



UFBA\LNCC\UNEB\UEFS\UFBA\SENAI-CIMATEC\FAGED\IHAC

Universidade Federal da Bahia

Laboratório Nacional de Computação Científica – LNCC/MCT

Universidade Estadual da Bahia

Universidade Estadual de Feira de Santana

Instituto Federal da Bahia

SENAI/CIMATEC

Faculdade de Educação – FAGED – UFBA – Sede

Instituto de Humanidades, Artes e Ciências – IHAC – UFBA – Co-promotor

Doutorado Multi-institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento

FELIPE RODRIGUES BOMFIM

ECONOMIAS CRIATIVAS NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DAS ABORDAGENS CONCEITUAIS EXPRESSAS NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DO GOVERNO, NA LITERATURA E NAS AGÊNCIAS DE FOMENTO DA BAHIA.

Salvador
2017

FELIPE RODRIGUES BOMFIM

ECONOMIAS CRIATIVAS NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DAS ABORDAGENS CONCEITUAIS EXPRESSAS NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DO GOVERNO, NA LITERATURA E NAS AGÊNCIAS DE FOMENTO DA BAHIA.

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Difusão do Conhecimento da Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Difusão do Conhecimento.

Orientador: Professor Doutor José Claudio Rocha.

Co-orientadora: Professora Doutora: Suely Aldir Messeder.

Salvador
2017

SIBI/UFBA/Faculdade de Educação – Biblioteca Anísio Teixeira

B_____ Bomfim, Felipe Rodrigues.

Economias criativas no Brasil: um estudo de caso das abordagens conceituais expressas nos documentos oficiais do governo, na literatura e nas agências de fomento da bahia. / felipe rodrigues bomfim. – 2017. / Felipe Rodrigues Bomfim. - 2017.

280f.: il.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Departamento de Educação. Programa de Pós-Graduação em Difusão do Conhecimento, 2017.

Orientadora: Prof. Dr. José Claudio Rocha.

1. Universidade Federal da Bahia 2. economias criativas, 3. , política de Estado 4. , polissemia, 5. abordagens 6. propriedade intelectual I. Universidade Feral da Bahia. Departamento de Educação. II. Rocha, José Cláudio. III. Título.

CDU:



**DOUTORADO MULTI-INSTITUCIONAL E MULTIDISCIPLINAR EM DIFUSÃO DO CONHECIMENTO
FACULDADE DE EDUCAÇÃO**

**ATA DE DEFESA DE TESE DO DOUTORANDO FELIPE
RODRIGUES BOMFIM NO DOUTORADO MULTI-
INSTITUCIONAL E MULTIDISCIPLINAR EM DIFUSÃO DO
CONHECIMENTO**


Ao décimo segundo dia do mês de maio de dois mil e dezessete, às 14:00h, reuniu-se no Centro de Referência em Direitos Humanos – CRDH/UNEB, a Comissão Examinadora composta pelos professores doutores: José Claudio Rocha (Orientador), Suely Aldir Messeder, Cesar Barbosa, Adonias Magdiel Ferreira e Mario Vidal Moruno, para julgar o trabalho intitulado **“ECONOMIAS CRIATIVAS NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DAS ABORDAGENS CONCEITUAIS EXPRESSAS NOS DOCUMENTOS OFICIAIS DO GOVERNO, NA LITERATURA E NAS AGÊNCIAS DE FOMENTO DA BAHIA.”**, de autoria de **Felipe Rodrigues Bomfim**. Após a arguição e discussão, a Banca examinou, analisou e avaliou o referido trabalho, chegando à conclusão que este foi aprovado. Nada mais havendo a ser tratado, esta Comissão Examinadora encerrou a reunião da qual eu lavrei a presente ATA, que após lida e achada conforme, vai assinada pelos presentes e encerrada por mim, José Claudio Rocha.

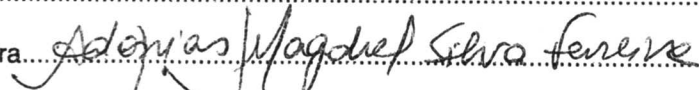
Salvador, 12 de maio de 2017.

Comissão Examinadora:

Prof. Dr. José Claudio Rocha (Orientador).....

Prof. Dra. Suely Aldir Messeder.....

Prof. Dr. Cesar Barbosa.....

Prof. Dr. Adonias Magdiel Ferreira.....

Prof. Dr. Mario Vidal Moruno.....

AGRADECIMENTOS

Saravá! Chegar até aqui, para expor os achados da pesquisa muito nos gratifica. Coloco no plural porque muitas pessoas e espíritos contribuíram, dentro de suas dimensões, para essa empreitada, criando as devidas condições para que aqui chegássemos rumo à defesa da tese. Assim, neste primeiro momento e em outra dimensão agradeço a Deus sobre todas as coisas, aos Orixás da Umbanda, aos Pretos Velhos, ao irmão Zé Grosso, ao irmão Benedito, a Pai Jacó, ao Tabernáculo Espírita Umbandista Pai Jacó de Uruanda, em Feira de Santana, aos Orixás do Candomblé e ao caboclo Boiadeiro e Araribóia. Obrigado pelo Axé. OGUN YIÊ PATACORY Ô!

Na dimensão material, salvaguardando a dedicatória, começo pelo Prof. Dr. José Claudio Rocha, querido orientador e amigo, sempre disponível em seus comentários precisos, disponibilizando sua biblioteca e convivência produtiva que há de perdurar. À minha co-orientadora Suelly Aldir Messeder, de quem tive a honra de ser professor de Estatística, na UFBA, e hoje ser co-orientado por ela com tamanha dedicação. Como a vida dá voltas! Sempre disposta a ajudar e me orientar desde o primeiro semestre no Doutorado. Muito obrigado, meus queridos, e muita luz na caminhada de vocês.

Costumo dizer que família é a base de tudo e eu tive essa base: primos e irmãs sempre contando com todos eles ao longo dessa e de outras caminhadas. Quero, entretanto, registrar e agradecer aos professores do Programa de Doutorado Multi-Institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento – DMMDC – UFBA/UNEB/SISMATEC/IFBA/UEFS, que muito contribuíram quer com as reflexões em seus componentes curriculares, quer com orientações individualizadas e convívio, a exemplo de: Eduardo Oliveira, Alfredo da Matta, Francisca de Paula, Ana Menezes, Fátima Hanaque, Hernane Pereira, José Wellington, José Garcia, Roberto Ponczek, Suely Meseder, Wilson Santos, Dante Galeffi, Terezinha Froes, Rosangela Araújo, Leliana Silva e José Claudio Rocha. No tocante ao apoio administrativo, não posso esquecer do Diretor da Faculdade de Educação, dos funcionários, do ilustre Mestre José Hélio, um exemplo de profissional e sua parceira magistral, Biatriz Souza.

Para além muro, da Universidade, a recepção nas agências de fomentos para a coleta de dados e informações sempre foi a melhor possível, personalizada nas pessoas que as representavam. Destarte agradeço a Yury Chaves, gerente do Banco do Nordeste do Brasil – BNB; Carmem Lúcia, Diretora da Secretaria da Economia Criativa – SEC; Daniel do Espírito Santo Carneiro, Gerente da Secretaria da Cultura – SeCult; João Paulo Matta, Gerente do setor de economia criativa do Desenhahia e Ademário de Jesus Almeida Júnior, Coordenador da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia e Secretaria de Ciência e Tecnologia e Inovação – FAPESB\SECTI. Á vocês meu muito obrigado.

Na Universidade Estadual de Feira de Santana – UEFS, e/ou fora dela, tenho três grandes irmãos desde a graduação até o doutorado a quem sempre referencio e vou referenciar: Professor Dr. Adonias Magdiel Silva Ferreira, professor Dr. Cesar Barbosa e o Professor Dr. João Cardeal. Sempre juntos mesmo distantes. Vocês sabem o que representam.

Na Universidade do Estado da Bahia, mesmo correndo o risco de esquecer alguém, preciso agradecer do Reitor aos funcionários e muito especialmente aos professores: Lúcia Castro, Francisco Nunes, Valter Fraga, Vanessa Riambau, Jânio Roque, Claudia Souza, Permínio, Elba Pansky, Maria Izabel, Rogério Pereira, Jorge Maltez, Aline Mascarenhas, Gracielli, Anucha Prisco e Tânia Bomfim.

No grupo de pesquisa, Direitos Humanos, CriAtivos e ENLACE, foram muitos debates, discussões, construções e reconstruções de pensar. A dinâmica de atuação desses grupos amparada pelas suas coordenações (professor Dr. José Claudio Rocha, Professor Dr. Luis Rocha, Professora Doutora Suely Aldir Messeder e a Professora doutora Denise Rocha) foram suportes fundamentais para a conclusão dessa tese. Os eventos, temáticos, promovidos por esses grupos, abriram vários e novos horizontes sobre a discussão da definição da economia criativa e seus desdobramentos.

Por fim, me debruço a agradecer àqueles que, ao longo de toda essa jornada, dividiram todas as questões pessoais e acadêmicas, unidos, na ambiência da sala de aula ou em outros espaços, amigos doutorandos da turma de 2013: Obrigado por vocês existirem e provarem que, sempre, há tempo de nos preocuparmos uns com os outros! A palavra que encontro para defini-los é Amor.

Á

Felipe Bomfim e Bernadete Rodrigues, meus pais, (In memorian)

Joana Roza, minha Avó (In memorian)

Mundinho, primo e pai de criação (In memorian)

Eloydes Tavares, meu guia espiritual

Tâmara, Fayola, Kalid e Yakine, meus amados filhos

Fátima e Cássia, minhas irmãs

Natalícia, Raimunda, Sérgio, Toinho e Valdir (In memorian), meus primos.

BOMFIM. Felipe Rodrigues. **Economia Criativa no Brasil**: um estudo de caso das abordagens conceitual expressa nos documentos oficiais do governo, na literatura e nas agências de fomento na Bahia. 280 pp. Ano 2017. Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017.

RESUMO

As discussões e análises apresentadas nesta tese trazem à tona questões referentes à definição de economia criativa nos editais das agências de fomentos da Bahia, na gestão do Partido dos Trabalhadores - PT, tema que vem ganhando visibilidade nos espaços de discussão educacional e provocando reflexões sobre as abordagens conceituais, promoção e a gestão das economias criativas no governo Jacques Wagner e suas implicações. É uma pesquisa de investigação que tem como objetivo principal identificar e comparar as abordagens conceituais, de economia criativa, expressas nos documentos oficiais e na literatura, com vistas a propor, a partir do estudo de caso, um conceito que contemple as características brasileiras, correlacionando com as tensões existentes entre o material empírico, dos órgãos de fomento, e os Planos Brasil Criativo e Bahia Criativa. É uma tese desenvolvida com sustentação teórico-metodológica na abordagem qualitativa, tendo como dispositivo de coleta de dados, o levantamento bibliográfico e a pesquisa documental nas instituições de fomento para a economia criativa do estado da Bahia. Dessa forma, surge a questão da pesquisa: Como a economia criativa vem sendo tratada enquanto política pública do Brasil e da Bahia a partir das abordagens conceituais expressas nos documentos oficiais do Governo? No percurso da resposta a essa questão, chegamos as seguintes conclusões: i) a necessidade de aumentar a eficiência dos recursos públicos aplicados no desenvolvimento da Economia Criativa requer a adoção de definições mais claras; ii) essa clareza permitirá ampliar o escopo das políticas, de modo a alcançar atividades que vão para além da cultura; iii) a banalização do termo 'criativo', torna o objeto da Economia Criativa difuso; iv) o setor carece de decisão política que tornem mais claro os limites entre a Economia Criativa e a Economia Cultural e; v) a urgência de uma estrutura política formal para articular as ações governamentais para o setor.

Palavras-chave: economias criativas, abordagens, política de Estado, polissemia, propriedade intelectual.

BOMFIM. Felipe Rodrigues. **Creative Economy in Brazil**: a case of study of the conceptual approach expressed in official government documents, literature and speak of managers of development agencies in Bahia . 280 pp. 2017. Thesis (Ph.D.) - Faculty of Education, Federal University of Bahia, Salvador, 2017.

ABSTRACT

The discussions and analyzes presented in this thesis bring to the fore questions related to the definition of creative economy in the edicts of the fomentation agencies of Bahia, in the management of the Workers Party - PT, a theme that has gained visibility in the spaces of educational discussion and provoking reflections on the Conceptual approaches, promotion and management of the creative economies in the Jacques Wagner government and its implications. It is a research research whose main objective is to identify and compare the conceptual approaches of creative economy, expressed in the official documents and literature, with a view to proposing, from the case study, a concept that contemplates the Brazilian characteristics, correlating With the tensions existing between the empirical material, the organs of development, and the Plans Brasil Criativo and Bahia Criativa. It is a thesis developed with theoretical and methodological support in the qualitative approach, having as data collection device, the bibliographic survey and the documentary research in the institutions of development for the creative economy of the state of Bahia. Thus, the research question arises: How is the creative economy treated as public policy in Brazil and Bahia based on the conceptual approaches expressed in official government documents? In the course of the answer to this question, we reached the following conclusions: i) the need to increase the efficiency of public resources applied in the development of the Creative Economy requires the adoption of clearer definitions; ii) this clarity will widen the scope of policies so as to achieve activities that go beyond culture; iii) the banalization of the term 'creative', makes the object of the Creative Economy diffuse; iv) the sector lacks a political decision to clarify the boundaries between the Creative Economy and the Cultural Economy; v) the urgency of a formal political structure to articulate governmental actions for the sector.

Key words: creative economies, approaches, state policy, polysemy, intellectual property.

BOMFIM. Felipe Rodrigues. **Economía creativa en Brasil**: un estudio de caso del enfoques conceptuales expresados en los documentos oficiales del gobierno, la literatura y hablar gestores de organismos de desarrollo en la Bahía pp 280. 2017. Tesis (Doctorado) - Facultad de Educación, Universidad Federal de Bahía, Salvador, 2017

RESUMEN

Las discusiones y análisis presentados en esta tesis traen a la luz cuestiones referentes a la definición de economía creativa en los editores de las agencias de fomento de Bahía, en la gestión del Partido de los Trabajadores - PT, tema que viene ganando visibilidad en los espacios de discusión educativa y provocando reflexiones sobre las Enfoques conceptuales, promoción y gestión de las economías creativas en el gobierno de Jacques Wagner y sus implicaciones. Es una investigación de investigación que tiene como objetivo principal identificar y comparar los enfoques conceptuales, de economía creativa, expresados en los documentos oficiales y en la literatura, con vistas a proponer, a partir del estudio de caso, un concepto que contemple las características brasileñas, correlacionando Con las tensiones existentes entre el material empírico, de los órganos de fomento, y los Planes Brasil Creativo y Bahía Creativa. Es una tesis desarrollada con sustentación teórico-metodológica en el abordaje cualitativo, teniendo como dispositivo de recolección de datos, el levantamiento bibliográfico y la investigación documental en las instituciones de fomento para la economía creativa del estado de Bahía. De esta forma, surge la cuestión de la investigación: ¿Cómo la economía creativa viene siendo tratada como política pública de Brasil y de Bahia a partir de los abordajes conceptuales expresados en los documentos oficiales del Gobierno? En el camino de la respuesta a esta cuestión, llegamos a las siguientes conclusiones: i) la necesidad de aumentar la eficiencia de los recursos públicos aplicados en el desarrollo de la economía creativa requiere la adopción de definiciones más claras; ii) esa claridad permitirá ampliar el alcance de las políticas, para alcanzar actividades que van más allá de la cultura; iii) la banalización del término 'creativo', hace que el objeto de la Economía Creativa difuso; iv) el sector carece de decisión política que haga más claro los límites entre la Economía Creativa y la Economía Cultural; v) la urgencia de una estructura política formal para articular las acciones gubernamentales para el sector.

