileiro de Economia Criativa interno ao Minc e a nova pasta”.

Sob o ponto de vista de Cláudia Leitão o plano da economia criativa foi bem elaborado: “um documento vivo, atualíssimo. Quando a secretaria foi desarticulada, todas as políticas que viriam nessa lógica de um federalismo, porque nós somos uma federação. Se o governo federal institucionaliza uma área, os estaduais e municipais também começam a institucionalizar. Mas não houve tempo, tudo foi desmontado”.

Outro aspecto ainda em andamento é a construção e consolidação de estatísticas adequadas e de parâmetros padrões para os setores. A ex-secretária reforça:

O IBGE ainda não cumpre o seu papel. O IPEA também não tem procurado apoiar as discussões sobre uma qualificação das pesquisas, ainda é incipiente. Nós temos que avançar na questão legislativa. (...) O avanço do marco legal para o setor criativo seria um aspecto fundamental, uma vez que deveria ocorrer um avanço sob a ótica legislativa. Uma vez que, como ela refere “ter um quadro mais nítido do que isso representa para a economia brasileira, talvez se conseguisse uma inserção no Congresso Nacional, nas Assembleias dos deputados estaduais, nas Câmaras de Vereadores. Porque, veja bem, nós não temos representantes, ninguém compreende essa economia. (...) o Congresso é um lugar de lobbys. Na verdade, não há uma, lamentavelmente, uma compreensão do poder legislativo da importância de qualificar esse debate sobre desenvolvimento que nem sequer chega perto dos candidatos à presidência da República. Ou aos governadores. Quem é que fala de Economia Criativa hoje, enquanto político? Eu não conheço ninguém que fale sobre isso.

Ana de Hollanda declarou na entrevista para Rocha *et al* (2017), o poder político não atuava com o Minc, mesmo dentro do Minc. Fica evidente que, há um poder de barganha dos políticos que influenciam a gestão pública. O tema da economia criativa entrou para a agenda governamental, mas na fase de implementação perdeu fôlego com a falta de lobby. Mesmo com a institucionalização da economia criativa, a descontinuidade

das ações previstas no Plano da SEC e as rupturas configuradas pela crise política, comprometeram os êxitos em prol do desenvolvimento. A extinção da pasta da Secretaria da Economia Criativa ocorreria, concomitante, à saída da Ministra Ana de Hollanda, que sucedeu a necessidade de se fazer uma acomodação política, muito em função das eleições municipais de São Paulo como prévia para a coalizão partidária da eleição para presidência.

Ao analisar o relatório de gestão da Secretaria de Economia Criativa é possível inferir que teve um papel propositivo, em especial, também de apoio ao Plano Nacional da Cultura, com o propósito de assumir a ampliação da participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável.

Todo o processo de planejamento e criação da secretaria coincidiu com o Plano Plurianual de 2012-2015, o que permitiu o conceito de economia criativa se inserir na agenda governamental. Também se observa, o esforço que houve no envolvimento dos 20 ministérios, órgãos públicos, agências de desenvolvimento, sociedade civil e academia interessados em “participar da construção de uma política pública transversal e inovadora”. (Entrevista Cláudia Leitão)

Acompanhou-se um conjunto de objetivos estabelecidos pela SEC, dentre os quais criar o Observatório Brasileiro da Economia Criativa, com vistas a estabelecer elos no campo da economia criativa para integrar e articular ações com os diferentes entes da Federação, de modo que a dinâmica interna dos Estados e Municípios estivessem vinculadas à dinâmica nacional e internacional. Os Estados da federação deveriam implementar seus próprios observatórios²⁷. (RELATÓRIO DE GESTÃO SEC, 2013)

Como resultado o relatório apresenta, além de ações estruturantes como a criação da conta-satélite da cultura, marcos legais e editais de fomento. Com relação ao marco legal, o qual representa ainda, uma das principais limitações no campo da regulamentação para o setor criativo, pois, há a necessidade de readequação do ordenamento jurídico adequado aos novos significados da cultura, cujas repercussões são prejudiciais à hermenêutica dos direitos culturais. Soma-se ainda ao contexto, que deve comportar as

²⁷ Foram constituídos oito OBCES em parceria com universidades federais no Distrito Federal, RJ, Pará, RS, Bh, Goiás, Amazonas e Santa Catarina. Com investimentos de R\$3,9milhões para a implantação dos oito observatórios e para a produção de estudos, pesquisas e mapeamentos de cadeias produtivas desses estados.

dinâmicas da economia criativa, nas áreas tributária, previdenciária, trabalhista, administrativa, da propriedade intelectual. (RELATÓRIO DE GESTÃO SEC, 2013)

Na sequência de Governos e da crise política que se institucionalizou no Brasil, na segunda gestão do Governo Dilma, acompanharíamos a retomada da instabilidade para o Ministério da Cultura. Em 2016, Michel Temer assumiu a Presidência da República após o processo de impeachment de Dilma Rousseff ou reconhecido por determinados agentes da sociedade civil como Golpe institucional de 2016. Após a gestão de Gilberto Gil, a pasta se tornou fortalecida com a presença de políticas federais e politização dos agentes vinculados a pasta. (BARBALHO, 2017)

Contudo, durante a crise e após, o Ministério da Cultura se tornou uma pasta enfraquecida e foco de instabilidade. Quando assumiu o governo, a gestão de Temer indicava uma possível extinção do Minc. Em especial, por apontar a possibilidade de ser uma secretaria do Ministério da Educação.

No dia 12 de maio, início da gestão interina, o repórter da *Folha de São Paulo* Rodolfo Viana fez uma análise do que o campo cultural podia esperar com a ida da cultura para a pasta da educação, sob o comando de Mendonça Filho, Democratas (DEM), e concluiu que o Estado deverá ter um papel reduzido. O jornalista baseou-se na pouca importância que a cultura teria para o DEM – das 89 proposições de seus deputados federais em 2016, apenas duas foram voltadas para o setor –, bem como na trajetória liberal do político pernambucano, defensor de privatizações e da diminuição dos investimentos governamentais. (VIANA, 2016 *apud* BARBALHO, 2017, p. 28)

A intensa mobilização de agentes vinculados ao setor cultural apresentaram forte contrariedade a extinção do ministério. Foram apresentadas cartas-protestos pelas diversas categorias do setor cultural. Em comum, o papel do Minc na condução das políticas públicas para as artes, setor cultural e criativo. (BARBALHO, 2017)

A ocupação de prédios vinculados ao Minc se propagou no território nacional com uma convergência entre os que eram contra a extinção do Minc e contra o impedimento expressas nas palavras “Fora Temer” e “Fica Minc”.

É reveladora de como o campo cultural estava, na maior parte, mobilizado pelos valores expressos nas palavras de ordem “Fica MinC” e “Fora Temer” a posição contrária ao Minc desse outro agente do simbólico que é o religioso. Líderes políticos evangélicos, como Marco Feliciano e Silas Malafaia, que defenderam o processo de impedimento, usaram as redes sociais para desqualificar

os artistas e a causa do Ministério. (BARBALHO, 2017, p. 32, 2017 *apud* GOES, 2016)

Então, em maio de 2016 o Minc foi recriado, em função do papel que exercia e também por conta das reações contrárias à sua extinção. A politização do campo da cultura apresenta um legado em torno da política cultural, que se desdobrou nas esferas dos Estados e Municípios. O fortalecimento do campo político no campo da cultura com estreita ligação aos últimos anos de política cultural.

[...] pode-se conjecturar que o contexto atual, pós-impedimento, do qual não se pode falar propriamente que seja de crise, mas sim de apatia do Ministério da Cultura, seja resultado da tentativa de desmobilização dos agentes por parte do governo o que implica na morosidade, ou mesmo extinção, daquelas políticas de institucionalização. Como também se entende o discurso assumido pelos ministros da Cultura do presidente Temer – Calero, Freire, João Batista de Andrade e, atualmente, Sérgio Sá Leitão – bem como por outros setores de seu governo e do poder legislativo, com ampla ressonância midiática, de que o MinC teria sido “aparelhado” pelo PT – discurso esse que reduz toda a riqueza de uma experiência de democracia cultural a uma mera estratégia política. (BARBALHO, 2017, p. 40)

Em um ano, o Minc foi extinto e retomado, liderado por três nomes: Marcelo Calero, Roberto Freire e João B. Andrade. Quando Freire substituiu Calero foi conduzida a reformulação da Lei Rouanet por meio da Instrução Normativa²⁸ (novos parâmetros para a avaliação de projetos culturais). Logo, Andrade não permaneceu no cargo, justificando que a instabilidade política do governo e da descontinuidade de gestão do Minc com cortes orçamentários davam inviabilidade na conduta das políticas.

Após dois meses sem titular, em julho de 2017, Sérgio Sá Leitão, assumiu a pasta e conseguiu no curto espaço de tempo conduzir algumas iniciativas, em especial, aquelas vinculadas ao setor criativo, o qual foi conteúdo de seu discurso de posse para sublinhar a importância do setor cultural e criativo para o Brasil em termos econômicos. No quadro de instabilidade, o contexto do Minc era de elevado contingenciamento de recursos, uma ampla campanha de descredibilidade político-partidária por agentes políticos em relação a Lei Rouanet e lenta distribuição dos recursos do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

Nesse sentido, Leitão²⁹ reforçou a ampla disposição de recursos do audiovisual, oriundas do Condecine, que garante ao setor uma fonte de recursos para o Fundo Setorial

²⁸ Instrução Normativa nº 5/2017

²⁹ <https://complemento.veja.abril.com.br/entrevista/sergio-sa-leitao.html>

do Audiovisual. Se comparado a outras áreas do setor criativo e cultural há um descompasso de destinação de recursos, que desamparam bens e atividades culturais dependentes de recursos públicos diretos. (VIEIRA, 2018)

Sérgio Leitão creditou as falhas da Lei Rouanet³⁰ oriundas da má gestão dos governos anteriores. O aumento do inadimplemento de projetos que foram contemplados com recursos vinculados a lei foi o estopim para as críticas de sua má gestão. Em decorrência desse diagnóstico houve reformulação da referida Lei.

Nesse percurso, contatou-se em julho de 2018 agentes vinculados ao Minc/Gestão Temer para entrevista. Na época, o contato estabelecido foi com Lucas Baruzzi, o Diretor de Sustentabilidade e Inovação na Secretaria de Economia da Cultura. Este, relatou o conjunto de alterações na estrutura do Minc. A relação de ações vinculadas à Secretaria de Economia Criativa havia sido incorporada pela então, Secretaria de Economia da Cultura. Assim, com a intenção de analisar as iniciativas da Gestão Temer sobre o processo de regionalização da economia criativa, Baruzzi referiu que:

[...] cabe à União atuar em alguns legados, que são: produção de dados, diagnósticos de mensuração desses setores, identificação de gargalos que impedem e obstruem o desenvolvimento mais pleno dessas economias. (...) a União precisa ter um papel de formulador político articulador, que envolve produzir uma inteligência. No campo de produzir dados, pesquisas, censos, mapeamento de cadeias para compreender quais são as fragilidades, onde que deve haver uma reestruturação normativa.

Dentre os principais instrumentos de dados gerados pelo governo apresenta-se o Atlas Econômico da Cultura Brasileira em duas publicações, em 2017 e o Manual de Exportações de Serviços Culturais publicado no início de 2018.

Em 2017, no período de saída à campo da pesquisa, acompanhou-se como ouvinte, um evento promovido pela UFRGS, Diálogos sobre Economia Criativa. Uma das palestrantes, representante do Minc/Gestão Temer, Ana Letícia Fialho, no cargo de Diretora de Estratégia Produtiva na Secretaria de Economia da Cultura, referiu alguns aspectos importantes como a necessidade de desenvolvimento setorial, em específico, as fontes de financiamento oriundas de parceiros de financiamento não incentivados e incentivados, financiamentos especializados que poderiam ser acessados com maior frequência. Sinalizou a importância dos “criativos” buscarem por inovação na busca por

³⁰<https://www.opovo.com.br/jornal/vidaarte/2017/08/ministro-da-cultura-diz-que-gestao-da-lei-rounet-foi-equivocada.html>

novos modelos de negócios e por fontes de financiamento diferenciadas como “*crowdfunding*”³¹ e formulação de arranjos de cooperação inter-setorial e programas de incentivos. No caso dos bens culturais como os museus, referiu a necessidade de criação de fundos patrimoniais³², justificando a redução do papel do Estado na categoria de financiamento para o setor cultural e direcionando o setor criativo para financiamento privado.

Essas fontes de financiamento tem uma projeção importante, pois é necessário financiar com taxas públicas os grupos, em geral minoritários, que não são grupos de elite ou possuem poder econômico para atuarem no circuito do setor criativo e cultural, explicou a palestrante, apontando os direcionamentos do Minc para o setor cultural e criativo, diante da redução de recursos disponibilizados para os programas de incentivo.