Palabras clave: economía creativa, los enfoques, las políticas de estado, la polisemia, de propiedad intelectual.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	– Criatividade na economia atual	53
Figura 2	– Classificação dos setores criativos	87
Figura 3	– Interação dos 5 Cs da criatividade e 4 tipos de capital	90
Figura 4	– Síntese da destruição criadora	122
Figura 5	– Flutuações do ciclo schumpeteriano	125
Figura 6	– Ciclo da criatividade e inovação	127
Figura 7	– Estrutura da mensuração da inovação	127
Figura 8	– Processo de difusão da inovação	131
Figura 9	– A economia criativa brasileira – vetores e eixos de atuação	146
Figura 10	– Etapas do Planejamento Estratégico da Secretaria de Economia Criativa	147
Figura 11	– A economia criativa brasileira e seus princípios norteadores	148

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	- Formas de conceituar a criação por autores e anos	48
Quadro 2	- Teorias filosóficas e psicológicas da criatividade e seus precursores	51
Quadro 3	- Transformações ocorridas no modo de produção capitalista	59
Quadro 4	- Síntese da percepção economia criativa e propriedade intelectual nas práticas econômicas da era pré-capitalista a 1936 fatos selecionados	64
Quadro 5	- Datas e acontecimentos para a instituição da Organização Mundial da Propriedade Intelectual	65
Quadro 6	- Ranking do registro de patentes em países selecionados 2005 .	67
Quadro 7	- Comparação de registro de pedidos de patentes em países selecionados 2005-2011	68
Quadro 8	- Classificação dos países com mais depósitos de Patentes no Mundo 2011	69
Quadro 9	- Propriedade intelectual no Brasil e ramos de direitos específicos	71
Quadro 10	- Marco regulatório da propriedade intelectual no Brasil	72
Quadro 11	- Definições de indústrias criativas e referências	80
Quadro 12	- Conceitos similares de economia criativa	82
Quadro 13	- Fatos marcantes selecionados da Economia Criativa 1994 aos dias atuais	83
Quadro 14	- Sistemas de classificação para as indústrias criativas derivados de diferentes modelos	99
Quadro 15	- Modelos e focos das classificações da economia criativa	100
Quadro 16	- Abordagens da economia criativa segundo seus defensores	101
Quadro 17	- Características dos empreendedores segundo seus objetivos ...	110
Quadro 18	- Invenções de etnoempreendedores na contemporaneidade	116
Quadro 19	- Período e ondas de inovação tecnológica mundial	121

Quadro 20	- Países membros da OCDE e prováveis entrantes	126
Quadro 21	- Resumo das definições/conceitos de inovação	128
Quadro 22	- Ministérios\ secretarias, eixos de ações e parcerias de alinhamento de Programas Federais	138
Quadro 23	- Evolução histórica da construção do Plano Nacional de Cultura – PNC 2003 – 2020	141
Quadro 24	- Metas do Plano Nacional de Cultura – PNC 2011	142
Quadro 25	- Desafios da secretaria da Economia Criativa SEC 2011-2014 ...	148
Quadro 26	- Processo de construção do Plano Bahia Criativa 2012/2014	156
Quadro 27	- Instituições dos Grupos de Trabalho do Plano Bahia Criativa e seus Representantes 2012	157
Quadro 28	- Coordenações por linha de atuação nos GTs do Plano Bahia Criativa 2013	158
Quadro 29	- Bahia Criativa. Linhas de atuação, recursos e expectativa para fortalecimento da Economia Criativa do Estado da Bahia ano 2014	160
Quadro 30	- Editais SeCult da Bahia 2010 a 2014	166
Quadro 31	- Evolução e ações do Desenbahia para a economia criativa	168
Quadro 32	- Resultado do edital de seleção de projetos para patrocínio do Banco do Nordeste na Bahia - Ano 2015	175
Quadro 33	- Resultado do edital de seleção de projetos patrocinado pelo Banco do Nordeste em Estados selecionados - Ano 2015	177
Quadro 34	- Mecanismo de apoio do BNDES à economia criativa	179
Quadro 35	- Economia criativa e inovação, Pernambuco / Brasil, 2012	180
Quadro 36	- Definições e sentidos da economia criativa na agências de fomento	182
Quadro 37	- Definições de economia criativa em instituições selecionadas ...	185
Quadro 38	- Transferências e competências na Medida Provisória 726/2016	191
Quadro 39	- Artigos e ministérios extintos transformados e criados no Brasil segundo a Medida Provisória 726 de 12 de maio de 2016	192
Quadro 40	- Cursos, oficinas e programas desenvolvidos pelo Ministério da Cultura – MinNC. Por setores 2003/2010 – BAHIA – BRASIL	195

Quadro 41	- Macroterritórios, territórios de identidade e municípios - Bahia. 2012	197
Quadro 42	- Distribuição dos Ocupados na Economia Criativa, por Territórios de Identidade, Bahia – 2010	202
Quadro 43	- Evolução cronológica do Plano Nacional de Cultura 2003/2020 .	208
Quadro 44	- Metas e diretrizes do Plano Nacional de Cultura no Brasil 2010-2020	210
Quadro 45	- Brasil: Ações promotoras e complementares para a implantação de políticas públicas para a economia criativa	225
Quadro 46	- Bahia: Ações promotoras e complementares para a implantação de políticas públicas para a economia criativa	227
Quadro 47	- Ações estratégica de políticas públicas para economia criativa na perspectiva da estratégia de desenvolvimento	231
Quadro 48	- Procedência e material empírico da tese	235
Quadro 49	- Modelos de classificação da indústria criativa e focos	236
Quadro 50	- Síntese das principais abordagens da economia criativa	237
Quadro 51	- Brasil: Definições de economia criativa nas agências de fomento 2016	240
Quadro 52	- Brasil: Definições de economia criativa nos órgãos de fomento 2016	241

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	- Número de ocupados no segmento criativo e rendimento médio real – Bahia, Região Nordeste e Brasil – 2012	91
Tabela 2	- Contribuição das indústrias criativas para a geração de emprego no Brasil 2012	91
Tabela 3	- Exportações de produtos criativos em 2008	96
Tabela 4	- Fases de transformação para uma cidade criativa	104
Tabela 5	- Migração na Bahia de 1872-1892	115
Tabela 6	- Territórios criativos para a economia criativa na Bahia, recursos e fontes de recursos	161
Tabela 7	- Promoção para a economia criativa na Bahia e fontes de recursos / 2014	162
Tabela 8	- Editais da Coordenação de Desenvolvimento Tecnológico e Empreendedorismo - CDTE com temática economia criativa 2009/2014	172
Tabela 9	- Projetos inscritos e aprovados no PAPPE 2014/2015	173
Tabela 10	- Empregos formais e salários na área criativa de Consumo por UF – 2013 e 2015	189

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Apex-Brasil	Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos
Bandeb	Banco de Desenvolvimento da Bahia
BNB	Banco Do Nordeste Do Brasil S/A
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CODETER	Conselho de Desenvolvimento Territorial do Recôncavo
CTSA	Coordenação de Apoio a Tecnologias Sociais e Ambientais
CCE	Coordenação de Competitividade Empresarial
CDTE	Coordenação de Desenvolvimento Tecnológico e Empreendedorismo
DESENBANCO	Banco de Desenvolvimento do Estado da Bahia
Desenbahia	Agência de Fomento do Estado da Bahia
DCMS	Department For Culture, Media and Sport
DI	Diretoria de Inovação – DI
ECC	Economia Criativa Cultural
ECE	Economia Criativa Econômica
ECS	Economia Criativa Social
ETENE	Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste
Fapesb	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado Bahia
Finep	Agência Brasileira de Inovação
FIRJAN	Federação das Indústrias e Comércio do Rio de Janeiro
FNE	Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste
FNE-MPE	Programa de Financiamento às Micro e Pequenas Empresas
FUNAGRO	Fundo de Desenvolvimento Agroindustrial
Funceb	Fundação Cultural do Estado da Bahia
Funcep	Fundo Estadual de Combate e Erradicação à Pobreza
Fundese	Fundo de Desenvolvimento Social e Econômico
GEI	Global Entrepreneurship Index – GEI
GEDI	Global Entrepreneurship and Development Institute
GTT	Grupo Técnico de Trabalho do Bahia Criativa

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICT	Instituições de Ciências e Tecnologia
IFBA	Instituto Federal da Bahia
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
Irdeb	Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia
IPAC	Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
ITS	Instituto de Tecnologia Social
MCT	Ministério da Ciência e Tecnologia
MEC	Ministério da Educação
MinEC	Ministério da Economia Criativa
MinC	Ministério da Cultura
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
Obec	Observatório Estadual de Economia Criativa
ONU	Organização das Nações Unidas
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PAPPE	Programa de Apoio à Pesquisa na Empresa
PCT	<i>Patent Cooperation Treaty</i>
PED	Pesquisa de Emprego e Desemprego
PEF	Programa Especial de Fomento
PBC	Plano Brasil Criativo
PI	Propriedade Intelectual
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PPA	Planejamento Plurianual
PGE	Procuradoria Geral do Estado
PRINTECU	Propriedade Intelectual e Economia Criativa na Uneb
PNC	Plano Nacional de Cultura
POPEC	Políticas Públicas para a Economia Criativa.
Pronaf	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PTDS	Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável do Recôncavo
Qualicultura	Qualificação para a Economia Criativa
RTS	Rede de Tecnologia Social
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SCDC	Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural
SEC/MinC	Secretaria de Economia Criativa
SEC	Secretaria da Educação
Secti	Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação
Secult	Secretaria de Cultura
Sefaz.	Secretaria da Fazenda do Estado da Bahia
SEFAC	Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural
SEI	Superintendência de Estudos Sociais e Econômicos.
Senac	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Senai	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Seplan	Secretaria do Planejamento
Sesi	Serviço Social da Indústria
Setre	Secretaria do Trabalho, Emprego Renda e Esporte
Sicm	Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração
Siic	Sistema de Informação e Indicadores em Cultura
SMB	Sistema Moda Brasil
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
TS	Tecnologia Social
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFRB	Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
UNEB	Universidade do Estado da Bahia
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas Para o Comércio e Desenvolvimento
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.
UPT	Programa Universidade Para Todos
USPTO	<i>Escritório Norte-Americano de Patentes</i>
WIPO	<i>World Intellectual Property Organization</i>
ZEE	Zoneamento Ecológico-Econômico

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO: RESUMO DE UMA TRAJETÓRIA RUMO AO OBJETO DE PESQUISA	22
1 INTRODUÇÃO	27
1.1. CAMINHOS METODOLÓGICOS ADOTADOS NA PESQUISA.....	37
2. ORIGENS HISTÓRICAS DO CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA E SUAS ABORDAGENS	47
2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE ÀS PRÁTICAS ECONÔMICAS	47
2.1.1. Considerações Preliminares da Contextualização da Criatividade as Práticas Econômicas	61
2.2. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	62
2.2.1. Considerações Preliminares da Contextualização da Propriedade Intelectual.....	73
2.3. CONTEXTUALIZAÇÃO: DA INDÚSTRIA CRIATIVA À ECONOMIA CRIATIVA	75
2.3.1. Considerações Preliminares da Contextualização: da Indústria Criativa à Economia Criativa	95
2.4. ABORDAGENS DA ECONOMIA CRIATIVA	97
2.4.1. Considerações Preliminares das Abordagens da Economia Criativa	105
3. A DESTRUIÇÃO CRIATIVA E A ECONOMIA CRIATIVA: UM OLHAR NA TEORIA DE SCHUMPETER E NA MATERIALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE	107
3.1. EMPREENDEDORISMO SCHUMPETERIANO	107
3.2. ETNOEMPREENDEDORISMO... DESPERTAR DA ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA?	111
3.3. DESTRUIÇÃO CRIATIVA	118
3.4. MATERIALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE	123
3.5. DIFUSÃO DA INOVAÇÃO EM ROGERS E A ECONOMIA CRIATIVA.....	129
3.6. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES SOBRE A DESTRUIÇÃO CRIATIVA E A ECONOMIA CRIATIVA: UM OLHAR NA TEORIA DE SCHUMPETER E NA MATERIALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE	133

4. OS PLANOS BRASIL CRIATIVO, BAHIA CRIATIVA E AS AGÊNCIAS DE FOMENTO: AS DEFINIÇÕES EXPRESSAS DE ECONOMIA CRIATIVA NOS DOCUMENTOS OFICIAIS	136
4.1. PLANO BRASIL CRIATIVO (PBC)...O NASCIMENTO DA SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA – SEC	137
4.1.1 Considerações Preliminares sobre o Plano Brasil Criativo (PBC) e a Instituição da Secretaria de Economia Criativa - SEC	152
4.2. PLANO BAHIA CRIATIVA	155
4.2.1 Considerações Preliminares sobre o Plano Bahia Criativa	163
4.3. AGÊNCIAS DE FOMENTO	166
4.3.1 Agência de Fomento do Estado da Bahia S/A – DESENBAHIA	167
4.3.2 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado Da Bahia – FAPESB.	169
4.3.3 Banco do Nordeste do Brasil S/A -BNB	174
4.3.4 Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES.....	178
4.4. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES SOBRE AS AGÊNCIAS DE FOMENTO	181
4.5. CONSIDERAÇÕES SOBRE OS PLANOS BRASIL CRIATIVO, BAHIA CRIATIVA E AS AGÊNCIAS DE FOMENTO: DEFINIÇÕES NUM AMBIENTE POLISSÊMICO.....	184
5. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA – POPEC-BA	188
5.1. PROGRAMA TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE MUNICIPAL E SEUS EFEITOS NA ECONOMIA CRIATIVA	193
5.1.1. Considerações Preliminares sobre os Territórios de Dientidade e a Economia Criativa	203
5.2. PLANO NACIONAL DE CULTURA – PNC...CAMINHOS PARA A ECONOMIA CRIATIVA.....	204
5.2.1. Considerações Preliminares sobre o Plano Nacional de Cultura – PNC: Caminhos para a Economia Criativa	214
5.3. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA – POPEC – BA	220
5.3.1. Considerações Preliminares sobre as Políticas Públicas para a Economia Criativa - POPEC - BA	230

6. ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: INQUIETAÇÕES E BUSCAS DE UMA DEFINIÇÃO ALTERNATIVA	233
6.1. PRÁTICAS, DEFINIÇÕES E SIGNIFICADOS DE ECONOMIA CRIATIVA NO MATERIAL EMPÍRICO.....	234
6.2. PARA ONDE CAMINHA A ECONOMIA CRIATIVA?	242
7. CONCLUSÕES.....	248
REFERÊNCIAS.....	258
ANEXO – CARTA DE APRESENTAÇÃO	280

APRESENTAÇÃO: RESUMO DE UMA TRAJETÓRIA RUMO AO OBJETO DE PESQUISA

Você não sabe como eu caminhei, pra chegar até aqui, percorri milhas e milhas antes de dormir, eu não cochilei, os mais belos montes escalei e nas noites de frio eu chorei. (Cidade Negra).

A minha trajetória é marcada pelo trabalho e a crença do poder da educação na transformação do indivíduo. Anterior à docência, nos ensinamentos fundamental, médio e superior, atuei como Office Boy e ascendi para Auxiliar de Escritório na empresa Irmão Curvello, em 1982; Professor de Inglês e Taquigrafia no Instituto de Idioma Polycenter, em 1984; Guia Turístico da EMBRATUR, em 1984; Sócio Proprietário do Future English Course – FEC, em 1985; Gerente da Ela Transportes Transportadora, em 1986; Chefe de Escritório da EIFEL Empreendimentos e Corporações, em 1987; Economista da Assessoria Técnica – ASTEC no Instituto de Previdência de Salvador, em 1996.

A minha formação acadêmica alicerça-se com a conclusão do curso técnico em Contabilidade e a partir do ingresso no Curso de Bacharelado em Ciências Econômicas na Faculdade Católica da Bahia – FACCEBA, em Salvador, no ano de 1984. Vale ressaltar que, durante o período em que cursei Economia, também estive atuando como professor de diversos componentes, a exemplo de: Taquigrafia, Inglês, História, Geografia, Organização Social e Política do Brasil – OSPB, Educação Moral e Cívica – EMC, Matemática e Contabilidade.

Para mim, a possibilidade de atuar no ensino superior era um desafio que foi superado quando ingressei no mestrado. Ao longo desse período, atuei em 1989, durante três anos, como professor substituto, no Instituto de Matemática na Universidade Federal da Bahia - UFBA, lecionando o componente Estatística I e II. Um ano depois, fui coordenador Adjunto do curso de Economia na Universidade Faculdade Salvador – UNIFACS, onde criamos, e eu coordenei, o Centro de Pesquisas Empresariais - CEMPRE; professor visitante na Universidade Estadual de Feira de Santana -UEFS; coordenador do curso de Economia na Faculdade de Tecnologia e Ciências –FTC, onde participamos da criação do Centro de Estudos Empresariais e Econômico –CEMESE; participei como pesquisador do Instituto de Pesquisa Aplicada –IPA, e há doze anos sou professor assistente da classe 2 nível

“B” da Universidade do Estado da Bahia -UNEB em Regime de Dedicção Exclusiva e representando a UNEB no Conselho de Desenvolvimento Territorial do Recôncavo – CODETER, com vistas a propor políticas públicas para o recôncavo baiano. Vale dizer que, aqui comecei a me envolver com políticas culturais e economia criativa.

A experiência de ter atuado no Projeto Rondon, contribuiu para delineamento mais preciso do meu tema de pesquisa de graduação, visto que, o envolvimento de todos nos estudos sobre as Políticas Públicas, o diagnóstico e prognóstico sócio econômico das cidades, as referências indicadas e as discussões, foram atuantes para o meu “amadurecimento” enquanto estudante/pesquisador.

Durante todo esse percurso, algumas pistas foram sendo evidenciadas como foco de interesse de Políticas Públicas para qualificação, mas foi a partir do trabalho no Núcleo de Políticas Sociais do Programa de Mestrado da Faculdade de Economia, que passei a interessar-me mais especificamente pela Previdência Social.

O fato de ter origem no bacharelado e atuar, sempre, em educação, levou-me a fazer várias disciplinas, optativas e, como aluno especial, no doutorado em educação no Programa de Pós-Graduação em Educação na Universidade Federal da Bahia -UFBA: Epistemologia da Educação; Programa de Pós-graduação em Saúde Coletiva na Universidade Federal da Bahia: Avaliação de Políticas sociais; Programa de Educação e Contemporaneidade (dois) componentes na Universidade do Estado da Bahia – UNEB: Novas Tecnologias Educacionais na linha 03 e Educação, práxis Pedagógica e Formação do Educador na linha 02. Estas experiências foram suficientes para o entendimento de que a educação tinha instrumentos de fundamental importância para contribuir com o meu aperfeiçoamento. Com o término das experiências, enquanto aluno especial dos programas de pós-graduação, projetei para o futuro (2003) a especialização em Gestão da Educação Contemporânea, na Universidade do Estado da Bahia –Uneb no campus da cidade de Serrinha, onde fui contemplado com a bolsa integral da Fundação de Amparo À Pesquisa.