Já no evento de fevereiro de 2018, promovido pela UFRGS com o Núcleo de Economia Criativa associado ao Observatório de Políticas Públicas, a diretora Ana Letícia Fialho apresentou o Manual de Exportação de Bens e Serviços Culturais e Criativos. Importante reforçar, que mesmo diante da instabilidade e não continuidade da Sec, o Governo esteve coerente com o propósito de regionalização da economia criativa na geração de dados, estruturação no âmbito quantitativo de domínio de diferentes categorias com vistas a aprofundar o conhecimento sobre o setor cultural e criativo.

Nesse evento, também se sublinhou o papel e a necessidade de promover a indústria de *games*, ressaltou-se inclusive, a necessidade de qualificar a força de trabalho do setor, visto como um com potencial competitivo no Brasil. Além disso, foi dado ênfase por demais palestrantes a importância dos processos de profissionalização do artista, no âmbito do desenvolvimento do setor e da cadeia produtiva das artes cênicas. A conduta da representante do Minc, nesta ocasião, foi reforçar a necessidade de se ampliar as condições de internacionalização das instituições e do mercado brasileiro para o setor cultural e criativo.

³¹*Crowdfunding*- financiamento colaborativo de uma entidade, de um projeto ou de uma iniciativa, por meio da angariação de contribuições monetárias provenientes de uma entidade, de um projeto ou de uma iniciativa, por meio da angariação de contribuições monetárias provenientes de vários investidores individuais, realizada pela internet e redes sociais. Fonte: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Crowdfunding>

³² O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social começou a ter um papel importante no que tange ao fomento. Foram criadas alguns projetos de financiamento como o Fundo Patrimonial de apoio ao Patrimônio Cultural Brasileiro, Edital BNDES Cinema e de apoio ao Audiovisual.

Ao questionar Lucas Baruzzi sobre as ações governamentais da Gestão Temer sobre a ampliação do setor de atividades o mesmo referiu que:

Nós temos três ações de uma carteira mais ampla. Tem o que chamamos de segundo censo da indústria dos games e jogos eletrônicos no Brasil. (...) a gente tem conseguido mapear se elas são constituídas no formato MEI, ou se são arranjos informais. (...) a gente identificou que um grande problema é a função de desenvolvedor de jogos eletrônicos não tem uma classificação no CNAI. Acho que esse é um exemplo ótimo que liga o esforço da União ao desenvolvimento do território. Então, só quem pode desatar esse nó relacionado ao CNAI é o ministério em contato com outros ministérios. (...) não há como estimular a formalização do setor, ou mesmo nem ter dados sobre o setor, já que não tem um CNAI específico. Esse censo também mostrou que um outro gargalo são as barreiras para importação de kits desenvolvedores. Então, será que a União poderia pensar e repensar burocracias e tributação para que mais softwares, hardwares, licenças sejam adquiridas.

Explicações coerentes com o propósito governamental de construção de metadados para o setor cultural e criativo. Importante destacar com relação às ações governamentais e as instituições de ensino superior, Baruzzi refere que os observatórios vinculados a estas instituições tiveram um amadurecimento desigual, pois uns avançaram primeiro, por conta dos recursos logo da implementação da Secretaria de Economia Criativa e outros sequer avançaram.

Se até aqui pondera-se o papel da cultura como propulsora do desenvolvimento por meio de políticas públicas, apresentam-se algumas lacunas no que tange ao papel do Estado nessa conduta. Além disso, vêm acompanhado com as crises políticas que afastam a estabilidade e elegem setores vulneráveis como elementos de combate de gasto público, especialmente, porque o Estado considera a cultura como produção e não como consumo, uma vez que isso “[...] se deve às relações políticas que a cultura engendra, especialmente o *lobby* de produtores culturais que têm no Estado uma fonte segura e constante de recursos”. (DÓRIA, 2009, p. 106, 2009)

O Estado não acompanha a dinâmica das transformações do consumo, pois houve nos últimos anos um aumento do consumo do produto cultural de conteúdo, como o consumo oriundo das diferentes mídias vinculadas às tic's como *softwares*, *games*, *streaming*, conforme dados disponibilizados pela Ancine³³. Ou seja, será que o Estado acompanha a abrangência que confere às ações econômicas em relação aos bens culturais e criativos?

³³ www.ancine.gov.br

Há um conjunto de aspectos que se materializam no âmbito do setor criativo, que é possível extrair da necessidade de contemporaneidade dessas atividades profissionais, que em geral, tem na informalidade parâmetros de desigualdade de análise para diferentes categorias do setor criativo.

[...] no caso das atividades criativas e culturais, é difícil isolar os efeitos das políticas públicas. Muitas manifestações culturais e criativas acontecem por meio de ações organizadas da sociedade civil, na forma de atividade mercantil voltada para o lucro e também na forma de atividades culturais sem fins lucrativos. Portanto, uma parte das atividades pode acontecer mesmo sem apoio público. Os impactos indiretos das ações públicas são ainda mais difíceis de mensurar, pois muitas políticas acabam por ter um efeito transformacional qualitativo, como as atividades de formação de agentes que antes não estavam inseridos no meio cultural e criativo e que passam a atuar depois de ter acesso aos serviços proporcionados pelo setor público. Se carreiras e empreendimentos são desenvolvidos exclusivamente a partir desses serviços, os impactos permanentes das políticas públicas devem ser considerados fundamentais, mas de difícil mensuração, pois as trajetórias alternativas que poderiam ser seguidas são muito amplas. (MILAN, 2016, p. 27)

É perceptível que a implementação de políticas públicas para fomento das atividades culturais e criativas com vistas ao desenvolvimento socioeconômico e territorial ainda são recentes, especialmente no Brasil, essa construção ainda compõe o processo de implementação da política pública para o setor.

Nesse sentido, Milan (2016) refere que a necessidade de construir indicadores de avaliação dos processos e resultados dessas políticas é fundamental para compreender o efeito sobre o desenvolvimento das atividades econômicas de base cultural e criativa. Contudo, a grande dificuldade é que a cultura é uma dimensão qualitativa que não pode ser mensurada. As atividades culturais tem em comum as expressões culturais, que não servem para a comensuração, pois, estas possuem dimensão simbólica que não se resume à dimensão comercial. Assim, criam-se as dificuldades de mensuração do impacto socioeconômico das atividades. Por isso, é interessante o uso de indicadores para avaliar as ações de estímulo e efetividade à cultura no que tange a implementação de políticas públicas.

Esse aspecto de mensurabilidade se apresenta como uma necessidade para as diferentes categorias do setor criativo. Inclusive, se apresenta como ações do Minc do período da Gestão de Temer. Contudo, em relação aos indicadores de avaliação dos processos há uma singularidade, pois não se observou dados de maior densidade ou pesquisas do governo. Em maior medida, conforme Baruzzi, “[...] editais do governo em andamento e com a rede de incubadoras, com as quais o governo consegue apoiar

concebendo plano de trabalho e transferindo recursos, em específico por meio dos observatórios de economia criativa das instituições de ensino vinculadas. Com limitações de disseminação na execução de alguns planos de trabalho”.