Na especialização, o título da monografia produzida foi “o programa de formação para professores da rede pública: uma análise custo-benefício da educação a distância do curso de Licenciatura em Letras no Estado da Bahia”, concluída no ano de 2003. O objetivo deste estudo foi fazer uma análise custo

benefício do citado programa na modalidade à distância, evidenciando de que a Uneb, já dispunha de infraestrutura para criar a Pró-Reitoria de Educação à Distância, reduzindo, assim, o custo benefício do Governo com parcerias com universidades privadas. A orientação do estudo ficou sob a responsabilidade da professora Dra. Isaura Santana Fontes.

A necessidade de ampliar os conhecimentos na área de avaliação de políticas públicas levou, em 2010, a candidatar-me e ser aprovado na seleção para aluno especial do Doutorado do Instituto de Saúde Coletiva da Universidade Federal da Bahia – UFBA. A disciplina Avaliação de Políticas, Sistemas e Serviços de Saúde, ministrada pela professora Lígia Maria Vieira da Silva, ampliou meus horizontes no trato e entendimento da Avaliação de Política Pública na Bahia. Em 2009, cheguei até a última fase da seleção de doutorado em educação na Universidade Estadual de São Paulo - UNESP no campus de Marília. Na UNESP, quando o candidato chega até esta fase, o candidato adquire o direito de frequentar duas disciplinas do programa de doutorado na qualidade de aluno especial. Contudo a distância inviabilizou o desejo de participar. Em 2011 participei do processo seletivo para aluno especial na Universidade do Estado da Bahia – UNEB para duas disciplinas: Tópicos Especiais em Educação: Docência Universitária na Contemporaneidade: pressupostos epistemológicos, políticos e metodológico e; Educação e Tecnologias Intelectuais da Informação e Comunicação. Para minha felicidade e crescimento acadêmico fui aprovado nas duas. Os textos, as discussões, os debates, as contribuições dos colegas em sala de aula e a condução das disciplinas muito contribuíram para minha formação docente tecnológica.

A minha primeira participação em projetos de Políticas Públicas foi no Projeto RONDON em 1982 em Salvador. O objetivo era dotar as cidades de instrumentos socioeconômicos que promovessem o desenvolvimento local e, em contra partida, a melhoria na qualidade de vida dos moradores.

Em 1992, participei como pesquisador, do Programa de Desenvolvimento Municipal – PRODEM, financiado pelo Governo do Estado da Bahia e Secretaria da Indústria e Comércio. O objetivo deste trabalho era a elaboração através do diagnóstico sócio-econômico dos municípios baianos, com vistas a um prognóstico, a partir de um quadro de possíveis soluções dos problemas detectados.

No ano de 2005 fui coordenador pedagógico do Programa Escola de Fábrica. Este programa consistia na oferta, a quarenta estudantes de áreas de risco social, de curso profissionalizante nas áreas de construção civil, panificação, confecção, refrigeração e vendas, com uma carga horária de 800 horas aula.

O Programa Universidade Para Todos – UPT é um curso pré-vestibular financiado pelo governo do Estado, sendo criado em 2003 com a finalidade de propiciar aos estudantes da rede pública o acesso ao ensino superior. Coordenei este programa por quatro anos seis municípios: Santo Antonio de Jesus; Dom Macedo Costa; Laje; Varzedo, Cabaceiras do Paraguassú, Vera Cruz e Ilha de Itaparica.

Outro Programa de Políticas Públicas que participei, na qualidade de professor formador, foi o TRILHA/PROJOVEM URBANO. O Programa permite acesso a jovens de 17 a 29 anos que são alfabetizados, durante vinte meses com um enfoque profissionalizante. Ao final são atestados pelo Ministério da Educação como concluintes do ensino fundamental. Vale ressaltar que cada participante deste programa recebe do Governo Federal a importância de R\$100,00 e no Brasil temos 15.700 participantes. Coordenei o curso de Pedagogia da Plataforma Freire na cidade de Castro Alves. Este programa objetiva a graduação de professores atuantes no ensino fundamental e é oferecido nas modalidades presencial e à distância. Também coordeno o Programa Ensino Médio em Ação na área de Matemática, cujo objetivo é coordenar os monitores e suas práticas Pedagógicas no ensino da Matemática.

No tocante a contribuições à gestão da instituição (UNEB), registro a participação, durante onze meses, em discussões semanais e sistemáticas com o foco no modelo de gestão da universidade do Estado da Bahia – UNEB. Essas discussões geraram o primeiro Planejamento Estratégico da UNEB onde foi sinalizado a necessidade de se atentar para a produção de bens intangíveis da universidade, ou seja: mensurar a “Economia Criativa” na UNEB e tive a honra de ser um dos relatores do manual impresso e ver a fase embrionária da preocupação da UNEB com a criação, marcas, patentes, inovação e designer.

Na UNEB leciono no curso de Pedagogia as disciplinas: administração de recursos financeiros para a educação; Estatística e Políticas Educacionais. No curso de Direito: Economia Política; Economia Brasileira e Seguridade Social. No curso de

Administração: Teoria Microeconômica; Teoria Macroeconômica; Inglês I e II; Economia Regional e Urbana; Estatística I e II e Economia Brasileira.

Também, na UNEB, desenvolvo duas pesquisas: avaliação dos egressos do curso de administração (presencial e à distância) e suas potencialidades no mercado de trabalho de Santo Antonio de Jesus, desde 2006; investigação da Propriedade Intelectual e Economia Criativa na UNEB – PRINTECU, iniciada em 2015.

Importante registrar as enormes contribuições de dois grupos de pesquisas. Grupo CriaAtivos - criando um novo mundo, com as discussões sobre a temática da economia criativa e da propriedade intelectual, onde os encontros, os eventos e os debates, contribuíram para o embasamento teórico dessa tese, GHruppo ENLACE, gênero e sexualidade com as discussões acerca do sujeito e do objeto a ser pesquisado.

É com essa trajetória e compromisso que logrei o título de doutor do Programa de Doutorado Multi-institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento - DMMDC da Universidade Federal da Bahia - UFBA, investiguei como a economia criativa vem sendo tratada pelo governo e a partir de qual abordagem? Elaborei uma definição que atende às especificidades do Brasil e da Bahia, referenciado pelo material empírico e dos documentos das agências de fomentos da Bahia.

1 INTRODUÇÃO

O tema Economia Criativa no Brasil e na Bahia emerge em todos os movimentos organizados no sentido das proposições ou solicitações de respostas às grandes desigualdades sociais. Assim, os órgãos oficiais de fomento desempenham um importante papel, não apenas por serem, eles próprios, um elemento de fundamental importância para a efetividade de políticas públicas, mas, sobretudo, por contribuir para a eficiência e eficácia da promoção da Economia criativa.

Na pesquisa que ora apresentamos, entre todos os casos dessa natureza, elegemos as definições expressas de economia criativa nos Planos, editais, Leis e Decretos voltados para a economia criativa no Estado da Bahia, na perspectiva de ampliar ou redefinir essa definição. A justificativa deste estudo passa pela novidade do tema, que começou a ser discutido em 2001 e até os dias atuais a sua definição é polissêmica, implicando em políticas públicas ineficientes que atendem a uma das abordagens conceituais, mas, não consolida a economia criativa enquanto estratégia de desenvolvimento. Para Silveira (2011),

Com a Revolução Francesa, de 1789, duas espécies de criação foram contempladas: a) A criação do autor no campo das artes (Direito do Autor); e b) a criação do autor no campo da indústria (Direito do Inventor). Embora, ambos, originárias do campo intelectual, observa-se diferenças, na arte produz-se efeitos na mente e na sensibilidade das pessoas e se destaca pela originalidade. Na indústria produz-se efeito no mundo material pela novidade (ideia nova), utilidade e pela possibilidade de sua reprodução. (SILVEIRA, 2011, p.1).

A necessidade de investigar, analisar, refletir e compreender as definições de economia criativa, adotadas pelos órgãos de fomento da administração pública, no Estado da Bahia, por si justificaria a realização desta pesquisa. Nesses órgãos as definições de economia e/ou indústria criativa implicam na ampliação do conceito economia e/ou indústria cultural, contudo,

A expressão “indústria cultural” apareceu no período pós-guerra como uma crítica radical ao entretenimento de massa, feita por membros da Escola de Frankfurt, liderados por Theodor Adorno e Max Horkheimer, seguidos imediatamente por escritores como Herbert Marcuse. Naquela época, a “indústria cultural” era um conceito que tinha a intenção de chocar; dizia-se que a cultura e a indústria eram conceitos opostos e a expressão foi utilizada em

polêmicas contra as limitações da vida cultural moderna. Ela continuou a ser empregada como uma expressão de desdém aos jornais, filmes, revistas e músicas populares que distraíam as massas (UNCTAD, 2010, p. 35).

Assim, analisaremos, para além da cultura, as definições expressas de economia criativa nos documentos oficiais do Estado da Bahia e das agências de fomento, relacionando-os com as tensões existentes entre o material empírico, desses órgãos de fomento, os Planos Brasil criativo e o Plano Bahia Criativa. O cerne da pesquisa é identificar e comparar as abordagens conceituais de economia criativa expressa nos documentos oficiais e na literatura, com vistas a propor, a partir do estudo de caso, uma definição que leve em consideração as características brasileiras. Em linhas gerais os bens e serviços intangíveis se materializam a partir das

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...]. As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais) (DCMS, 2006, p.5).

Nessa mesma direção Rocha (2006) parte do pressuposto de que alguns setores da economia como música, cinema, designer, publicidade e propaganda se juntam em um novo setor e potencializam um novo ramo da economia, agregando valores, com capacidade de gerar renda, alicerçado na criatividade e inovação que passa a ser o elemento chave desse modelo criativo.

Nesse trabalho, nos apoiamos na concepção de que a criatividade é a base para a definição da economia criativa e deve envolver suas especificidades no tocante à ciência, à tecnologia, à economia e à cultura. Dessa forma, a economia criativa até o presente momento seria um campo das ciências econômicas que visa analisar, por meio de propriedade intelectual, os impactos das criatividades científicas, tecnológicas, econômicas e culturais na economia. Em outras palavras: a Eficiência Marginal do Capital criativo.

Coadunamos, também, que a economia e a indústria criativa se ocupam da criatividade, da tecnologia, da inovação, do empreendedorismo, da economia e da

cultura, fazendo parte da atividade econômica, humana e da vida social do indivíduo, e desse modo, estaria envolvida nesse contexto da prática criativa. Assim,

As mudanças impostas pela globalização, pelas novas tecnologias de informação e comunicação, pela desmaterialização da economia, pelo aperfeiçoamento de processos gerenciais na esfera pública e privada, pelo aumento do tempo livre, entre outras permitiram a emergência de um novo modelo de sociedade. (ROCHA, 2013, p.6).

A indústria cultural é proveniente da indústria criativa e não o contrário, pois, corremos o risco de não defini-la, por questões políticas, e não atingir a eficiência na promoção, no desenvolvimento e na dimensão da economia/ indústria criativa, visto que,

Na UNESCO, por exemplo, as indústrias culturais são tidas como aquelas que “combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza. Esses conteúdos são tipicamente protegidos por direitos autorais e podem assumir a forma de produtos e serviços. Um aspecto importante das indústrias culturais, de acordo com a UNESCO, refere-se ao fato de que elas são “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura”. Essa natureza dupla – combinando o cultural e o econômico – proporciona às indústrias culturais um perfil distinto. (RELATÓRIO UNCTAD, 2010, p. 35).

A escolha do estudo da definição expressa nos órgãos de fomento na Bahia, e, em particular, da economia criativa, teve como motivo básico a criação da Secretaria da Economia Criativa – SEC, do Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável do Recôncavo e do Plano Bahia Criativa, Programas que impactam, não apenas os setores públicos, mas também a iniciativa privada. A participação da economia criativa no PIB brasileiro em 2010, segundo a FIRJAN, atingiu a cifra de 2,8% e com um crescimento anual de 6,1%, fenômeno que pressiona o Estado, a partir de suas políticas públicas, a aumentar seus investimentos no setor criativo. Nesse sentido,

As indústrias criativas também são denominadas indústrias culturais, indústrias de conhecimento, indústrias da informação, indústrias baseadas em direitos autorais etc. Por detrás dessa confusão semântica há, pelo menos, três discursos distintos, dentro dos quais o uso do termo é interpretado de diferentes formas, a saber: • Uma abordagem baseada no discurso do desenvolvimento urbano. • Um discurso econômico normalmente baseado no conceito de propriedade intelectual (direitos autorais) e cada vez mais concebido como parte da abordagem do setor para essas indústrias. • Um discurso baseado em conceitos de cultura, desenvolvimento e sustentabilidade. Essas três maneiras de definir as indústrias culturais ou criativas são menos um desacordo acerca do que essas indústrias são do que uma questão sobre diferentes contextos,

interesses, e perspectivas de políticas em circunstâncias e localidades distintas (ASKERUD, 2008, p. 238).

A relevância deste trabalho consiste em um esforço no sentido de investigar como a economia criativa vem sendo tratada enquanto política pública do Brasil, a partir das abordagens conceituais expressas nos documentos oficiais do Governo, bem como, questionar a falta de utilização dessa estratégia de desenvolvimento embora seja definida pela mesma ótica.

Assim, ao pensarmos nos conceitos expressos de economia criativa nos órgãos de fomento da Bahia, vemos nos Planos Brasil Criativo e Bahia Criativa, a possibilidade de estimular e alternar o paradigma de desenvolvimento tradicional vigente. Portanto, os conceitos expressos, existentes nos editais das agências de fomento, para a economia criativa que visem à democratização do acesso ao conhecimento nos diversos níveis de informação e, em particular, ao meio de divulgação, concorrem para o sucesso das demais políticas públicas.

Este trabalho tem por objeto o estudo da definição do termo economia criativa, procurando discutir, através das agências de fomento, dos Planos, dos Decretos, da literatura e dos Editais, como a economia criativa vem sendo tratada enquanto política pública no Brasil, a partir das definições e seus desdobramentos, nos processos de difusão e promoção.

Isso posto, iniciativas como o Plano Brasil Criativo, os Decretos nº 7743 de 01.07.2012 e o Decreto nº 14.529/2013 que instituem a Secretaria da Economia Criativa – SEC e o grupo de trabalho para criar o Plano Bahia Criativa necessitam de um exercício de reflexão sobre suas potencialidades, seus limites, tendo como espaço o Governo do Partido dos Trabalhadores – PT, a partir das seguintes definições:

- . Indústrias criativas, entendidas como um conjunto de setores econômicos específicos, cuja seleção é variável de acordo com a vocação da região ou país e potencialidade de geração de riqueza, trabalho, arrecadação tributária e divisas;

- . Economia criativa, além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços nos setores econômicos tradicionais (o impacto da moda sobre o têxtil ou o da arquitetura sobre a construção civil) e as

conexões que se estabelecem entre eles. Cada forma de proteção de propriedade intelectual corresponde a uma indústria criativa;

. Cidades e espaços criativos, vistos como espaços nos quais as conexões, inovações e cultura revelam e valorizam as singularidades locais, em dimensões tão complementares quanto a econômica, a cultural, a social, a urbanística e a turística; e

. Economia criativa como estratégia de desenvolvimento, tem por base o conhecimento da criatividade, do capital humano, para o fomento de uma integração de objetivos sociais, culturais e econômicos, diante de um modelo de desenvolvimento global pós-industrial excludente, portanto insustentável. Nesse antigo paradigma, a diversidade cultural e as culturas em geral, podem ser vistas como obstáculos ao desenvolvimento, em vez de nutrientes de criatividade e de resolução dos entraves sociais e econômicos.

Assim, temos dois fatos motivadores á elaboração desta tese:

1. A participação no núcleo gestor no Conselho de Desenvolvimento Territorial para a elaboração do Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável do Recôncavo – PTDS/Recôncavo, representando a Universidade do Estado da Bahia – Uneb, desde 2009. Este Plano (PTDS) é o principal instrumento orientador das estratégias e intervenções no Território, envolvendo a cultura e a economia criativa, tendo como primeiro objetivo facilitar a articulação e a proposição de programas e projetos que viabilizem o desenvolvimento sustentável do Recôncavo, a partir das seguintes dimensões: sociocultural educacional, ambiental, socioeconômica e político-institucional. Primeiro contato com o tema.

2. A Coordenação do projeto de pesquisa e extensão intitulada: Propriedade Intelectual e Economia Criativa na Uneb – PRINTECU, desde 2014. Este projeto tem por objetivo a identificação e mapeamento da propriedade intelectual e do direito autoral na Universidade do Estado da Bahia – Uneb.

Dessa forma, apresentamos a seguinte pergunta investigativa para nortear o processo da pesquisa: Como a economia criativa vem sendo tratada enquanto política pública no Brasil e na Bahia, a partir das abordagens conceituais expressas nos documentos oficiais do Governo? No percurso da resposta a esta questão, buscaremos confirmar a hipótese de que ao reduzir a Economia Criativa apenas aos aspectos culturais compromete a eficácia das políticas para a promoção e desenvolvimento da Economia Criativa.

Com base nesses argumentos, estabelecemos o objetivo geral e os específicos desta tese, conforme segue:

Objetivo Geral:

O objetivo principal da pesquisa é identificar e comparar as abordagens conceituais, de economia criativa, expressas nos documentos oficiais e na literatura, com vistas a propor, a partir do estudo de caso, uma definição que leve em consideração as características brasileiras.

Objetivos Específicos:

Do objetivo principal, destacamos os seguintes objetivos específicos:

- a) Examinar onde foram realizados investimentos, visando à promoção da economia criativa a partir dos órgãos de fomento e sob que abordagem;
- b) Analisar a evolução da economia criativa no Brasil e na Bahia;
- c) Pesquisar, no Brasil e na Bahia, como se dá a interlocução entre economia criativa e economia cultural.

É fato que, no Brasil e na Bahia, a definição de economia criativa ou indústria criativa tem sido utilizada na perspectiva da ampliação do conceito de cultura. A missão, a visão e os objetivos da Secretaria de Economia Criativa – SEC, através de suas políticas, diretrizes e ações para o período 2011 a 2014 atestam essa realidade quando estabelece:

Missão: A Secretaria da Economia Criativa tem por missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. **Visão:** A Secretaria da Economia Criativa será a pasta responsável pelo reposicionamento

do Ministério da Cultura no Governo Federal, contribuindo de forma efetiva e eficaz para tornar a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do Estado brasileiro. **Objetivos:** Como a missão da Secretaria da Economia Criativa está diretamente associada ao cumprimento da Estratégia 4 – “Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável”, fez-se necessária a definição de objetivos alinhados às diretrizes componentes desta mesma estratégia. Um ponto importante é compreender que, em função da ampliação do escopo da Economia da Cultura para Economia Criativa, essas diretrizes também foram ampliadas. Onde se lê, portanto, trabalhador da cultura, leia-se trabalhador criativo. Onde se lê economia da cultura, leia-se economia criativa (SEC, 2011-2014, p. 39).

No tocante aos objetivos, merece destaque e inflexão, conforme citação anterior, o cumprimento da estratégia 4 explicitado no Plano da Secretaria da Economia Criativa – SEC,

A seguir, descrevemos os objetivos da Secretaria da Economia Criativa, alinhados às diretrizes da Estratégia 4 do Plano Nacional de Cultura: Capacitação e assistência ao trabalhador da cultura (trabalhador criativo) • Promover a educação para as competências criativas através da qualificação de profissionais capacitados para a criação e gestão de empreendimentos criativos; • Gerar conhecimento e disseminar informação sobre economia criativa; Estímulo ao desenvolvimento da Economia da Cultura (Economia Criativa) • Conduzir e dar suporte na elaboração de políticas públicas para a potencialização e o desenvolvimento da economia criativa brasileira; • Articular e conduzir o processo de mapeamento da economia criativa do Brasil com o objetivo de identificar vocações e oportunidades de desenvolvimento local e regional; • Fomentar a identificação, a criação e o desenvolvimento de pólos criativos com o objetivo de gerar e potencializar novos empreendimentos, trabalho e renda no campo dos setores criativos; • Promover a articulação e o fortalecimento dos micro e pequenos empreendimentos criativos; • Apoiar a alavancagem da exportação de produtos criativos; • Apoiar a maior circulação e distribuição de bens e serviços criativos; • Desconcentrar regionalmente a distribuição de recursos destinados a empreendimentos criativos, promovendo um maior acesso a linhas de financiamento (incluindo o microcrédito); • Ampliar a produção, distribuição/difusão e consumo/fruição de produtos e serviços da economia criativa; Turismo Cultural O Turismo cultural é fundamental para o desenvolvimento socioeconômico do país. No entanto, percebê-lo como única interface intersetorial relevante para ser destacada no Plano Nacional de Cultura, nos parece limitante, já que a cultura e, mais especificamente, a economia criativa são de natureza transversal a muitos outros setores. Desta forma, para além do turismo cultural, consideramos como objetivo da SEC: • Promover o desenvolvimento intersetorial para a Economia Criativa. Regulação Econômica (Marcos Legais) • Efetivar mecanismos direcionados à consolidação institucional de instrumentos regulatórios (direitos intelectuais, direitos trabalhistas, direitos previdenciários, direitos

tributários, direitos administrativos e constitucionais) (SEC, 2011-2014, p.40).

A tese básica deste estudo é assim delineada: A abordagem conceitual de economia criativa utilizada, no Brasil e na Bahia, através do material empírico é a abordagem da promoção da cultura apoiada na economia/indústria criativa. Ocorre que não existe uma economia criativa e a cultura é, apenas, uma das economias/indústrias criativas.

A economia criativa tem uma capilaridade muito maior do que a percebida ao longo desses 15 anos. A polissemia do termo e a aproximação de sua definição com a economia da cultura, estrategicamente útil à promoção do setor cultural, incidem na ineficiência das políticas públicas que visam a promoção da economia criativa em substituição ao modelo pós-fordista.

Esta pesquisa foi realizada no período de 2013 a 2016 tendo como assunto o estudo exploratório, numa abordagem qualitativa, visando problematizar mais do que encontrar respostas para compreender o objeto a ser pesquisado. O material empírico utilizado para a realização da pesquisa foi: a) Leis: 7.743/2012; 14.529/2013 e 12.243/2012; b) Órgãos de fomento e Editais: FAPESB; BNDES; Banco do Nordeste; Desenbahia; c) Ministérios e Secretarias: Ministério da Cultura – MinC, Secretaria da Cultura – SeCult; Secretaria da Economia Criativa – SEC; d) Análise dos Planos: Brasil Criativo, Bahia Criativa; Nacional de Cultura.

Para atingir os objetivos da pesquisa foram utilizados os seguintes caminhos metodológicos e tratamento dos dados:

A análise de conteúdo, segundo Bardin (1977), consiste no desmembramento do texto colhido em unidades, com o objetivo de descobrir os diversos núcleos de sentido que integram a comunicação. Para esse autor, as técnicas de análise de dados na pesquisa documental são processados em quatro níveis de análises: Análise do discurso; Análise da conversa; Análise de narrativas e análise de conteúdo que relata o significativo. Segundo o autor, a análise do discurso pertence ao campo que representa a língua e a análise de conteúdo representa a palavra. Nesta pesquisa, desenvolvemos a análise dos dados coletados, buscando analisar os conteúdos e suas subjetividades conceituais, refletir sobre esses conteúdos, fazer inferências para interpretá-los e articulá-los ao referencial teórico estudado. Essa

interpretação foi desenvolvida a partir da elaboração de categorias (Editais; Leis; Decretos; Plano) que emergiram no percurso da pesquisa, as quais são de eixos estruturantes do diálogo entre teoria e realidade. Desse modo, é uma técnica de pesquisa qualitativa, derivada da pesquisa documental, que coleta informações por meio do material selecionado.

A triangulação das fontes. *Para a consolidação dos achados da pesquisa, lançamos mãos da triangulação. Minayo (2005) salienta que existe uma imensa controvérsia entre diversos autores sobre o que é método e o que são técnicas e não há consenso sobre essa diferença. Segundo a autora, a triangulação implica na articulação dialética entre três princípios: 1) respeito aos campos disciplinares; 2) Relativismo do conhecimento isolado; 3) Capacidade dialógica (MINAYO, 2006, p.372; MINAYO et al, 2005, p.46). Dessa forma, a autora refere-se à triangulação de métodos, triangulação de dados, triangulação de fontes, triangulação entre achados qualitativos e quantitativos, triangulação de abordagens metodológicas, triangulação de pesquisadores. Portanto, de acordo com esse conceito de triangulação, várias fontes e técnicas de coleta de dados podem ser combinadas, visando produzir um conhecimento mais aprofundado da realidade, conforme foi adotado nesta tese.*

O estudo de caso. Esta pesquisa foi desenvolvida a partir da metodologia de estudo de caso para investigar a definição de economia criativa no material empírico, correlacionando as tensões existentes nestes materiais.

Entendemos que o estudo de caso, o raciocínio dialético, a análise de conteúdo, a análise documental, a pesquisa bibliográfica e a triangulação das fontes e resultados, propiciaram respostas às questões que aparecem como dadas e naturais quando, na verdade, foram subjetivadas para atender a uma necessidade política.

O estudo foi estruturado da seguinte maneira:

A *introdução*, com o objetivo de apresentar o trabalho, sua problemática e relevância no meio acadêmico, possibilitando compreender o delineamento e metodologia da pesquisa. Esta parte do texto discute as opções epistemológicas e metodológicas utilizadas nesta tese. Indicamos, também, o espaço temporal no qual a pesquisa se desenvolveu, bem como o local onde os dados foram coletados e sob que circunstância se deu.

O capítulo 2 reflete sobre as origens históricas da definição de economia criativa e suas abordagens, discutindo desde as teorias e filosofias da criatividade até a contemporaneidade, tomando como referência os clássicos da teoria econômica.

No capítulo 3, realizamos uma análise através do percurso histórico da destruição criativa (*the processo of creative destruction*) que segundo o seu criador, Schumpeter (1934), representa o empreendedorismo e a inovação, atuando na economia enquanto promotores do desenvolvimento econômico a partir da teoria do ciclo.

No capítulo 4, Investigamos quais são as definições, de economia criativa, expressas no Plano Brasil Criativo, no Plano Bahia Criativa, nos Decretos e Leis e nas agências de fomento. A partir da análise dos documentos oficiais, através da análise documental, analisamos suas implicações no processo de difusão na gestão do Partido dos Trabalhadores em termos de eficiência, eficácia e efetividade.

O capítulo 5 apresenta a análise das políticas públicas, como um conjunto de ações e decisões do governo, voltadas para a solução (ou não) de problemas da sociedade. No nosso caso quais as ações que o Governo adotou, a partir de suas ações, metas, Leis, Decretos e planos, para promover a economia criativa em nível estratégico de desenvolvimento.

O capítulo 6 apresenta algumas tessituras conceituais de economia criativa, fundamentadas no material empírico, cotejando saber como, quando, se aparece e sob que perspectiva. Aqui, tenciona-se a correlação existente entre práticas, definições e significados. Ainda numa tentativa de desvelamento do objeto aqui investigado, outros desejos emergiram das nossas reflexões, a saber: a) Identificar os termos coincidentes; b) Analisar a evolução do conceito de economia criativa; c) Compreender em que dimensão aparece as abordagens das indústrias criativas.

A última parte pontua algumas considerações a respeito das abordagens conceituais expressas nos documentos oficiais do governo, na literatura e nas agências de fomento na Bahia e considera que os achados podem e devem ser complementados na busca de um diálogo permanente, que possibilite uma maior clareza à definição da economia criativa.

Esperamos que essa pesquisa possa contribuir, a partir dos seus resultados, com o conceito de economia criativa, no intuito de elucidar ou apontar caminhos para pensar políticas públicas para a promoção da economia criativa e, conseqüentemente, conduzi-la para a substituição do modelo fordista.

1.1. CAMINHOS METODOLÓGICOS ADOTADOS NA PESQUISA.

Os dados utilizados nesta pesquisa foram coletados na literatura, nos órgãos responsáveis, nos editais, nas leis e decretos e de posse dos mesmos, buscamos analisar as variáveis, em função do objetivo da pesquisa. Nesta seção, apresentamos as opções epistemológicas e metodológicas utilizadas nesta tese. Indicamos, também, o espaço temporal no qual a pesquisa se desenvolveu, bem como o local onde os dados foram coletados e sob que circunstâncias se deram.

A Pesquisa Qualitativa: uma alternativa metodológica

No que se refere à pesquisa qualitativa, foram realizadas diversas visitas e diálogos estruturados, tanto com representantes das agências de fomento quanto com instituições governamentais. Pretendeu-se, com isso, alcançar dois propósitos básicos: primeiro, investigar, via material empírico, a reconstrução da trajetória do conceito expresso nas agências de fomento para a economia criativa no governo do Partido dos Trabalhadores, alcançadas parcialmente, através da consulta às obras levantadas na pesquisa bibliográfica; aos editais; aos planos e relatórios; segundo, obter informações sobre as entidades socioculturais que atuam na economia criativa, a fim de ampliar e/ ou enriquecer o mapeamento da definição de economia criativa expressa nos documentos das agências de fomento, empreendido através da pesquisa bibliográfica documental.

Partindo do pressuposto de que as atuais formas de vida social, as instituições e os costumes têm origem no passado, é importante pesquisar suas raízes para compreender sua natureza e função (LAKATOS; MARCONI, 2000, p. 106). Foi, a partir desse princípio, que adotamos como método a abordagem qualitativa para compreendermos a economia criativa, a partir das agências de fomento e sua definição, expressa nas políticas públicas, no Estado da Bahia.

Outro aporte epistemológico dessa pesquisa é o método de estudo de caso (Yin e Minayo) que é desmembrada em outras ações científicas, necessárias para atingirmos aos objetivos dessa pesquisa. Desse modo, a caracterizamos a pesquisa na seguinte perspectiva: quanto à forma de abordagem, qualitativa; quanto à natureza da pesquisa, aplicada; quanto aos objetivos, exploratória; quanto aos procedimentos técnicos, pesquisa documental e levantamento bibliográfico e quanto ao método científico, análise de conteúdo e dialético.

Vale destacar que, na tentativa de contemplar os objetivos aqui propostos e no intento de desvelar o objeto aqui demarcado, toda a proposta se desenvolveu à luz da abordagem qualitativa, tendo em vista que as questões norteadoras objetivaram conhecer e descrever processos complexos e dinâmicos, envolvendo comportamentos humanos, tanto individuais como coletivos, quando observamos que

[...] As pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos (OLIVEIRA, 2002, p.117).

Nessa mesma direção, temos a expectativa de que

a pesquisa qualitativa quer fazer jus à complexidade da realidade, curvando-se diante dela, não ao contrário, como ocorre com a ditadura do método ou a demissão teórica que imagina dados evidentes (...), cuja captação exige mais que mensuração de dados (DEMO, 2000, p. 152).

Sendo assim, é uma pesquisa que se preocupa em captar a subjetividade dos fenômenos, valorizando a qualidade como elemento essencial, por acreditarmos que ela é a mais propícia para contemplar os anseios, complexidades e desejos da nossa busca.

A partir dos interesses da investigação, a análise documental foi escolhida como dispositivo de coleta de “dados” por compreender a sua grandeza e riqueza na investigação social, tendo em vista que busca no material empírico perceber sentimentos, concepções, percursos formativos e suas próprias projeções, além de

ser um espaço de reflexão sobre as perspectivas (BAUER, 2002; GOLDENBERG, 1999).

Ademais, a pesquisa documental nos permitiu entender o fenômeno estudado, a partir da perspectiva dos órgãos de fomento, revelando definições, conceitos, sentimentos, concepções e seus percursos subjetivos que não estão explícitos no sentido de desejar revelar, o que deseja ocultar e a imagem que quer projetar acerca dos diversos conceitos da economia criativa. A esse respeito somos alertados de que na pesquisa documental, através da análise de conteúdo, apontamos “o percurso em que as decisões foram sendo tomadas quanto às técnicas de manuseio de documentos: desde a organização e classificação do material até a elaboração das categorias de análise” (PIMENTEL, 2001).

Além disso, a análise de conteúdo e a pesquisa documental é uma técnica que nos dá liberdade para optarmos caminhar, conforme o aparecimento das situações, partindo de um roteiro de documentos relativos ao problema pesquisado, previamente estabelecido.

Bardin (1977), entende que a análise de conteúdo se faz pela prática e, nessa técnica, temos o rigor da objetividade, da cientificidade e da riqueza da subjetividade. Nessa mesma direção, Laswell (1927) fez um estudo de análise de conteúdo sobre a propaganda da guerra.

Para Bardin, as técnicas de análise de dados na pesquisa documental são processadas em quatro níveis de análises:

- Análise do discurso: estabelece a relação entre discurso e realidade, verificando como os textos são feitos para relatar o seu significado;
- Análise da conversa: concentra-se na análise formal do cotidiano;
- Análise de narrativas: utiliza-se das falas dos participantes da pesquisa;
- Análise de conteúdo: relata o significante. Para essa autora, a análise do discurso pertence ao campo da análise que representa a língua e a análise de conteúdo representa a palavra.

Desse modo, optamos por uma pesquisa qualitativa, bibliográfica, tendo como estratégia a análise de conteúdo, análise documental e triangulação dos resultados, que nos oferecem meios para definir e resolver, não somente problemas já

conhecidos, como, também, explorar novas áreas onde os problemas não se cristalizaram suficientemente.

Por fim, desenvolvemos a análise dos dados coletados, buscando analisar os conteúdos e suas subjetividades conceituais, refletir sobre esses conteúdos, fazer inferências para interpretá-los e articulá-los ao referencial teórico estudado. Essa análise/interpretação será desenvolvida a partir da elaboração de categorias (editais; leis; decretos; plano; literatura) que emergirão no/do percurso da pesquisa, as quais são de eixos estruturantes do diálogo entre teoria e realidade.

É nessa perspectiva que essa pesquisa caminha: interrogar-se sobre como a definição de economia criativa nas agências de fomento pode se constituir em uma definição tropicalizada. Isso porque, o conceito não aparece, está escondido nos não ditos e nos interditos das políticas públicas nos editais, nas leis, nos planos e nos relatórios dos órgãos de fomento do governo do Estado da Bahia, na gestão do Partido dos Trabalhadores

Entendemos que o estudo de caso, o raciocínio dialético, a análise de conteúdo, a análise documental e a pesquisa bibliográfica propiciarão respostas á questões que aparecem como dadas e naturais quando, na verdade, foram subjetivadas para atender a uma necessidade política.

A economia criativa e o estudo de caso: o cenário da investigação

A pesquisa, enquanto instrumento investigativo, tem papel fundamental no desempenho das ações pedagógicas no campo educacional por influenciarem na formação dos sujeitos com função ativa no contexto social, contribuindo decisivamente para eventuais mudanças dessas ações na busca constante do aprimoramento. Foi partindo dessa premissa que o objeto dessa pesquisa emergiu no âmbito das discussões travadas nas disciplinas cursadas, no Doutorado Multi-institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento DMMDC-UFBA/UEFS/UNEB, a qual se propôs investigar o conceito expresso de economia criativa nos órgãos de fomento na Bahia, na gestão do Partido dos Trabalhadores - PT.