No entanto, quando questionei Baruzzi sobre se as iniciativas para fomentar e estimular a economia criativa por meio do setor criativo e sua aplicabilidade no espaço urbano, com vistas a avaliar o processo da dinâmica destas atividades, o mesmo relatou que há na perspectiva governamental, “dar estímulo à cultura como substrato para processos criativos e inovadores”. O exemplo que Baruzzi apresenta é relativa a iniciativa do governo denominada “Rio de Janeiro a Janeiro³⁴”, “que visava conceber uma metodologia de mensuração do retorno sobre investimento, para cada real destinado a projetos no Rio de Janeiro ele retorna R\$13,00 na dinâmica econômica”, nas palavras dele, ‘um achado interessante’.

Se percebe que a perspectiva do governo se vincula a uma análise economicista para o setor. Justifica-se em relação à necessidade de pensar o setor criativo como um meio de estímulo ao nível de emprego e renda aliado às fontes de financiamento com incentivos ofertados pelo BNDES. Não se apresenta nesses relatos os aspectos qualitativos sociais e culturais, que a dinâmica destas atividades pode repercutir no âmbito do desenvolvimento urbano. Salvo o *slogan* presente nas iniciativas do Minc nesta gestão, “economia criativa gera futuro”. Baruzzi afirma na entrevista que:

A melhor forma de reduzir desigualdades sociais seria compreender a atuação de melhor desenvolver esses mercados. Revendo barreiras burocráticas e regulatórias existentes. O apoio permanente à rede de apoio dos observatórios representam programas específicos espalhados por diferentes estados.

A partir da perspectiva de projeto de governo, questionou-se Baruzzi sobre qual a compreensão do governo sobre ‘cultura e criatividade’ conectados à realidade local? “(...) a cultura pode oferecer uma diversidade, um substrato, que permite a criatividade e a inovação. E o legal de trabalhar isso no âmbito da cultura é que a cultura é que tem também a linguagem visual, a artística, a editorial. E a gente nota, por exemplo, o quanto livros viram filmes, livros podem virar jogos e vice-versa”.

³⁴ O projeto Rio de Janeiro a Janeiro é uma articulação de diferentes agentes para um programa de estímulo à economia local vinculados a eventos e projetos culturais, esportivos, corporativos e de entretenimento. Com base em estudo técnico elaborado pela FGV se construíram dados relativos a magnitude do impacto socioeconômico dos eventos Revéillon, Carnaval, Flip e demais festivais e festas dos calendários turístico e cultural.

Um aspecto presente nas iniciativas do Minc nesta gestão se vinculou aos aspectos de mercado, no âmbito de “capacitação” e “estruturação” para expandir a produção das atividades e bens culturais e criativos.

Uma das últimas ações promovidos pelo Minc junto com a Apex, no final da gestão de 2018, ocorreu em novembro, na cidade de São Paulo, um megaevento denominado Mercado das Indústrias Criativas, com foco nos negócios para criadores e empreendedores do setor cultural e criativo do Brasil e de outros países. O objetivo seria alcançar ao menos dez setores da economia criativa: artes cênicas (circo, dança e teatro), audiovisual (cinema, TV, publicidade e novas mídias), animação e jogos eletrônicos, design, moda, editorial, música, museus e patrimônio, gastronomia e artes visuais.

Contudo, se observa uma agenda regional de sistematização de políticas públicas para economia criativa numa densidade de seus efeitos reduzida. O Estado inseriu a economia criativa e suas respectivas bases de atividades e bens culturais e criativos numa agenda. Contudo, essa *agenda-setting*, a formulação e implementação ocorrem de forma descoordenada desde o início da criação da Secretaria de Economia Criativa até sua extinção, em função da instabilidade política, crise econômica e falta de projeto de governo com propósitos que insiram a cultura, conhecimento e criatividade numa matriz política de apoio em todo território nacional.

Uma característica que se apresenta são os impactos sobre os diferentes agentes organizados no circuitos de produção e difusão dessas atividade e bens de base cultural e criativa. Como elas se expandiram e projetaram-se no âmbito das discussões sob o escopo de sua materialidade representada na consolidação de cadeia, arranjos e redes.

A ação pública nesses últimos anos se ocupa de mensurar e parametrizar os setores de base cultural e criativa com vistas a gerar informações e levantamento geral de teor censitário, são fundamentais para a gestão.

Mais apropriado, todavia, é que as informações para monitoramento e avaliação compoñham o desenho da política. Isso decorre de um fato simples. Os recursos próprios para a política são em geral escassos, sua mobilização envolve a escolha de parceiros e a delimitação de espaços de intervenção. Não se pode fazer tudo. Os agentes, mesmo os parceiros, não se mobilizam o mesmo tempo e com os mesmos objetivos. (BARBOSA, 2011, p. 109)

A transversalidade e a intersectorialidade são elementos reguladores dos programas e projetos de governo, além disso o ajustamento de recursos e instrumentos são recursos de diferenciação e identidade para a política cultural como política pública, que precisa

ainda, nas circunstâncias políticas atuais do Brasil projetar-se sob diferentes dimensões e maturidade institucional.

As especificidades locais devem ser o recurso central de qualquer programa de política pública das atividades de bens culturais e criativos. Em geral, estas atividades e produção de bens são vinculadas a pequenos e médios produtores/empreendedores incorporadas de valor simbólico, eis que esse aspecto pode representar sua especificidade local, e nesse sentido, residem as condições de desenvolvimento regional.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Pedro; RODRIGUEZ, Arantxa. Reinventar a cidade: urbanismo, cultura e governança na regeneração de Bilbao. pp. 103-152. IN: COELHO, Teixeira (ORG.) Cultura e cidade. São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2008.

ADORNO, Theodor. Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AGUADO, Luis.; PALMA, Luis.; PAVÓN, Noemí. *50 Años de economía de la cultura. Explorando sus raíces en la historia del pensamiento económico. Cuadernos de Economía*, 36 (70), 197-225.

AMARAL FILHO, Jair. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. Planejamento em Políticas Públicas ppp. N. 23, jun2001. <http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/78/89>

ARANTES, Otília. Uma estratégia fatal: A cultura nas novas gestões urbanas. In: A cidade do pensamento único. Org. Arantes, Otília; Maricato, Ermínia; Vainer, Carlos. Editora Vozes, 2002.

ARRIGHI, Giovanni. O longo século XX: dinheiro, poder e as origens de nosso tempo. São Paulo: Editora Unesp, 1996.