Foi a partir das instigantes e provocadoras inquietações das disciplinas, orientações e seminários de tese que vivenciamos as diversas etapas na construção desta tese, desenvolvida ao longo dos semestres, num processo dinâmico e cheio

de conflitos cognitivos, desconstruções e reconstruções, necessárias no ato de fazer pesquisa.

A primeira etapa foi o levantamento bibliográfico para a realidade das definições da economia criativa, centrando a nossa problemática no conceito expresso de economia criativa. no material empírico necessário à elaboração de políticas públicas para esse setor. Refletimos sobre essa realidade, à luz de diversos autores e teóricos na temática.

Todo esse referencial ampliou o nosso olhar para a temática em questão e serviu de orientação para a construção das bases teóricas desse projeto de tese, vislumbrando os resultados da pesquisa. Em seguida, procedemos a análise de conteúdo e documental no tocante ao método e à técnica, que possibilitou a análise teórico-empírica. Por fim, socializamos e debatemos, nas orientações e em publicações de artigos, os achados da investigação. Todas essas etapas foram suporte na construção desse texto, com mais propriedade e inteireza.

Esta pesquisa é desenvolvida a partir da metodologia de estudo de caso para investigar a definição de economia criativa nas agências de fomento. São levantados os conceitos expressos de economia criativa, nestas instituições, correlacionando com as tensões existentes entre o Plano Nacional para a promoção da economia criativa.

O caso escolhido é a definição de economia criativa nas agências de fomento do Estado da Bahia. Para a coleta de dados, foram utilizadas as técnicas de análise documental, observação direta nos espaços. A técnica da análise documental, como o nome sugere, refere-se ao estudo de documentos oficiais do Estado que nessa pesquisa é caracterizado como Planos, Decretos, Leis, Editais.

As fontes foram selecionadas de forma a garantir a pertinência aos objetivos da pesquisa. A observação direta consiste no contato pessoal e estreito do pesquisador com o objeto do estudo, permitindo-lhe utilizar seus conhecimentos e experiências como auxiliares no processo de compreensão e interpretação desse objeto.

Com relação às visitas, elas basearam-se na busca de material empírico predefinido, tendo o pesquisador liberdade para nele não abordar algumas questões e incluir outras (LAKATOS; MARCONI, 2005). A escolha do caso fundamentou-se nos seguintes critérios: tema recente no mundo e no Brasil; indefinição acerca do

seu significado; ausência de adequação do termo a nossa realidade e familiaridade do pesquisador com o caso.

A utilização do Método do Estudo de Caso pode envolver tanto situações de estudo de um único caso, quanto situações de estudo de múltiplos casos (YIN, 2001; FACHIN, 2001, MILES e HUBERMAN, 1994). Esse método, estrategicamente, tem por objetivo entender o mecanismo presente em determinados objetos, cuja finalidade é fazer a descrição de um fenômeno.

Segundo Yin (2015), base metodológica dessa pesquisa, o método de estudo de caso se propõe a investigar um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto real, onde os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente percebidos, por meio do uso de múltiplas fontes de evidência: entrevistas, arquivos, documentos, observação etc.

O estudo de caso permite aprofundar e tratar uma multiplicidade de dimensões (MARTINS, 2006). Para Yin (2015) essas dimensões se materializam a partir de três elementos: a elaboração do projeto de pesquisa; a construção de um banco de dados e a triangulação de métodos de coleta e de informações da pesquisa.

O método é empregado quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos inseridos no contexto da vida real. Esse tipo de estudo é considerado apropriado para, além de descrever fenômenos, explorar a situação problema, quando seus resultados são utilizados como pontos de partida para uma pesquisa adicional (YIN, 2015).

A pesquisa fundamentou-se como origem de dados os planos, os decretos, as leis, os editais e registros em arquivos, disponibilizados nas agências de fomento. De forma complementar, ocorrem observações diretas nos documentos e nas instituições visitadas.

A coleta das informações se dá no governo do Partido dos Trabalhadores - PT. A proposta de integrar várias fontes de dados possibilita a realização do processo denominado de triangulação, que visa desenvolver linhas convergentes de investigação e alcançar uma maior confiabilidade do estudo de caso.

Esse processo de triangulação se justifica, uma vez que outros métodos e instrumentos de coletas de dados alicerçarão essa pesquisa. Com vistas a captar,

melhor, o resultado das diversas técnicas utilizadas nessa tese, convém a utilização da técnica de triangulação que tem diversas denominações (MINAYO, 2006).

Portanto, de acordo com esse conceito de triangulação, várias fontes e técnicas de coletas de dados podem ser combinadas, visando produzir um conhecimento mais aprofundado da realidade, conforme será adotado nesta tese.

Partindo do pressuposto de que as atuais formas de vida social, as instituições e os costumes têm origem no passado e é importante pesquisar suas raízes, para compreender sua natureza e função (LAKATOS, 1996, p.106), adotamos, como procedimento, o método histórico para compreendermos o percurso da economia criativa no Brasil.

A Coleta de Dados

Para o desenvolvimento e efetivação dos objetivos desta pesquisa, foram privilegiadas as fontes escritas, oral e documental. Para tanto, elegemos as seguintes agências de fomento: Secretaria da Economia Criativa – SEC; Secretaria da Cultura - SeCult; Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia - Fapesb; Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social - BNDES; Agência de Fomento do Estado da Bahia – Desenbahia e Banco do Nordeste do Brasil – BNB. Nesses órgãos, analisamos os editais e relatórios no período da gestão do Partido dos Trabalhadores – PT na Bahia.

No tocante às Leis e Decretos, o nosso alvo maior, tivemos a Lei Nº 7.743/12 que cria a Secretaria da Economia Criativa na Bahia - SEC; a Lei Nº 15.504/11 que estabelece uma nova configuração do Ministério da Cultura – MinC, instaurando o Plano Brasil Criativo; o Decreto Nº 14.529/13 que institui o grupo de trabalho para a criação do Plano Bahia Criativa, a partir das diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento desse setor na Bahia; a Medida Provisória nº 726 de 12 de maio de 2016 que altera a Lei 10.683 de 28 de maio 2003 e o Plano Pluri Anual – PPA, no que concerne aos recursos reservados para o setor criativo. O diálogo com os documentos dessas instituições foi imprescindível na análise teórico/empírica.

No material empírico buscamos investigar as definições e conceitos, expresso, de economia criativa nas fontes escritas desses órgãos de fomento. Esse material empírico foi constituído de Leis; Decretos; Medidas Provisórias; Editais e Planos. Objetivamos, com base no material empírico, revelar as sutilezas das definições do

nosso objeto de estudo, mapeando, assim, o fomento de políticas públicas para a economia criativa no Estado da Bahia, no governo Jacques Wagner.

A opção de fundamentar, basicamente, a triangulação nas literaturas do projeto Creative Nation (1994), em Howkins (2001), em Caves (2001), em Landry (2001) e em Florida (2002), deve-se ao fato das mesmas, serem a gênese das abordagens conceituais dos estudos da economia criativa. No entanto, o referencial teórico traz diversas outras contribuições conceituais.

As ações ocorreram na seguinte lógica: a) na ambiência das instituições supracitadas, nosso laboratório de pesquisa, no qual os participantes, em interação com o pesquisador, trocaram saberes e experiências, bem como discutiram os rumos das ações/contribuições para as definições e os conceitos expressos de economia criativa nas agências de fomento no Estado da Bahia, na gestão do Partido dos Trabalhadores - PT, buscando a criação de uma definição tropicalizada e b) na ambiência acadêmica com fito de identificação dos aspectos inerentes às concepções epistemológicas da definição/conceito expressa de economia criativa adotado nas agências de fomento no Estado da Bahia e a relevância dessas na vida socioeconômica, sociopolítica, sociocultural e sócioeducacional na difusão conceitual do termo economia criativa.

As etapas a seguir visaram atingir o objetivo dessa pesquisa que foi identificar e comparar as abordagens conceituais, de economia criativa, expressas nos documentos oficiais e na literatura, com vistas a propor, a partir do estudo de caso, uma definição que contemple as características brasileiras. A questão que norteou a tese foi saber como a economia criativa vem sendo tratada enquanto política pública do Brasil e da Bahia. Dessa forma, tivemos as seguintes etapas:

1ª Etapa. Levantamento bibliográfico e estudo documental. O que se pretende é perceber a origem histórica do conceito de economia criativa e sua dimensão internacional. Para tanto, as visitas às bibliotecas, às agências de fomento onde se encontram os documentos oficiais e os planos nacional e estadual de economia criativa têm sido realizadas desde janeiro de 2015. Aqui, foram feitos contatos com instituições nacionais e internacionais que subsidiaram o trabalho, objetivando conseguir o apoio necessário à elaboração e efetivação da pesquisa e delimitação dos conceitos fundamentais utilizados nesta tese.

Uma vez coletados, os dados na fase anterior, lançamos mãos de outro procedimento, o método dedutivo que, de acordo com Lakatos (2005), oportuniza realizar comparações, com a finalidade de verificar similitudes e explicar fenômenos acerca do tema.

A população objeto deste estudo é composta pelas agências de fomento e seus representantes; Plano Nacional de Economia Criativa e o Plano Bahia Criativa. O período analisado será a gestão do Partido dos Trabalhadores – PT, momento em que se inicia o processo de definição do termo economia criativa e as informações foram coletadas nos Planos; Decretos; Leis e nas agências de fomento.

2ª Etapa. Esta etapa compreende a construção do referencial teórico, com vistas a perceber como os autores classificam a economia criativa no Brasil. Aqui a pesquisa bibliográfica é o principal instrumento de coleta de dados.

3ª Etapa. Esta etapa compreende a percepção do conceito, de economia criativa, expresso nas políticas públicas, a partir dos Editais e Planos das seguintes agências de fomento: Secretaria de Economia Criativa – SEC; Secretaria da Cultura – SeCult; Banco do Nordeste do Brasil – BNB; Agência de Desenvolvimento da Bahia – Desenbahia; Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia - FAPESB e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. Cabe salientar que um roteiro de entrevista será utilizado nas comissões.

4ª Etapa. Análise e tratamento dos dados. Nesta etapa, realizamos a análise documental referenciada pelo Plano Nacional de Economia Criativa. O objetivo é fazer uma análise, cotejando palavras chaves, convergências e divergências nos editais das agências de fomento na gestão dos Partidos dos Trabalhadores - PT. Estas análises foram processadas, também, nos resultados uma vez que, utilizamos várias fontes para a coleta de dados: literatura; editais; planos; leis e decretos. Aqui elaboramos quadros, por fontes, com as definições contidas no material empírico e os analisaremos, com vistas a perceber os elementos presentes nessas definições que são fundamentais na elaboração de uma nova definição.

A Organização e a Análise dos Dados.

As estratégias de análise de conteúdo e estudo de caso utilizadas na análise e interpretação dos dados da tese, colhidas nos documentos oficiais do Governo, na literatura fundamentada no projeto Creative Nation (1994) na Austrália, em Howkins

(2001), Caves (2001), Florida (2002), Landry (2001) e suas abordagens nos viabilizou, ao longo do percurso, um processo de construção/reconstrução entre os diversos resultados colhidos, sem comprometer a individualidade e as especificidades de cada processo.

Essa perspectiva vai ao encontro da recomendação de Minayo (2005) nos advertindo que a diversidade de métodos para estudar um mesmo problema, necessariamente, não tem como resultado sua integração, os conflitos são naturais, mesmo quando se procura atuar conjuntamente.

O estudo de caso e a análise de conteúdo, aqui, elaborados tiveram como objetivo evidenciar os principais resultados coincidentes das três fontes secundárias, servindo também, nesta pesquisa, para dar sustentáculo ao método do estudo de caso, conforme o critério da “confiabilidade” postulado por Yin (2015), e também serviu para ressaltar as análises particularizadas de cada uma dessas fontes.

2. ORIGENS HISTÓRICAS DO CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA E SUAS ABORDAGENS

Muito se tem discutido ao longo das últimas décadas, sobre o que seria economia criativa. Assim, destacam-se a partir da literatura, basicamente, quatro abordagens principais que norteiam as discussões: Economia Criativa difundida por Howkins (2001); Indústria criativa a partir das concepções de Caves (2000) e Florida (2002); Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: Howkins (2001) e abarcada pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD (2005) e Cidades e a espaços criativos definidos por Landry (2001).

No Brasil muitos pesquisadores e instituições, a partir de 2004, com a realização da XI Conferência das Nações Unidas – UNCTAD em São Paulo, contribuíram para o debate acerca do potencial da economia criativa na cultura brasileira e, para alguns deles, Miguez (2006), Silva (2001), Lima (2009); Rubim (2000), Leitão (2009) a economia criativa é uma expansão da indústria cultural. Já para outros, Reis (2010), Deheinzelin (2012), Jaguaripe (2006) e Madeira (2014), a economia criativa têm características próprias.

Contudo, para melhor compreensão do tema, precisamos percorrer caminhos que nos levarão à questões relacionadas tanto à economia criativa, quanto à indústria criativa. Referimo-nos à criatividade, às práticas econômicas, à propriedade intelectual e, por fim, às abordagens para a definição da economia criativa.

2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE ÀS PRÁTICAS ECONÔMICAS

A criatividade começa com a numerologia, ou seja, símbolos. Estes podem ser naturais, artificiais ou místicos. Na era pré-histórica, a criatividade era usada socialmente com o cunho informativo e preventivo. Assim, os símbolos naturais foram os primeiros a serem usados pelo homem, pois não requeriam reflexão e sim observação (Lews, 2001). Diante disso depreendemos que

Embora as origens da criatividade estejam associadas à evolução humana, os efeitos dessa habilidade de pensar e gerar coisas novas são motores do desenvolvimento, sobretudo quanto mais organizados e complexos forem os sistemas econômicos. Subjaz ao recente discurso da criatividade uma preocupação econômica central: a transformação de significados (núcleo da cultura) em propriedade intelectual, isto é, em produto comercializável (Madeira, 2014, p.52).

A grande questão, economicamente falando, da criatividade é a finalidade a qual a mesma se propõe. Para Howkin (2001), criador do primeiro conceito e do termo economia criativa, criatividade é a capacidade de gerar algo novo e, segundo ele, existem dois tipos: aquela que está relacionada à realização do indivíduo (privada e pessoal) e a que gera um novo produto. Merece menção o fato do primeiro tipo não depender do segundo, mas o segundo depende, obrigatoriamente, do primeiro.

Precisamos compreender que criatividade e inovação são coisas distintas e independentes no processo criativo como bem se afirma que

A criatividade pode ser definida também como o processo pelo qual as ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas e produtos tangíveis ou intangíveis que possuem valor; Ou seja, criatividade é o uso de ideias para produzir novas ideias (kon, 2015, p.160).

Para enriquecimento da discussão dessa análise é preciso compreender a concepção de criatividade, tendo em vista que essa compreensão é condição necessária à análise da economia criativa e suas inter-relações com as demais áreas do saber, a exemplo das teorias filosóficas e das teorias psicológicas. As informações do quadro 1 explica as concepções de criatividade e seus referidos defensores.

Quadro 1: Formas de conceituar a criação por autores e anos

AUTORES E ANO	CONCEITOS DE CRIATIVIDADE
Ghisselin (1952)	Processo de mudança, de desenvolvimento, de evolução, na organização da vida subjetiva.
Fliegler (1959)	Manipulamos símbolos ou objetos externos para produzir um evento incomum para nós ou para nossos meios.

Quadro 1: Formas de conceituar a criação por autores e anos

AUTORES E ANO	CONCEITOS DE CRIATIVIDADE
Suchman (1981)	o termo pensamento criativo tem duas características fundamentais, a saber: é autônomo e é dirigido para a produção de uma nova forma.
Stein (1974)	É o processo que resulta em um produto novo, que é aceito como útil, e/ou satisfatório por um número significativo de pessoas em algum ponto no tempo.
Anderson (1965)	“representa a emergência de algo único e original.”
Torrance (1965)	é o processo de se tornar sensíveis a problemas, deficiências, lacunas no conhecimento, desarmonia; identificar a dificuldade, buscar soluções, formulando hipóteses a respeito das deficiências.
Amabile (1983)	“na medida em que a) são novos e apropriados, úteis ou de valor para uma tarefa e b) a tarefa é heurística e não algorística.”

Fonte: Criatividade uma arquitetura cognitiva. B. Souza. Florianópolis, 2001, pg. 11 e 12

Analisando os conceitos de criatividade dos autores do quadro 1, na perspectiva, a economia criativa, percebemos que todos se aproximam da relação entre criatividade e finalidade específica. O termo Economia Criativa foi publicado, inicialmente, pelo consultor inglês John Howkins em 2001 em seu livro “Economia Criativa: como as pessoas fazem dinheiro com ideias”. Segundo o autor, economia criativa se assenta sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia.

Assim, a ideia, a inovação, o designer, a criatividade e a imaginação representam o universo da “Economia Criativa” onde a criatividade representa a geração de ideias, visando identificar oportunidades de mercado; a inovação, como as ideias são traduzidas em produto e o designer, como a criatividade é aplicada a um fim específico. Para Marzano (2010) a criatividade é a massa bruta da inovação.

Coadunando com essa percepção Caves (1999) apud Souza (2001) salienta que a criatividade é a tradução dos talentos humanos para uma realidade exterior que seja nova e útil, dentro de um contexto individual, social e cultural. Essa tradução pode-se fazer, basicamente, de duas formas. A primeira é a habilidade de recombinar objetos já existentes para novos propósitos. A segunda “brincar” com a forma com que as coisas estão inter-relacionadas.

Outra perspectiva se baseia nas dimensões que envolvem a noção de criatividade,

(...) pode-se notar que uma das principais dimensões presentes nas mais diversas definições de criatividade propostas até o momento diz respeito ao fato de que criatividade implica emergência de um produto novo, seja uma ideia ou invenção original, seja a reelaboração e aperfeiçoamento de produtos ou ideias já existentes. Também presente em muitas das definições propostas é o fator relevância, ou seja, não basta que a resposta seja nova; é também necessário que ela seja apropriada a uma dada situação (Alencar, 1993, p.15)

Buscando ampliar a discussão, Kneller (1978) evidencia quatro dimensões entendidas como:

As definições corretas de criatividade pertencem a quatro categorias, ao que parece. Ela pode ser considerada do ponto de vista da pessoa que cria, isto é, em termos de fisiologia e temperamento, inclusive atitudes pessoais, hábitos e valores. Pode também ser explanada por meio dos processos mentais – motivação, percepção, aprendizado, pensamento e comunicação – que o ato de criar mobiliza. Uma terceira definição focaliza influências ambientais e culturais. Finalmente, a criatividade pode ser entendida em função de seus produtos, como teorias, invenções, pinturas, esculturas e poemas.

Diante dessas concepções entendemos que a criatividade, e consequentemente a economia criativa, são fenômenos complexos sobre o qual existe pouco consenso, no que concerne tanto às teorias quanto as dimensões mais relevantes para a sua análise. Some-se a essa reflexão o fato do termo, economia criativa, ser oriundo da indústria criativa, na perspectiva da indústria cultural, sendo a cultura dotada de extrema polissemia conceitual.

Essa polissemia conceitual é justificada a partir do momento em que a criatividade esteve presente ao longo de toda a história da humanidade, embora, sem a preocupação de instituí-la enquanto paradigma de desenvolvimento. A esse respeito temos que

[...] Nada disso é totalmente novo; é claro que as pessoas se dedicam a atividades criativas desde a Antiguidade, o que não raro levou a resultados extraordinários. A diferença é que hoje essas atividades estão se tornando predominantes. Prova disso é a construção de toda uma infraestrutura econômica em torno delas. Empreendimentos científicos e artísticos, por exemplo, agora representam setores econômicos autônomos, cuja relação encetou o surgimento de outros setores ainda mais recentes. A expansão conjunta da inovação tecnológica e trabalho de conteúdo criativo é cada vez mais a força motriz do crescimento econômico [...] (FLORIDA, 2011, p.44)

A discussão e mensuração da economia da criatividade, entendendo criatividade como produto da criação, passa pela compreensão da propriedade intelectual. Essa propriedade intelectual, segundo Paesane (2012), divide-se em: direitos autorais; direitos morais e patrimoniais; propriedade industrial: patentes - invenções e modelos de utilidades -, registro – desenho industrial, signos distintivos; direitos intelectuais sui generis: software, topografia dos circuitos integrados, cultivares.

Quando discutimos, ou correlacionamos, cultura e criatividade, entendemos que o hábito se faz presente e é a partir desse hábito que a cultura transversaliza a economia criativa, pois

Os hábitos, por si sós, não podem explicar a evolução. São, por sua própria natureza, conservadores. Respondem pela repetição, mas não pela criatividade. A evolução deve envolver uma combinação desses dois processos: por meio de criatividade, surgem novos padrões de organizações; aqueles que subsistem e são repetidos tornam-se cada vez mais habituais. Alguns padrões novos são favorecidos pela seleção natural e outros não. A criatividade é um mistério exatamente porque envolve o aparecimento de padrões que nunca existiram antes. A nossa maneira usual de explicar as coisas é pelas causas preexistentes: a causa, de alguma forma, contém o efeito; o efeito é resultante da causa. Quando aplicamos esse raciocínio à criação de uma nova forma de vida, uma nova obra de arte ou uma nova ideia, inferimos que o novo padrão de organização já estava presente: era uma possibilidade latente. (SHELDRAKE, 2014, p.114)

É nesse emaranhado de definições polissêmicas que a economia criativa urge por uma definição capaz de contemplar a diversidade cultural e as principais abordagens conceituais que a cerca. Para além da percepção da definição de criatividade, ou processo criativo, sentimos a necessidade de uma contextualização sobre as teorias filosóficas e psicológicas. Os dados do quadro 2 dão conta dessas teorias.

Quadro 2: Teorias filosóficas e psicológicas da criatividade e seus precursores

TEORIAS			
FILOSÓFICA	PRECURSORES	PSICOLÓGICA	PRECURSOR
Criatividade como inspiração divina	Platão	Associacionismo	John Locke
Criatividade como	Platão	Teoria da Gestalt	Wertheimer

Quadro 2: Teorias filosóficas e psicológicas da criatividade e seus precursores

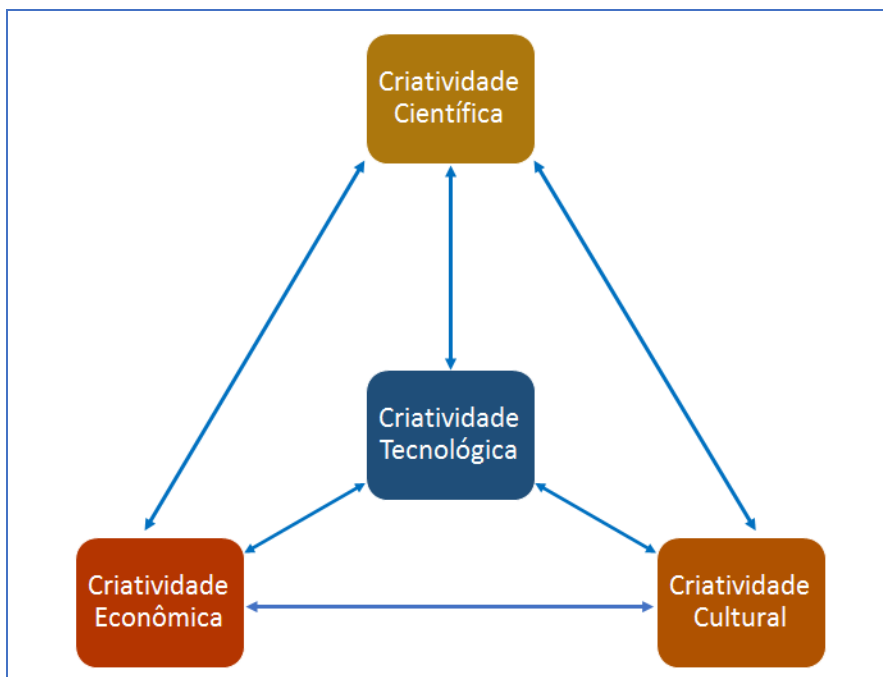
TEORIAS			
loucura			
Criatividade como gênio intuitivo	Kant	Teoria Psicanalítica	Freud
Criatividade como força vital	Sinnot	Psicologia humanista	Maslow, Rollo May, Carl Roger

Fonte: Dados da própria pesquisa e fonte de vários autores

Os dados do quadro 2, referente à questão filosófica, relacionando com a definição de economia criativa (HOWKIN, 2001) suscita o gênio criativo de Kant voltado para o empreendedorismo. Assim, nos permitimos afirmar que para compreender a concepção de criação para a economia e para dar-lhe sentido, faz-se necessário entender a economia criativa num cenário social, cultural e político. Isso posto, a criatividade traz consigo a história vivida por seus agentes, seus traços de cultura, seus pensamentos, competências, habilidades e vivências, adquiridas, ao longo dos percursos evolutivos da sociedade.

É preciso ainda, refletir que o fato de mensurar a economia da criatividade não implica em utilizar a indústria cultural em pró do capitalismo tradicional ou a defesa dele. Implica, sim, em buscar uma nova definição que leve em consideração, a indústria criativa ou cultural, como parte da economia criativa e não ao contrário. Não é objetivo, dessa tese, aprofundar as discussões sobre a cultura enquanto entretenimento, apenas. Interessa-nos correlaciona-la à dependência que se estabeleceu com a economia criativa.

As informações contidas na figura 1 nos dá a dimensão da criatividade na perspectiva atual. Percebemos que a criatividade possui quatro direcionamentos: científico, econômico, tecnológico e cultural.

FIGURA 1 – Criatividade na economia atual

Fonte: KEA European Affairs (2006:42)

Os dados da referida ilustração evidenciam, também, a importância da criatividade tecnológica na mediação dos demais tipos de criatividades. A tecnologia, alavanca todo o processo e não deve ser entendida, apenas, como automação dos processos produtivos, visto que representa mudança na forma de produzir. Isto posto, a economia criativa é uma tecnologia.

A partir da definição de economia, indústria e criatividade, pode-se elaborar um conceito para a economia brasileira, tomando como foco a indústria, como segmento da economia, geradora de emprego e promotora de desenvolvimento, independente do segmento. É possível afirmar

Que economia criativa seja, na verdade, a representação de um sistema composto pelas indústrias e pelos segmentos classificados como “criativos”, em prol da contribuição para geração de trocas, de riqueza e de bem-estar. (Pavanelli, 2012, p.12)

É nessa perspectiva que vislumbramos o repensar dos conceitos de economia criativa para o Brasil e a Bahia, em que o grande desafio do Poder Executivo, segundo Leitão (2000) é o de considerar a cultura como eixo estratégico de desenvolvimento, assim como a diversidade cultural, a inclusão social, a inovação e a sustentabilidade como seus princípios fundamentais.

Contudo, precisamos verificar como se deram as práticas econômicas, segundo alguns clássicos da teoria econômica, e sua relação com o tema aqui discutido. No âmbito econômico, podemos assinalar o percurso histórico a partir da concepção de que

“A história começa talvez há 500.000 anos, talvez há 250.000 anos, surgindo o homem como animal raro e coletor, que vivia como qualquer outro animal carnívoro, parasitariamente, alimentando-se de qualquer coisa que a Natureza lhe pudesse oferecer. A economia coletora, correspondendo àquilo que Morgan chamou de selvajaria, constituiu a única fonte de sobrevivência para a sociedade humana, durante cerca de 98% da permanência do homem neste planeta, por todo o período que os arqueólogos chama de Idade Paleolítica, Primeira Idade da Pedra; ou Idade da Pedra Lascada e que os Geólogos chamam de período pleistoceno” (Childe, 1966, pg, 26)

Ao longo de toda a história econômica, podemos dizer que todas as práticas econômicas, escolas e teorias que se debruçaram sobre tema economia, tinham como objetivo principal, explicar como a renda era gerada e distribuída na sociedade. Faremos uma breve contextualização, a partir da Idade Média, com o objetivo de perceber como, (e se) foi formado o pensamento econômico criativo.

Modo de produção representa, em linhas gerais, a relação dos meios de produção em determinada época e a utilização dos mesmos para a produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Merece menção as práticas dos modos de produção pré-capitalistas: primitivo, agrícola, comercial, escravista e feudalismo europeu. A criatividade econômica e a noção da propriedade privada e intelectual ao longo do seu desenvolvimento, foram representadas pelo regime comunitário primitivo.

O modo de produção primitivo, por exemplo, tinha como características básicas ser nômade, inexistência da noção de propriedade privada e ser dominado pela natureza. Significa dizer que não havia uma criatividade intencional voltada para a produtividade e criação de excedente, o que se buscava era a sobrevivência. No modo agrícola, surge o sedentarismo, a noção de propriedade privada, a divisão da sociedade em classes, a partir dos clãs e o surgimento do Estado. Neste modo de produção, a criatividade, a partir da criação de instrumentos que eram de pedra e osso, sendo agora de ferro, é direcionada para atender às necessidades coletivas e aumento da produção e distribuição. A passagem para o modo de produção comercial foi marcada pela especialização das trocas, advinda da melhoria técnica

da forma de produzir, gerando um excedente que deixa de ser trocado e passa a ser comercializado.

O feudalismo europeu, última fase pré-capitalista, foi marcado pelo retrocesso com a invasão dos “Bárbaros”, obrigando o comerciante a refugiar-se nas localidades distantes dos grandes centros, buscando novas formas de sobrevivência a partir da criatividade: os feudos. Esses feudos eram pedaços de terras alugados em troca de um percentual da produção gerada nesses espaços, onde podemos identificar a forma criativa da capacidade da propriedade privada, gerar renda, emprego e bem de consumo. Assim, vamos ao encontro da concepção de que até no Feudalismo tínhamos a economia natural que representa,

Forma de organização econômica em que os bens produzidos se destinam à satisfação das necessidades dos próprios produtores, raramente havendo um excedente. Representa, portanto, uma economia de auto-suficiência, ao contrário da economia de subsistência, que tem algum caráter mercantil. A economia natural foi característica dos sistemas econômicos pré-capitalistas, como as comunidades tribais, o escravismo patriarcal e o feudalismo. Só nos casos de comunidades completamente isoladas, contudo, é que a economia natural chega a ser caracterizada. Na sociedade capitalista contemporânea, a economia natural subsiste apenas como forma residual. (Sandrony, 1999, p.191.)

Segundo Hugon (1989), a idade média reconhece a plena dignidade do trabalho humano onde a ociosidade é formalmente condenada, exaltando-se o trabalho, tanto manual quanto intelectual,

A Idade Média, diretamente inspirada na distinção feita por Aristóteles em duas crematísticas, diferencia dois grupos de atividades: a) compreende o primeiro todas aquelas nas quais o trabalho é aplicado à produção de riqueza diretamente utilizada pelo homem – artes possessiva e vela aquisitiva – e, pois, são louvadas sem restrição. Os trabalhos agrícolas, tal como na Antiguidade, são particularmente, apreciados; a seguir vêm os trabalhos industriais e os de administração; b) o segundo grupo é o daquelas nas quais o trabalho se aplica à obtenção de riquezas “artificiais” – artes pecuniativa – e, portanto, são admitidas com reserva. Há um preconceito contra essas atividades, pois o manuseio do dinheiro, que as caracteriza, as predispõe, mais do que as do primeiro grupo, à especulação e à busca do lucro excessivo. (Hugon, 1989, p. 50-58)

Os autores da história do pensamento econômico concordam ao afirmar que o mercantilismo foi a tríplice transformação ocorrida na Europa no período de 1450 a 1750 e fundamentou-se nas transformações:

- Econômicas, representadas pelas grandes navegações, para descobertas de novos mundos e, conseqüentemente, metais preciosos. Aqui a base para a geração da renda era o superávit da balança comercial: exportação superior à importação. Cabe acrescentar, nesta fase, a origem da noção de inflação monetária originária do acúmulo de metais preciosos, em determinadas localidades;

- Culturais, percebida a partir da utilização das diversas manifestações artísticas para mostrar a situação desastrosa pelo qual passava a Europa: superpopulação e processo hiperinflacionário, fruto do grande afluxo de metais preciosos. Assim, poetas, pintores, escultores (MiguelAngelo e Donatelo), artistas, trovadores e demais intelectuais da época, utilizaram-se de seus dotes artísticos para evidenciar a realidade econômica e social da Europa, em contraposição ao existencialismo. Segundo Souza (2001), a teoria filosófica da criatividade, como gênio intuitivo, advém desse período considerado o fim do renascimento; e

- Política, capitaneada pelas decisões sempre conjuntas, tomadas, pelo poder local, em consequência dos impactos das transformações anteriores. Em linhas gerais, o Mercantilismo simbolizou a prática econômica da Idade Moderna e é marcado, sobretudo, pela intervenção do Estado na economia. A base de riqueza do mercantilismo foi a quantidade de metais estocados. Essa prática levou, aproximadamente, três séculos na Europa e, a partir de 1776, dará lugar às ideias liberais preconizadas por Adam Smith (Hunter, 1989).

Posterior ao mercantilismo, a Escola Fisiocrática foi considerada a primeira escola científica de economia. Criada e defendida por Dr. Quesnay (1694-1774), essa escola tem como pilares fundamentais: a ordem natural e a ordem providencial. Natural, no sentido de ser regido pela natureza e providencial por ser regido por uma força intrínseca, denominada de “mão invisível”.

No ano de 1776, Adam Smith, lança as bases para o entendimento da economia, enquanto ciência (atrelando escassez de recursos a desejos ilimitados), indo ao encontro da fisiocracia no tocante ao fator trabalho como gerador e distribuidor de renda, porém, sem considerar a produção agrícola como elemento fundante. Merece destaque o fato dos fatores de produção, tanto pré-capitalistas, escola clássica, mercantilismo, quanto na fisiocracia, constituir-se em terra, capital e trabalho. Passando ao largo do fator de produção criatividade. Coube a Smith consolidar a Escola Clássica com os seguintes pressupostos:

- Atua sobre o regime de concorrência perfeita e no âmbito microeconômico;
- Não há barreiras à entrada;
- Funciona no *laissez-faire, laissez-passer*. Deixai fazer, deixa passar que a economia deve funcionar livremente, representando a mão invisível do progresso capitalista;
- Produto homogêneo. Análise da cadeia produtiva por produto;
- Tecnologia dada. Todos são dotados da mesma tecnologia para a produção de mercadorias;
- Não há riscos. Fruto de serem dotados da mesma tecnologia;
- Lei de Say. Toda oferta cria sua própria demanda, representando dinheiro em constante circulação, não concebendo o entesouramento.