AUDY, Jorge; PIQUÉ, Josep. Dos parques científicos e tecnológicos aos ecossistemas de inovação. Brasília: Anprotec, 2016. Capturado em: www.anprotec.org.br/site/menu/publicacoes-2/e-books/

BARTH, Fredrik. O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas (organização de Tomke Lask). Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2000.

BARBALHO, Alexandre; OLIVEIRA, Gleise; ROCHA, Renata. Entrevista com Ana de Hollanda. Políticas Culturais em Revista. Salvador, v. 10, n. 1, p. 324-371, jan./jun. 2017.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAKHSHI, Hasan; HARGREAVES, Ian; GARCIA, Juan. A manifesto for the creative economy. London: Nesta, 2013.

BEUGELSDIJK, Sjoerd; MASELAND, Robbert. Culture in Economics: History, Methodological Reflections, and Contemporary Applications. Cambridge University Press: New York. 2011

BELL, Daniel. O advento da sociedade pós-industrial. São Paulo: Editora Cultrix, 1977.

BENDASSOLLI, Pedro. *et. al.* Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades. RAE: São Paulo. v. 49. n.1. jan./mar. 2009.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. 2. reimpr. Porto Alegre: Zouk, 2014.

BENKO, G. A Ciência Regional. Oeiras: Celta Editora, 1999.

BEM, Judite; ARAÚJO, Margarete; WAISMANN, Moises. Inovação, economia criativa e desenvolvimento: aproximação para a Região Metropolitana de Porto Alegre entre 2006-2013. Revista Paranaense de Desenvolvimento, Curitiba, v. 38, n. 132, p. 107-129, jan./jun. 2017.

BOBBIO, N, MATTEUCCI, N e PASQUINO, G. Dicionário de Política. Brasília, DF: Ed. Universidade de Brasília, 1998, p.562-570.

BOISIER, Sérgio. EM BUSCA DO ESQUIVO DESENVOLVIMENTO REGIONAL: ENTRE A CAIXA-PRETA E O PROJETO POLÍTICO. Planejamento e Políticas Públicas. P 112-143. Nº13 – JUN de 1996. Capturado em: http://www.unc.br/mestrado/mestrado_materiais/boisier_s_em_busca_do_esquivo.pdf

BOLAÑO, César. Indústrias criativas e os conceitos de cultura, inovação e criatividade em Celso Furtado. Políticas Culturais em Revista, 2 (4), p. 3-14, 2011.

BORDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BORJA, Jordi (1998) “Ciudadanía y espacio público”, in Subirós, P. (ed.) *Ciutat real, ciutat ideal – Significat i funció a l’espai urbà modern, Urbanitats n.º 7. Centro de Cultura Contemporània de Barcelona.*

BLAUG, Mark. *Where are we now on cultural economics? Journal of Economic Surveys.* V. 15, n. 2. pp. 123-143.

BRANDÃO, Carlos. Celso Furtado: subdesenvolvimento, dependência, cultura e criatividade. *Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.* Vol. XIV, n. 1, Ene-Abr/2012.

BRASIL. Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. 1ªed. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. 148p.

CAMPOS, HELENIZA. Centralidades lineares em centros metropolitanos. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2012.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O Espaço Urbano: Novos Escritos sobre a Cidade. São Paulo: FFLCH, 2007, 123p.

CATTANI, Afrânio (org.). et al. Vocabulário Bourdieu. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

CATELA, Eva. Índice de potencial criativo e desenvolvimento dos municípios brasileiros
Série *Working Paper* BNDES/ANPEC No. 55
Abril/2013.

CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura. A sociedade em Rede. V. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVES, Richard. Creative industries: contracts between art and commerce. 2000

CIDADE, Lucia C.F.; VARGAS, Gloria M.; JATOBÁ, Sergio U. Regime de acumulação e configuração do território no Brasil. *Cadernos Metrópole*, São Paulo, 20 p.13-35, 2º sem. 2008. Disponível em <http://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/8634>

COELHO, Teixeira. O que é indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 2006.

CONNOR, STEVEN. Cultura pós-moderna: Introdução às teorias do contemporâneo. Edições Loyola. 6ª edição 2012.

CONTASSOT, Pedro; STROHAECKER, Tânia. Revalorização do patrimônio histórico em áreas industriais: o caso do 4º distrito em Porto Alegre – RS. Porto Alegre: Enangepe, outubro, 2017.

CORRÊA, Vanessa Petrelli. DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E A IMPLANTAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS BRASILEIRAS VINCULADAS A ESTA PERSPECTIVA. Boletim Regional, Urbano e Ambiental. IPEA, dez, 2009.

COSTA, Rogério H. da. Regional-global: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CORDEIRO, Graça. As cidades fazem-se por dentro: desafios de etnografia urbana. Cidades – Comunidades e Territórios. Dez. 2010, n.20/21. Pp. 111-112.

COURLET, Claude. Inovação e território ou a história de uma relação especial. O exemplo de Grenoble. In: __GUIMARÃES, Sônia; PECQUEUR, Bernard. Inovação, território e arranjos cooperativos. Openedition, 2015.

CUNHA, KARINA POLI. YANAZE, MITSURU H.. Economia criativa, um paradigma de política pública contemporânea? Uma discussão conceitual. Organicom. Ano 12, nº23, 2º semestre de 2015.

CUNHA, KARINA POLI. Desmaterialização da economia e o contexto da economia criativa e das indústrias criativas. pp. 65-88. In: FARIAS, Luis Alberto; LOPES, Valéria; SCROFERNEKER, Cleusa. Comunicação, economia e indústrias criativas. Porto Alegre: Edipucrs, 2017.

CRUZ, Odete. Panorama geral do mercado audiovisual brasileiro. pp. 105-122. IN: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia. (Org.) Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I. Porto Alegre: Editora da Ufrgs/Cegov, 2017.

D'AGUIAR, Rosa Freire. Celso Furtado-Um Retrato Intelectual. Cadernos do Desenvolvimento, Rio de Janeiro. V. 10, nº17, pp.122-127, jul.-dez. 2015.

DINIZ, Clélio. Campolina; LEMOS, Mauro Borges. (Org.) Economia e Território. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

ETGES, Virgínia Elisabeta; DEGRANDI, José Odin. Desenvolvimento regional: a diversidade regional como potencialidade. REVISTA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL, BLUMENAU, 1 (1), P. 85-94, OUTONO DE 2013. Disponível em: < <http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rbdr>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

ESTAWAY, Montserrat; PIQUE, Josep. Urban regeneration and the creative knowledge economy: The case of 22@ in Barcelona. Journal of Urban Regeneration and Renewal, 2011. Capturado: <https://www.researchgate.net/publication/290061520>

EVANS, Simon. Crescendo a economia de uma cidade criativa com clusters criativos. Seminário Internacional Clusters Criativos: reflexões e inspirações. Anais. São Paulo: Fecomércio, 2015.

FALCÃO, Christianne; BARROS, Alberico; LEÃO, Gabriela. A formação de clusters criativos e a coexistência nas cidades contemporâneas. Tríade, Sorocaba, SP, v. 7, n. 14, p. 163- 178, maio 2019.

FARIA, Carlos A. P. Ideias, Conhecimento e Políticas Públicas: um inventário sucinto das principais vertentes analíticas recentes. RBCS, São Paulo, v.18 n.51, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v18n51/15984.pdf>

FEITOSA, Sara; BELOCHIO, Vivian. Quatro relações entre Comunicação e Indústria Criativa. IN: Comunicação e indústria criativa: políticas, teorias e estratégias / organizadores Joel Felipe Guindani e Marcela Guimarães e Silva. - Jaguarão, RS: CLAEC, 2018

FERNANDES, Rui. Cidades e Territórios do Conhecimento: Do Digital ao Inteligente – Estratégias de Desenvolvimento Territorial. Dissertação de Mestrado, 2008. Universidade de Coimbra, Coimbra.

FERNANDES, Ricardo; GAMA, Rui. Sociedade Do Conhecimento e Territórios Inteligentes: O Sistema de Conhecimento de Coimbra. IN: SANTOS, N.; CUNHA,

Lúcio. (Coord.). Trunfos de uma Geografia Ativa. Lisboa: Universidade de Coimbra. 2011.

FERNANDES, Ricardo; GAMA, Rui. A Criatividade Territorial em Portugal: Dos Indicadores aos Territórios Criativos. FLUC: Geografia. Artigo em Livro de Atas. 2012. Capturado: <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/20845>

FERNANDES, Ricardo; GAMA, Rui. Territórios Inteligentes e Criativos em Portugal: Abordagem às Principais Dimensões. Artigo Apresentado No VIII Colóquio Da Geografia Portuguesa e Publicado nas Atas do Congresso. Outubro de 2011.

FERRÃO, João. Intervir na cidade: complexidade, visão, rumo. In: PORTA, N.; DOMINGUES, A. e CABRAL, J. (2003). Políticas Urbanas –Tendências, estratégias e oportunidades, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

FIRJAN, Sistema. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. 2014. Capturado em: www.firjan.org.br/economiacriativa.

FIRJAN, Sistema. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. 2019. Capturado em: www.firjan.org.br/economiacriativa.

FLEW, Tom. The Creative Industries. Culture and Policy. London: SAGE Publications, 2012.

FLICK, Uwe. Introdução à Pesquisa Qualitativa. 3ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2009

FLORES, Murilo. Identidade Cultural do Território como Base de Estratégias de Desenvolvimento – Uma Visão do Estado da Arte. Contribuição para o Projeto Desenvolvimento Territorial Rural a partir de Serviços e Produtos com Identidade – RIMISP, março/2006.

FLORIDA, R. A Ascensão da Classe Criativa. Porto Alegre: L&PM, 2011.

FREY, Klaus. Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. Planejamento e Políticas Públicas. n. 21, 2000.

FURTADO, Celso. Criatividade e dependência na civilização industrial. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

FURTADO, Celso. O longo amanhecer: reflexões sobre a formação do Brasil. São Paulo: paz e Terra, 1999.

GIDDENS, Anthony. Sociologia. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

GONÇALVES, Jorge; CUNHA, Inês Vilhena. Processos de Elaboração de Criatividade, Inovação e Capital Social: O Caso de Almada. Revista Crítica de Ciências Sociais, 99. Dezembro, 2012:73-98.

GONZATO, Marcelo. Zero Hora, 01/02 de outubro de 2016. p. 08-12.

GOLGHER, André B. As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros. R. bras. Est. Pop. São Paulo, v. 25, n. 1, p. 109-129, jan./jun. 2008.

GUIMARÃES, Sônia; PECQUEUR, Bernard. Inovação, territórios e arranjos cooperativos. Openedition, 2015.

GUILHERME, Luciana. Economia Criativa, desenvolvimento e Estado-rede: uma proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro. 2018. Tese de doutorado (Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

GREGO, Aline; QUEIROGA, Maria. Desafios e descompassos de uma cidade rumo à indústria criativa. Tríade, Sorocaba, SP, v. 7, n. 14, p. 53-73, maio 2019

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: Media and Cultural Regulation. Org. Kenneth Thompson. Educação e Realidade: Inglaterra, 1997.

HALL, Peter. *Creative cities and economic development. Urban Studies*, vol. 37, n. 4, pp. 639-649, 2000.

HARTLEY, JOHN, *The 'value chain of meaning' and the new economy. International Journal of Cultural Studies*. V. 7 (1): 129-141.

HARVEY, David. Condição Pós-Moderna: Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural. Edições Loyola, 10ª edição, 2001.

_____. A produção capitalista do espaço. São Paulo: Ed. Annablume, 2005.

_____. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. Espaço e debates. n. 39, 1996.

HÉBERT, Michelle; GOYETTE, Gabriel; BOUTIN, Gérald. Investigação qualitativa: Fundamentos e Práticas. Lisboa: Instituto Piaget, 5ª ed. 2012.

HOBBSAWM, Eric. Era dos extremos: o breve século XX. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 2ª edição.

HOWKINS, John. Economia Criativa. São Paulo: M. Books, 2013.

JACOBS, Jane. Morte e vida de grandes cidades. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

KLAMER, Arjo. Pensar economia criativa pede por outra ciência econômica: introduzindo a abordagem “value based”. pp. 7-13. IN: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo. (Orgs.) Economia criativa, cultura e políticas públicas. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

KON, Anita. Nova economia política dos serviços. São Paulo: Perspectiva, CNPQ, 2015.

LANDRY, Charles. *The creative city: a toolkit for urban innovators.* 2 ed. 2008.

_____. Origens e Futuros da Cidade Criativa. São Paulo: Sesi-SP editora, 2013

LARA, Alexandre. P.; COSTA, Eduardo Moreira da.; MARQUES, Jamile; SANTOS, Neri. Parque Tecnológico como alicerce para criação de uma região inteligente: uma

proposta para a cidade de Florianópolis. *30º World Conference Science Parks e XXIII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas*. 2013

LEITE, Carlos; AWAD, Juliana. *Cidades sustentáveis, cidades inteligentes*. Porto Alegre: Bookman, 2012.