Após a criação da escola clássica, por Smith (1776), outros pensadores agregaram-se a esse novo paradigma (liberalismo clássico) para darem suas contribuições, respeitando e seguindo à risca suas bases fundamentais: liberalismo clássico e ausência do Estado na economia. Cabe salientar que a escola clássica visava o estudo da microeconomia que estuda os comportamentos individuais. Os pensadores foram:

1. Adam Smith, com a teoria do fator trabalho, enquanto gerador e distribuidor de renda. Coube a Smith, o desenvolvimento das especificações do valor das mercadorias no capitalismo: teoria do valor de uso, que não é mensurado monetariamente e a teoria do valor de troca, que é, e deve ser, mensurado monetariamente pois quanto maior o valor agregado dessa mercadoria, maior será o seu valor. A obra base desse autor é “A Riqueza das Nações”, em 1776;

2. David Ricardo (1817), com a teoria da renda, especificando a lei das vantagens absolutas e das vantagens relativas, estabelece que algumas nações são abundantes em determinados recursos, produtos ou técnicas (vantagem absoluta) e a especialização dessas vantagens absolutas para a exportação, constitui-se em vantagem relativa. As obras base dessa teoria são “*Principles of Political Economy and Taxation*” e Teoria da Renda; Esse teórico muito contribuiu para a economia internacional e, conseqüentemente, para a globalização com a teoria das vantagens absoluta e relativa.

3. Joseph Tomas Malthus (1798), com a teoria da população, defendeu que a produção da terra crescia em Progressão Aritmética (PA), enquanto que a população crescia em Progressão Geométrica (PG), justificando o problema econômico, a partir do aumento populacional. Merece menção o fato de não se considerar a criatividade e o avanço tecnológico no equilíbrio entre a produção e a população. As obras base dessa teoria são “*The Principles of Political Economy*” e “*Essay On The Principles of Population*”;

4. Stuart Mill (1848), com a teoria da justiça social, fundamentado no socialismo utópico (onde os detentores dos meios de produção por livre e espontânea vontade abrirão mão dos mesmos em prol da coletividade, com característica espiritualista e voluntária) e científico (onde as transformações só ocorrerão por meio de lutas e enfrentamentos), para resolver as questões sociais e econômicas da época. A obra fundamental a essa teoria é a equidade social;

5. Karl Marx (1836), no primeiro momento, este autor aproxima-se da teoria clássica, notadamente, a partir das concepções de Mill sobre a questão socialista em contraposição ao capitalismo industrial instalado na Inglaterra. A concepção econômica do marxismo é respaldada na lógica da exploração econômica (trabalho e valor dos produtos) e social (apropriação da mais-valia pelos trabalhadores). O materialismo histórico de Marx, reduz todos os acontecimentos da humanidade à questão econômica ao dizer que: “A história da humanidade se resume na história da luta de classes. As obras base à teoria marxista são o Manifesto do Partido Comunista (Engels e Mark) e O Capital (Karl Marx).

Merece destaque Marx não se debruçar na intangibilidade dos bens, sua mensuração e sua comercialização. Porém, de acordo com a sua teoria, na discussão da infraestrutura e superestrutura, ele salienta que a primeira representa as forças de trabalho, as relações de produção e divisão do trabalho. Já a segunda, superestrutura, implica na cultura, nas instituições e no Estado.

A cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. (ADORNO; HORKHEIMER,1985, p.151).

Contudo, o “fetichismo” da mercadoria que representa a ocultação da relação social e exploração do trabalho, nos dá brecha de que o produto criativo é uma mercadoria como outra qualquer, no capitalismo.

Dessa forma, a economia clássica era o paradigma de desenvolvimento que imperava e o seu liberalismo foi questionado por um de seus discípulos: Sismonde de Sismondi (1801). Para Sismondi, as concepções liberais levavam, no plano social, à indiferença e no plano econômico, à superprodução geral, levando à necessidade da intervenção social do Estado. Com essa perspectiva da presença do Estado, Sismondi afasta-se da concepção clássica e passa a criticá-la severamente.

Vale o registro de que as discussões econômicas no paradigma clássico foram fortemente influenciadas pelas questões industriais e suas transformações: do capitalismo comercial (primeira revolução industrial) até a economia criativa ou do conhecimento (terceira revolução industrial). Por se tratar de concorrência perfeita, a propriedade intelectual, na figura da patente, não fazia parte do sustentáculo teórico do liberalismo. Indústria, na teoria clássica, representa a junção de todas as empresas e seus processos produtivos. Os dados do quadro 3 dão conta dessas transformações.

Quadro 3 - Transformações ocorridas no modo de produção capitalista.

CAPITALISMOS			
COMERCIAL SEC. XV ao XVI	INDUSTRIAL SEC. XVII ao XIX	FINANCEIRO SEC. XX ao XXI	CRIATIVO* XXI a ...
Colônia	Colônia e/ou países emergentes	Países emergentes:	Países emergentes desenvolvidos:
Extração de produtos primários, trabalho escravo e especiarias.	Fornecimento de matérias-primas e produtos primários (agrícolas e minerais).	Produtos industrializados e matérias-primas.	Produtos criativos patenteados.
Metrópole	Metrópoles e/ou países desenvolvidos	Países desenvolvidos	Países desenvolvidos
Produção e exportação de produtos manufaturados.	Transformação da matéria-prima em produtos industrializados.	Produtos industrializados, altas tecnologias e investimentos.	Produtos criativos patenteados.

Fonte: www.brasilecola.uol.com.br/divisao_internacional_do_trabalho.

Nota: * perspectiva da tese.

O paradigma clássico vigorou até a crise de 1929, quebra da bolsa de Nova York, quando é colocado em “cheque” por não apresentar soluções para os problemas econômicos da época, a exemplo de desemprego, inflação, questões salariais, dentre outros. É nessa ambiência que John Maynard Keynes (1932) publica o artigo: “*The treatise of Money*”, onde defendia a necessidade de um órgão regulado na economia, em substituição à liberdade de mercado: intervenção estatal em face ao liberalismo.

Nesse estudo Keynes tenta mostrar como a renda é gerada a partir de variáveis macroeconômicas que são: renda, taxa de juros, investimento e consumo. Esse estudo não teve a devida repercussão e foi retomado em 1936 com a publicação do livro intitulado: Teoria geral do emprego, dos juros e da moeda, passando a ser o marco teórico da macroeconomia.

Nesse marco teórico, Keynes faz a correlação entre renda (R), consumo (C), investimento (I), poupança (S) e taxas de juros (r), sintetizados dessa forma: $R = I + C + S$. O objetivo do autor é mostrar que ao aumentar ou diminuir a taxa de juros (r), haverá impacto em todas as variáveis. Cabe ao Estado estabelecer esta taxa. Ao discutir a demanda global (DG) ele estabelece a relação entre os agregados: consumo (C), investimento (I), gastos do Governo (G) e balança comercial (BC), sinalizando com a equação $DG = C + I + G + BC$ (exportação menos a importação).

Keynes foi o teórico econômico que mais se aproximou da economia do intangível, chegando a escrever um artigo sobre cultura: *The art and the State* (A arte e o Estado), em 1936. Criou e dirigiu *The Council of the Great Britain* (o Conselho Britânico de Artes) e dirigiu *The Arts and Council for The encouragment of music and the Arts – CEMA* (Conselho Promotor de música e artes), momento em que buscou apoiar a divulgação da cultura com um modesto fundo financeiro (Wood, 1994). Segundo Keynes, o teatro, a sala de concerto e o museu constituiriam a um componente dinâmico da educação.

Keynes, responsável pela institucionalização do Estado na economia, é considerado o criador da macroeconomia, que estuda o resultado agregado dos vários comportamentos individuais. Segundo este autor, o Estado deveria escalonar investimentos no campo das artes, a partir de seus impactos, estimulando a criatividade e a cultura. É a partir dele que o conceito de economia passou a ser a ciência que consiste na análise da produção, distribuição e consumo de bens e

serviços. Contudo, sem considerar bens e serviços intangíveis, hoje, considerado o setor quaternário da economia.

Coube a Keynes o desenvolvimento do conceito de Eficiência Marginal do Capital que fundamenta a sua teoria. Em linhas gerais, esta eficiência representa a margem de rendimento sobre o custo, ou rentabilidade, de um bem de capital. Ao nos reportarmos para os tipos de capital, hoje existentes, percebemos que não foi considerado (significativamente) o capital social, o capital humano, o capital cultural e o capital institucional ou estrutural que na contemporaneidade formam a base do capital criativo.

2.1.1. Considerações Preliminares da Contextualização da Criatividade as Práticas Econômicas

A evolução dos modos de produção pré-capitalista ao capitalismo, nos leva a percepção de que a propriedade seja intelectual, ou não é inerente ao modo de produção capitalista, fundamentado na produção de mercadoria, sem levar em consideração o processo de criatividade nela envolvida.

Os dados do quadro 3, referentes a evolução desses modos de produção, deram origem ao que hoje denominamos de transição do modo de produção industrial (fordista), para um modo de produção (pós-fordista), baseado no intangível que vem recebendo várias denominações e se adequando às novas realidades do novo capitalismo: Economia da informação (Greenwald e Stiglitz, 1986); Economia do conhecimento (Draker, 1990); nova economia (Mendel, 1996); capitalismo cognitivo, capitalismo cognitivo-cultural ou economia cognitivo-cultural (Boutang, Deleuze e Guatari, 1980); indústria criativa (DCMS, 1994); Economia da Criatividade (Shepard, 2000); Economia criativa (Howkin, 2001); economia laranja (Buitrago e Duque, 2013) dentre outros. O que fica evidente, nos dias atuais, em comparação aos modos de produção anteriores, é que a tecnologia mudou o capitalismo.

Para sinalizar essa nova realidade, observamos que,

é claro que as pessoas se dedicam a atividades criativas desde a antiguidade, o que não raro levou a resultados extraordinários. A diferença é que hoje essas atividades estão se tornando predominantes. Prova disso é a construção de toda uma

infraestrutura econômica em torno delas. Empreendimentos científicos e artísticos, por exemplo, agora representam setores econômicos autônomos, cuja relação encetou o surgimento de outros setores ainda mais recentes. A expansão conjunta de inovação tecnológica e trabalho de conteúdo criativo é cada vez mais a força motriz do crescimento econômico (Florida, 2011, p.44).

O que antes representou, na revolução industrial, sucessivas mudanças na forma de produzir, na contemporaneidade, representa sucessivas mudanças na forma de criar e introduzir novas tecnologias nas diversas realidades culturais. E nessa perspectiva admitimos nessa tese que

Tecnologia consiste em “um processo criativo através do qual o ser humano utiliza-se de recursos materiais e imateriais, ou os cria através do que está disponível na natureza e no seu contexto vivencial, a fim de encontrar respostas para os problemas de seu contexto superando-os” (LIMA JR, 2005, p. 15).

As indústrias se (re) inventaram, ao longo dos anos, graças às novas tecnologias de informação, provocando uma nova concepção de cultura organizacional. Esta cultura organizacional precisa ser redimensionada nos âmbitos das indústrias criativas e das indústrias culturais, para atingir o objetivo que se deseja: sustentabilidade, geração de emprego, inclusão social e geração de renda.

A discussão da economia criativa em sua gênese, a partir da definição de Howkins, implica em trazer para o campo educacional e econômico, a reflexão de como o capital criativo pode ser eficiente, marginalmente, na geração de renda, na criação de empregos e na inclusão social. Todos esses elementos devem ser quantificados ou classificados, a partir da propriedade intelectual. Dessa forma, analisaremos a seguir, como se deu a evolução da criatividade na perspectiva da propriedade intelectual.

2.2. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Segundo Prager (1944) no ano de 1332 corporações que lideravam os ramos da construção naval, da confecção de vidro e da impressão de livros, na república de Veneza, foram precursoras na criação de um sistema legal de privilégios, com registros de incentivos a inventores.

Um dos grandes debates acerca da economia criativa, gira em torno do regime de propriedade intelectual. Essa propriedade está atrelada à concepção ocidental

fundamentada na escassez, configurando-se no sistema econômico que perdurou durante muitos anos

A regulação dos bens materiais e tangíveis, por meio de um regime de propriedade, é o alicerce sobre o qual se erigiu o sistema econômico ocidental. A noção de escassez é o que fundamenta toda a teoria econômica, partindo do princípio de que a utilização de algo tangível por alguém exclui o outro de o utilizar, o que levaria a sociedade a se organizar de forma a racionalizar os recursos. É assim que a propriedade privada delimita o acesso aos bens. A exclusão ditada pela escassez serve, assim, para fundamentar os princípios de liberdade e igualdade ditada pelo acesso aos bens materiais. (SOLAGNA, MORAES, 2010, P.96).

Na contemporaneidade, a partir de Keynes, os manuais de economia trazem o conceito de que economia é a ciência que estuda os processos de produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Ao buscar elementos de economia criativa e propriedade intelectual, nas escolas econômicas, merece destaque, como bem afirma que

A “constitucionalização” da propriedade intelectual é um fenômeno antigo que vem se consolidando em diversos países. A constituição pioneira foi a dos Estados Unidos, que, desde a sua adoção em 1788, estabelece que, para promover o progresso das ciências e das artes, o congresso pode conceder aos autores e inventores direitos exclusivos sobre seus escritos e descobertas (Santos 2007,p.11-12).

Pode-se intuir que o liberalismo clássico precisou de um mecanismo de regulação das novas invenções que assegurasse o direito da criatividade voltada para resolver problemas: a propriedade intelectual. É fato que a escola clássica, por funcionar na estrutura de mercado de uma concorrência perfeita, pouco contribuiria para a discussão da mercadoria intangível, a menos que gerasse um produto.

Os dados do quadro (4) sintético das práticas econômicas, abaixo, evidenciam a sensibilidade das principais escolas econômicas sobre a economia criativa e neles podemos perceber que a propriedade privada e intelectual se fez presente desde a era mercantilista. Vale ressaltar que essa percepção foi resultado de um processo evolutivo.

Quadro 4 - Síntese da percepção economia criativa e propriedade intelectual nas práticas econômicas da era pré-capitalista a 1936 fatos selecionados

PERÍODOS	PERCEPÇÃO ECONOMIA CRIATIVA E PROPRIEDADE INTELECTUAL
Pré-capitalista: primitivo; agrícola e comercial.	Evolui do primitivismo à noção de propriedade privada graças à criação de instrumentos transformadores da terra, adquirindo a noção de propriedades privadas fruto das benfeitorias locais. Na Idade Média as associações de artesãos já se apropriavam das técnicas e produção conjuntas.
Pré-capitalista: feudalismo europeu.	Caracterizada como economia natural, objetivando a sobrevivência e a manutenção dos meios de produção. As associações de artesãos já se apropriavam das técnicas e produção conjuntas.
Mercantilismo: transformação econômica, cultural e política.	A arte é usada como mecanismo de transformação do sujeito e sem a perspectiva financeira.
Escola Fisiocrática	A ordem natural e a ordem providencial parte da noção da criatividade única, atuando sobre fenômeno econômico.
Escola Clássica: Smith, Ricardo, Malthus e Mill.	A regulação do mercado e a criação de patentes era considerada irracional para Smith (1776). Ricardo adiciona, às vantagens individuais de Smith, a vantagem comparativa, contribuindo para a divisão internacional do trabalho – DIT e a criação de commodities.
Karl Marx	Para Marx, o produtor tem o poder sobrenatural que aparece no fetiche da mercadoria e se materializa através do aparato midiático que leva o consumidor a consumir. Marx era contra os mecanismos de dominação no capitalismo e a instituição da propriedade intelectual era um dele.
Keynes	Keynes e Smith sinalizaram com a existência de recursos advindos das artes. Keynes chegou a presidir o instituto de artes e era um exímio colecionador. Percebia, apenas, os recursos financeiros movimentados nesse setor.

Fonte: dados da própria pesquisa de diversos autores.

A definição de economia criativa na perspectiva, de sua gênese, econômica está atrelada fundamentalmente a uma discussão sobre a propriedade intelectual. Segundo Paesani (2012)

Com a Revolução Francesa, de 1789, duas espécies de criação foram contempladas: a) A criação do autor no campo das artes (Direito do Autor); e b) a criação do autor no campo da indústria (Direito do Inventor). Embora, ambos, originárias do campo intelectual, observa-se diferenças, na arte produz-se efeitos na mente e na sensibilidade das pessoas e se destaca pela

originalidade. Na indústria produz-se efeito no mundo material pela novidade (ideia nova), utilidade e pela possibilidade de sua reprodução. (PAESANI, 2012 apud SILVEIRA, 2011, p.1).

Os dados do quadro 5, a seguir, dão conta da evolução da propriedade intelectual. Neles podemos perceber os acontecimentos marcantes que resultaram na criação da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI.

Quadro 5 - Datas e acontecimentos para a instituição da Organização Mundial da Propriedade Intelectual.

DATA	ACONTECIMENTOS
20/03/1883	Assinatura da Convenção de Paris (União de Paris) destinada a proteger os brevês, modelos, desenhos industriais e marcas e conceder ao inventor o monopólio da exploração e da invenção.
9/09/1886	Foi assinado a Convenção de Berna, que criou a União para a proteção das obras literárias e artísticas.
1893	A União de Berna foi fundida com a União de Paris, fazendo surgir o Escritório Internacional para a Propriedade Intelectual (BIRPI).
26/10/1961	Foi realizado em Roma a Convenção de Direitos Conexos.
14/07/1967	Com a Conferência de Estocolmo criou-se a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).
1974	A OMPI transformou-se num organismo especializado das nações Unidas, sediado em Genebra.
15/04/1994	É criado o Acordo TRIPS. Trade Related Aspects of Intellectual Property Right (Acordo Sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio), integrante do Acordo Constitutivo da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Fonte: Dados extraídos do Manual de Propriedade Intelectual. Paesani. 2012, pg. 2 e 3.