LEIVA, João; MEIRELLES, Ricardo. *Cultura nas capitais*. Rio de Janeiro: 17 Street Produção editorial, 2018.

LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro, 2001.

MAGNANI, José. O circuito: proposta de delimitação da categoria. *Ponto Urbe*, 15, 2014.

_____. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 17, n. 49, São Paulo, junho de 2002.

_____. Etnografia como prática e experiência. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 129-156, jul./dez. 2009.

MARTINS, Tiago. (ORG.) *Política e economia da cultura e os gastos públicos municipais: um estudo na Região das Missões – RS*. Santa Cruz do Sul : EDUNISC, 2016.

MARTINI, Felipe. A economia do momento é a do talento. Entrevista: Josep Piqué. Zero Hora: sexta-feira, 16 de outubro de 2015, p. 37.

MENDES, Auro. O distrito audiovisual em Buenos Aires (Argentina): criatividade e desenvolvimento territorial. *Espaço e Economia [online]*, 8, 2016. Capturado em janeiro de 2017.

MENEZES, Rodrigo; BATISTA, Paulo. Medidas de políticas públicas para as indústrias criativas. *Políticas Culturais em Revista*. 1 (8), p. 185-205, 2015.

MICELI, Sergio. A força do sentido. In: *BORDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

MILAN, MARCELO. Indicadores para avaliação de atividades econômicas culturais e criativas:

uma síntese. pp. 24-42. IN: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo. (Orgs.) Economia criativa, cultura e políticas públicas. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da secretaria de economia criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. Texto para Discussão: 2011.

Capturado:https://www.academia.edu/1548290/Economia_criativa_uma_discussaopreliminar

MIGLIEVICH, Adelia. Blog de teoria social, filosofia & ciências sociais. Sobre “estruturas de sentimentos” e contra-hegemonia em raymond williams. Capturado em: <https://blogdosociofilo.com/2016/09/28/sobre-estruturas-de-sentimentos-e-contra-hegemonia-em-raymond-williams/>

MINAYO, Maria Cecília. (org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 28 ed. Petrópolis, RS: Vozes, 2009.

NETTO, José Paulo. Introdução ao Estudo do Método de Marx. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

NYKO, Diego; ZENDRON, Patrícia. Economia Criativa. pp.259-288. In: PUGA, Fernando; CASTRO, Lavínia Barros de. (org.) Visão2035: Brasil, país desenvolvido, agendas setoriais para alcance da meta. Rio de Janeiro: BNDES, 2018.

NUÑEZ, Tarso. A economia criativa do RS: estimativas e potencialidades. Indic. Econ. FEE, Porto Alegre, v.44, n. 2, p. 93-108, 2016.

O’CONNOR, Justin. *The cultural and creative industries: a literature review*. Brisbane Australia: Queensland University of Technology, 2010. Capturado: <http://www.creativitycultureeducation.org/data/files/cce-lit-review-creative-cultural-industries-257.pdf>

_____. *The definition of the ‘cultural industries’*. In *The European Journal of Arts Education*, 2(3):15-27, 2000.

_____. *After the Creative Industries: why we need a Cultural Economy*. London: Platform paper, 2015.

CONNOR, Steven. *Cultura pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo*. São Paulo: Loyola, 6ª edição, 2013.

OLIVEIRA, João Maria; ARAÚJO, Bruno; SILVA, Leandro. *Panorama da economia criativa no Brasil. Textos para discussão 1880*. Rio de Janeiro: Ipea, outubro, 2013.

PACHECO, Adriano. BENINI, Elcio. MARIANI, Milton. *O discurso global da economia criativa – frameworks – para o desenvolvimento econômico*. G&DR • v. 14, n. 5, p. 134-147, set-dez, 2018, Taubaté, SP, Brasil.

PECQUEUR, Bernard. *A Guinada Territorial da Economia Global. Política e Sociedade: n°14*, abril de 2009.

PECQUEUR, Bernard. *Pós-fordismo, território e sustentabilidade*. pp. 17-28. In: __GUIMARÃES, Sônia; PECQUEUR, Bernard. *Inovação, território e arranjos cooperativos*. Openedition, 2015.

POSE, Andrés Rodríguez; CRESCENZI, Ricardo. *Montanhas em um mundo plano*. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais. V.11. N°02, Novembro, 2009.

Potts, Jason D. (2009) Why creative industries matter to economic evolution. Economics of Innovation and New Technology, 18(7-8). pp. 663-673.

Potts, Jason D., Cunningham, Stuart D., Hartley, John, & Ormerod, Paul (2008) Social network markets: a new definition of the creative industries. Journal of Cultural Economics, 32(3), pp. 166-185 <<https://eprints.qut.edu.au/29916/1/29916.pdf>>

PRATT, Andy. 'Creative cities: the cultural industries and the creative class', Geografiska Annaler: Series B, Human Geography 90 (2): 107–117, 2008.

PRATT, Andy. Cultural commodity chains, cultural clusters, or cultural production chains? Editorial for a special issue of Growth and Change 39.1, 2008.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. Porto Alegre das pessoas: cidades com a cidade 2009-2016. Capturado em: www.portoalegre.rs.gov.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. Plano municipal de economia criativa. Porto Alegre: INOVAPOA, 2013/2014.

QUEIROZ, Thiago A. Nogueira de. Espaço geográfico, território usado e lugar: ensaio sobre o pensamento de Milton Santos. *Para Onde?! 8 (2)*: 154-161, ago./dez, 2014.

REIS, A.C.F. Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento.

RIBEIRO, Guilherme Mendes. Avaliação de políticas públicas no Brasil: uma análise de seus impactos regionais. IPCA: 2014, RJ.

ROCHA, Renata, OLIVEIRA, Gleise, BARBALHO, Alexandre. Entrevista com Ana de Hollanda. *Políticas Culturais em Revista*. Salvador: v.10, n.1, p.324-371, jan/jun. 2017.

ROCHA, Everardo. O que é etnocentrismo. São Paulo: Brasiliense, 2006. 20ª reimp. da 1. ed. De 1984.

RUBIM, Antônio. Políticas culturais do governo Lula/Gil: desafios e enfrentamentos. pp. 51-74. In: RUBIM, Antônio; BAYARDO, Rubens. (Orgs.) *Políticas Culturais na Ibero-América*. Edufba: Salvador, 2008.

RUBIM, Antônio. Desenvolvimento, criatividade e comunicação. In: FARIAS, Luis Alberto; LOPES, Valéria; SCROFERNEKER, Cleusa. *Comunicação, economia e indústrias criativas*. Porto Alegre: Edipucrs, 2017.

RUFINO, Luciana. Economia do audiovisual e economia criativa. Mercado das Indústrias Criativas no Brasil: MICBR. São Paulo, novembro/2018.

RUSKIN, John. A economia política da arte. Rio de Janeiro: Record, 2004.

SANCINE. Participação Feminina na produção audiovisual brasileira (2018). https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/participacao_feminina_na_producao_audiovisual_brasileira_2018_0.pdf

SANTOS, Milton. Espaço e Sociedade: ensaios. Petrópolis: Vozes, 1982.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Milton. O lugar e o cotidiano. In: _____. SANTOS, Boaventura; MENESES, Maria (Org.). Epistemologias do sul. São Paulo: Cortez, 2010.

SANTOS, Cleiton Pereira. Acumulação flexível e reorganização produtiva do território: o caso do parque tecnológico capital digital de Brasília (PTCD). Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade de Brasília.

SASSEN, Saskia. As cidades na economia mundial. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

SCOTT, Alann. Capitalismo e Urbanização em uma nova chave. Geo UERJ - Ano 12, nº. 21, v. 2, sem paginação, 2º semestre de 2010. Capturado em: [www.geouerj.uerj.br/ojs/ISSN 1981-9021](http://www.geouerj.uerj.br/ojs/ISSN%201981-9021)

SCHIACH, M.; NAKANO, D; VIRANI, T.; POLI, K. *Report on creative hubs and urban development goals (UK/Brazil)*. Queen Mary University of London. September/2017. Capturado em: <http://qmro.qmul.ac.uk/xmlui/handle/123456789/28705>

SEIXAS, João; COSTA, Pedro. Criatividade e governança na cidade contemporânea. Comunidades e Territórios, nº 20/21, 2010, p. 27-41.

SEIXAS, João. A reinvenção da política na cidade: Perspectivas para a governança urbana. Cidades-Comunidades e Territórios. Dezembro/2006. Nº12/13, p. 179-198.

SELTZER, Kimberly; BENTLEY, Tom. *The Creative Age*. Demos, 1999. Capturado: <https://www.demos.co.uk/files/theCreativeage.pdf>.

SILVA, Francisco. As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira. Revista NAU Social, v. 3, n. 4, p. 111-121, maio/out. 2012.

SILVA, João Luiz Figueiredo. A emergência da geografia econômica das indústrias culturais. Geo UERJ, Ano 12, v. 1, n. 21, setembro/2010.

SOARES, PAULO. Metamorfoses da metrópole contemporânea: considerações sobre Porto Alegre. GEOUSP - Espaço e tempo, São Paulo, n. 20, pp. 129 - 143, 2006.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. Sociologias, Porto Alegre, ano 8, nº16, jul/dez 2006, p. 20-45. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16.pdf>

STORPER, Michael; VENABLES, Anthony. O Burburinho: A força econômica da cidade. IN: DINIZ, Clélio. Campolina; LEMOS, Mauro Borges. (Org.) Economia e Território. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

TARTARUGA, Iván. Inovação, território e cooperação: um novo panorama da geografia econômica do Rio Grande do Sul. 2014. 334f. Tese de doutorado (Programa de Pós-Graduação em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

TATSCH, Ana Lúcia; CAVALCANTE, Diego; SPAT, Marilise. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais em áreas intensivas em cultura: o caso do arranjo de cinema em Porto Alegre. Capturado: <http://www.redesist.ie.ufrj.br/27-redesist/projetos-redesist/pp-arranjos-e-sistemas-produtivos-e-inovativos-locais-em-areas-intensivas-em-cultura-e-mobilizadoras-do-desenvolvimento-social/201-notas-tecnicas> 2007-2008

TOLILA, Paul. Cultura e economia: problemas, hipóteses e pistas. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

TRINDADE JR. Saint Clair da. Agentes, redes e territorialidades urbanas. Revista Território, nº 5, jul./dez., 1998, p. 31-51.

TRIVIÑOS, Augusto N.S. Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1995.

THROSBY, David. Economía y Cultura. Madrid: Cambridge University Press, 2001.

UNCTAD. Relatório de Economia Criativa 2010. Capturado 12/12/2011 <http://www.onu.org.br/seminario-no-rio-de-janeiro-lanca-relatorio-de-economia-criativa-da-unctad/>

UNCTAD. *Creative Economic Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2010.

UNCTAD. Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc. São Paulo: Itaú Cultural, 2012
UNESCO. Informe sobre la economía creativa: edición especial. PNUD: New York, 2013.

VALE, Mário. Conhecimento, inovação e território. Lisboa: Edições Colibri, 2012.

VALIATI, Leandro (org.); WINK, Marcos V. Indústria Criativa no Rio Grande do Sul: Síntese Teórica e Evidências Empíricas. 2. Ed. Porto Alegre: FEE, 2013.

VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo. (Orgs.) Economia criativa, cultura e políticas públicas. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

VALIATI, Leandro; MIGUEZ, Paulo; CAUZZI, Camila; SILVA, Pedro. Economia criativa e da cultura: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. 11-30. IN: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia. (Org.) Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I. Porto Alegre: Editora da Ufrgs/Cegov, 2017.

VICENTE, Victor Manuel; CALMON, Paulo Carlos. A análise de políticas públicas na perspectiva do modelo de coalizão de defesa. XXXV Encontro da Anpad. Rio de Janeiro/RJ – 4 a 7 de setembro de 2011.

VIVANT, E. O que é uma Cidade Criativa? São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

WEISS, Marc; NASCIMENTO, Luis Felipe. *The Rio Grande do Sul leapfrog economic strategy and the Porto Alegre Sustainable Innovation Zone (ZISPOA)*. Policy Centre for Inclusive Growth. V. 13, Issue n. 3, december/2016.

Williams, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000. 2. ed.

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

ZAHARIADIS, Nikolaos. The multiple streams framework: structure, limitations, prospects. In Paul A. Sabatier (org), Theories of the policy process, Cambridge, MA:Westview Press. 2007. P.65-92.

http://professor.ufrgs.br/leandrovaliati/files/criatividade_cultura_e_inovacao_uma_profusao_de_modelos_e_o_desafio_da_reorientacao_do_desenvolvimento.pdf

<http://portal.aprendiz.uol.com.br/2015/06/10/david-harvey-nos-estamos-construindo-cidades-para-investir-nao-para-viver/>

http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_novo/default.php?p_noticia=182992&P_ORTO+ALEGRE+LANCA+MAPA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA

<http://tvovo.org/cronicaria/a-nova-idade-das-trevas-ou-o-que-houve-com-o-rio-grande-do-sul/>

FLORES (2014)
http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_novo/default.php?p_noticia=174859&P_LANO+DE+ECONOMIA+CRIATIVA+PARA+A+CIDADE+E+APRESENTADO