A origem e fontes da propriedade intelectual devem ser remetidas à criação do ser humano, a partir de suas invenções para a própria sobrevivência e, posteriormente, o desenvolvimento técnico dessas criatividades, espontâneas, sem objetivo comercial, utilizados apenas para consumo e compartilhados algumas vezes.

O fato do termo, economia criativa, ser definido posterior à definição de indústria cultural ou criativa e nos moldes capitalistas, faz da propriedade intelectual um elemento fundante desta definição e trouxe alguns problemas, mas, também,

resolveu algumas questões, até ideológicas, que permeava a economia da cultura: não conceber a reprodução em massa de produtos culturais.

Adorno e Horkheimer (1985), da Escola de Frankfurt, foram os precursores do termo indústria cultural. Dizia estes autores,

A cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la.(ADORNO; HORKHEIMER,1985,p.151).

Não objetivamos aprofundar as discussões do conceito de cultura e suas implicaturas. O que vislumbramos é que a definição do termo indústria criativa, atrelada à economia da cultura, trouxe para esse novo segmento suas questões polissêmicas conceituais antigas.

Assim, o que queremos sinalizar é que, ao sair da economia cultural para a indústria cultural, ou sair da economia criativa para a indústria criativa, continuaremos com a indústria e isso implica na necessidade da propriedade intelectual. O que precisamos é estabelecer novos parâmetros, e regras, dessa propriedade para atender ao paradigma eminente: economia da criatividade.

Percebemos na literatura, na discussão em torno do termo criatividade e indústria criativa, uma aversão e predisposição em excluir o processo de apropriação de produtos criativos a partir da propriedade intelectual, que no caso da indústria, no molde capitalista, se materializa pela solicitação de patente. Para sanar ou amenizar essa questão, algumas definições de indústria criativa passaram a ser

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais) (DCMS, 2006, p.5).

Contudo, merece registro o fato da criatividade advir da individualidade e se tornar coletiva a partir do interesse daquele que a criou e a que finalidade se destina. Isto posto, coadunamos com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD 2010, que no novo paradigma da economia, a criatividade, assume quatro dimensões: criatividade científica, criatividade tecnológica, criatividade cultural e criatividade econômica. A partir dessas

dimensões, aumenta-se o capital humano, o capital social, o capital cultural e o capital estrutural ou institucional, gerando rendimentos e resultados (UNCTAD, 2010b, p. 3-4).

No Brasil, a discussão da economia criativa, sempre traz no seu entorno a questão da propriedade intelectual que, para alguns setores, exclui a grande massa de acesso a determinados bens que estejam protegidos por esses mecanismos. Merece o registro de que a propriedade intelectual, em linhas gerais, tem como proposta fundamental, garantir o direito do criador e estimular a criatividade, coibindo a reprodução e a utilização, sem a devida autorização.

A discussão da criatividade e o seu potencial de gerar propriedade intelectual, em especial a solicitação de patente, nos leva a análise das informações do quadro 6. Estes dados dão conta do “ranking” mundial, segundo o registro de patentes do *Patent Cooperation Treaty (PCT)* e a *World Intellectual Property Organization (WIPO)*, no ano de 2005, em países selecionados. Neles podemos perceber que nos países desenvolvidos os Estado Unidos e o Japão detêm mais de 80,0% de toda patente solicitada no mundo. Quanto aos países emergentes a Coreia do Sul e a China detêm mais de 70,0% dos pedidos de patentes nestes países.

Quadro 6 - *Ranking* do registro de patente em países selecionados 2005

Países	Pedidos de Patentes	Colocação	Percentual %
Desenvolvidos	86.233		100,0
Estados Unidos	45.452	1º	52,7
Japão	24.800	2º	28,8
Alemanha	15.981	3º	18,5
Emergentes	8.814		100,0
Coreia do Sul	4.422	1º	50,1
China	2.501	2º	28,4
Índia	675	3º	7,7
Singapura	441	4º	5,0
África do Sul	360	5º	4,1
Brasil	275	6º	3,1
México	140	7º	1,6

Fonte: Pereira, 2011.

Na busca de analisar a trajetória destes mesmos países, após cinco anos, tomamos como referências os dados dispostos no quadro 7. Assim, podemos observar que os pedidos de registro de patentes, nos países desenvolvidos, registraram um aumento de 318,5% no período, com a manutenção das posições dos Estados Unidos, Japão e a Alemanha em 1º, 2º e 3º lugares, respectivamente. Entretanto, o que nos chama atenção é o fato de a evolução dos pedidos de patentes ter sido mais intenso para os países emergentes, cujo crescimento foi de 387,5%. Nesse particular, merece menção a ascensão do Brasil, que mesmo crescendo apenas 113,1%, saiu do 6º lugar para o 4º no “*ranking*” do emergentes. Isso se deveu ao fato de dois países, Singapura e África do Sul, não fazerem parte, em 2011, da classificação dos 27 países que mais depositaram patentes no mundo, naquele período.

Quadro 7 - Comparação de registro de pedidos de patentes em países selecionados 2005 / 2011

Países	Pedidos de Patentes		Colocação		Percentual %		
	2005	2011	2005	2011	2005	2011	Var.
Desenvolvidos	86.233	360.869	-	-	100,0	100,0	318,5
Estados Unidos	45.452	247.750	1º	1º	52,7	68,7	445,1
Japão	24.800	85.184	2º	2º	28,8	23,6	243,5
Alemanha	15.981	27.935	3º	3º	18,5	7,7	74,8
Emergentes	8.814	42.968	-	-	100,0	100,0	387,5
Coreia do Sul	4.422	27.289	1º	1º	50,2	63,5	517,1
China	2.501	10.545	2º	2º	28,4	24,5	321,6
Índia	675	4.548	3º	3º	7,6	10,6	573,8
Brasil	275	586	6º	4º	3,1	1,4	113,1
Outros	941	0	-	-	10,7	0	-100,0

Fonte: www.Wipo.org. 2011. *Escritório Norte-Americano de Patentes (USPTO)*.

A participação do Brasil nos depósitos de patentes ainda é muito pequena diante da sua potencialidade e por compor os grupos do G-8 e G-20. Uma análise nos dados do quadro 7 evidencia esta triste realidade quando verificamos que, nos países emergentes, a variação do aumento da patente, 2005 a 2011, ultrapassou 387%, enquanto no Brasil, esse aumento foi 113% e na última posição dos países emergentes selecionados: Coreia do Sul, China e Índia.

As informações do quadro 8 atestam, também, que os países emergentes, Coreia do Sul, Índia e China elevaram seus depósitos de patentes, de 2005 a 2011,

e classificaram-se entre os dez países com mais depósito de patentes no mundo, enquanto o Brasil situa-se na vigéssima sétima posição.

Uma análise nos países desenvolvidos, com base nos dados do quadro 8, reiteram que os Estados Unidos, Japão e Alemanha mantiveram-se respectivamente nos 1º, 2º e 3º lugar. Contudo, devemos observar que os 1º, 2º tiveram uma elevação nos depósitos de 445,1 e 243,5, respectivamente (quadro 7) e a Alemanha, 3º elevou 74,8%, no período 2005 a 2011.

Outro fato que podemos examinar, com base no depósito de patentes em 2011, é a ausência de países, exceto Brasil, da América Latina e do Continente Africano que em 2005 era representado pela África do Sul.

Quadro 8 - Classificação dos países com mais depósitos de Patentes no Mundo 2011

Posição	País	Total de Patentes	%
1º	Estados Unidos	247.750	50,4
2º	Japão	85.184	17,3
3º	Alemanha	27.935	5,8
4º	Coreia do Sul	27.289	5,6
5º	Taiwan	19.633	4,0
6º	Canadá	11.975	2,4
7º	Reino Unido	11.279	2,3
8º	França	10.563	2,1
9º	China	10.545	2,1
10º	Israel	5.436	1,1
11º	Índia	4.548	0,9
12º	Holanda	4.418	0,9
13º	Itália	4.282	0,9
14º	Suécia	4.140	0,8
15º	Suíça	4.086	0,8
16º	Austrália	3.767	0,8
17º	Finlândia	2.551	0,5
18º	Bélgica	2.115	0,4
19º	Dinamarca	1.974	0,4

Quadro 8 - Classificação dos países com mais depósitos de Patentes no Mundo 2011

Posição	País	Total de Patentes	%
20°	Áustria	1.849	0,4
27°	Brasil	586	0,1
Total		491.905	100,0

Fonte: Escritório Norte-Americano de Patentes (USPTO).

Quanto ao processo de registro

O ranking de registro de patentes do Patent Cooperation Treaty (PCT), acordo ligado à World Intellectual Property Organization (Wipo), que possibilita registro de patentes em 123 diferentes países, também é aceito como um importante indicador do desempenho na área de inovação tecnológica de um país. Recorde-se que o PCT facilita as solicitações no exterior ao permitir que elas cheguem a vários países a partir do primeiro depósito no Brasil (Matias, 2011, p.568).

Os órgãos de registro, nacional ou internacional, são referências, no sentido de indicar o desempenho na área de inovação tecnológica de um país. O *Patent Cooperation Treaty (PCT)*, por exemplo, representa uma espécie de tratado com a *World Intellectual Property Organization (Wipo)* e é responsável pelo registro de patentes em 123 países, inclusive o Brasil. A discussão da propriedade intelectual no Brasil não é um tema recente, visto que a

tutela da Propriedade Intelectual em sede da Constituição é da tradição nacional. A Constituição Imperial brasileira de 1824 previa a proteção da Propriedade Intelectual e a matéria esteve inserida no capítulo dos direitos e garantias fundamentais do cidadão. E o art. 179, Inciso 16, assim dispôs: os inventores terão a propriedade de suas descobertas ou das suas produções. A Lei lhes assegurará um privilégio exclusivo temporário, ou lhes remunerará em ressarcimento da perda que lhe haja de sofrer pela vulgarização”. (Paesani, 2012, p. 5)

As informações contidas no quadro 9, abaixo, sinalizam como está dividido e em que ramos se encontram a propriedade intelectual no Brasil; cabe ressaltar que a Organização Mundial de Propriedade Intelectual estabelece um padrão base e os países se adequam dentro das suas realidades.

Quadro 9 - Propriedade intelectual no Brasil e ramos de direitos específicos

PROPRIEDADE INTELECTUAL		
DIREITO AUTORAL	PROPRIEDADE INDUSTRIAL	PROTEÇÃO SUI GENERIS
Direito de Autor	Marca	Topografia de Circuito Integrado
Programa de Computador	Patente	Cultivar
Direitos Conexos	Desenho Industrial Indicação geográfica Segredo Industrial & Repressão à Concorrência Desleal	Conhecimento Tradicional

Fonte: Adaptação de Jungmann, 2010, p. 32.

Um olhar econômico na discussão da propriedade sem o cunho intelectual, nos leva a perceber que a primeira noção de propriedade começa com a propriedade da terra caracterizada no modo de produção pré-capitalista. Visto ao longo do texto. Isso é percebido na medida em que

O homem, no seu estado natural, no diálogo com a natureza e visando a seu próprio benefício, desenvolveu uma técnica. Assim, na sequência histórica, manipulou e aprimorou o uso da argila, da pedra e dos troncos das árvores para obter utensílios, armas para caçar e construir barcos ou jangadas para pequenos deslocamentos. Começou a trabalhar e a fundir os metais e do seu resultado nasceu a figura do artesão. (Silveira, 2011, p. 12).

A “Economia Criativa”, como dimensão que perpassa por estes aspectos, assume um papel central, na medida em que a mesma afeta sobremaneira as forças produtivas do mundo contemporâneo. Nesse processo histórico, as políticas públicas em uma determinada região definem as especificações de sua economia, as formas de participação nas decisões políticas e as reações da população aos avanços do processo democrático.

Com vistas a atender à realidade brasileira, no tocante à propriedade intelectual, o marco regulatório da propriedade intelectual no Brasil vem passando por constantes transformações. Os dados do quadro 10 fazem referências a essas regulações.

Quadro 10 - Marco regulatório da propriedade intelectual no Brasil

LEGISLAÇÃO	OBJETO
Lei nº 9.279/96	Propriedade industrial
Lei nº 9.610/98. Revogada pela Lei nº 12.853, de 2013.	Direito autoral. Altera os arts. 5º, 68, 97, 98, 99 e 100, acrescenta arts. 98-A, 98-B, 98-C, 99-A, 99-B, 100-A, 100-B e 109-A e revoga o art. 94 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, para dispor sobre a gestão coletiva de direitos autorais, e dá outras providências.
Lei nº 9.609/98	Lei do <i>software</i>
Lei nº 9.456/97	Cultivares
Lei nº 11.484/07	Topografia de circuito integrado
Decreto nº 4.946/03. Revogado pelo Decreto nº 8.872 de 2016	Conhecimento tradicional

Fonte: Jungmann, 2010, p. 51.

Outras mudanças legais, em curso no Brasil, merecem destaque e têm impactos diretos no marco regulatório da propriedade intelectual e na definição do que se entende por criatividade a exemplo da Lei que

Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei no 10.973, de 2 de dezembro de 2004, a Lei no 6.815, de 19 de agosto de 1980, a Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a Lei no 12.462, de 4 de agosto de 2011, a Lei no 8.745, de 9 de dezembro de 1993, a Lei no 8.958, de 20 de dezembro de 1994, a Lei no 8.010, de 29 de março de 1990, a Lei no 8.032, de 12 de abril de 1990, e a Lei no 12.772, de 28 de dezembro de 2012, nos termos da Emenda Constitucional no 85, de 26 de fevereiro de 2015. (Lei 13.243 de 11 de janeiro de 2016, Marco Legal da Ciência Tecnologia e Inovação).

Essa Lei, em seu Artigo 16º, no parágrafo VII estabelece que as Instituições de Ciências e Tecnologia – ICT públicas devem desenvolver estudos de prospecção tecnológica e de inteligência competitiva no campo da propriedade intelectual, de forma a orientar as ações de inovação da instituição. A mencionada Lei define criador, em seu Artigo 2º parágrafo III, como a pessoa física que seja inventora, obtentora ou autora de criação.

Também no Artigo 2º e parágrafo II criação é invenção, modelo de utilidade, desenho industrial, programa de computador, topografia de circuito integrado, nova cultivar ou cultivar essencialmente derivada e qualquer outro desenvolvimento

tecnológico que acarrete ou possa acarretar o surgimento de novo produto, processo ou aperfeiçoamento incremental, obtida por um ou mais criadores.

Dessa forma, o marco legal de ciência, tecnologia e inovação nos dá o alicerce da economia criativa defendida por Howkins (2001), onde o resultado da criação converte-se em propriedade intelectual, cabendo ao criador a decisão de socializar o produto da criação ou solicitar a concessão da patente. A discussão da inovação, da materialização da criatividade, será retomada no capítulo 3 que faz referência à destruição criadora, da tecnologia e a economia criativa.

2.2.1. Considerações Preliminares da Contextualização da Propriedade Intelectual

O divisor de águas na discussão do conceito de economia criativa tem sido a criatividade e a propriedade intelectual, evidenciando em algumas definições, a exclusão do termo ou lhe é dada outra conotação. A exemplo disto, podemos citar o novo conceito de economia da cultura, da Secretaria da Cultura,

Uma das áreas econômicas de maior desenvolvimento no mundo contemporâneo é a cultura. A economia da cultura é uma ação dinâmica, estratégica e criativa, tanto pelo ponto de vista econômico como sob o aspecto social. Norteada por ideias, conceitos e valorização da geração da propriedade intelectual, as atividades da economia da cultura geram trabalho, emprego, renda e são capazes de propiciar oportunidades de inclusão social, devido à sua atuação com a diversidade. As indústrias culturais e a economia criativa são, cada vez mais, componentes fundamentais da economia em uma sociedade do conhecimento e o potencial da economia da cultura na Bahia precisa ser compreendido e estar necessariamente inscrito no processo de desenvolvimento. (www.cultura.ba.gov.br acesso em 17.07.16 11:33)

Se compararmos a gênese do conceito de indústria criativa,

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais). (DCMS, 2005, p.5).

Percebemos, então, que é a propriedade intelectual que leva à economia criativa e, por conseguinte, a cultura, e não o inverso. Significa dizer que a economia

da cultura está contida na economia criativa. O primeiro conceito de economia criativa, segundo o seu autor que diz:

Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo 'indústria criativa' a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual. (HOWKINS, 2005, p. 119).

A propriedade intelectual foi debatida, em 2004, na XV Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento do Comércio, realizada em São Paulo (XV *“United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD”*, 2004, São Paulo). Dessa Conferência, redigiu-se um documento denominado Carta de São Paulo pelo Acesso a Bens Culturais,

Nós acadêmicos, artistas, escritores, professores, editores e membros da sociedade civil abaixo assinados, movidos pela convicção quanto à necessidade de promover a universalização do acesso a obras literárias, artísticas e científicas e conscientes da necessidade de proteção dos direitos autorais contra usos comerciais indevidos, tornamos público alguns consensos quanto à necessidade de reforma da lei de direito autoral. As novas tecnologias de informação e comunicação potencializaram o compartilhamento de conteúdos culturais. Tais práticas, sem envolver transações monetárias, trazem novas possibilidades de efetivação dos direitos à educação, à cultura, à informação e à comunicação. Por outro lado, tem-se defendido que o controle da troca de arquivos na Internet seja feito por meio do monitoramento do cidadão no seu acesso à rede. Isso somente poderia ocorrer através da violação do direito à privacidade e com severas ameaças à liberdade de expressão e de comunicação. Entendemos que esse não é o melhor caminho, e que a reforma da lei deve ser realista face às novas tecnologias e práticas sociais. (HOWKINS, 2005, p. 119).

O eixo central de diferença entre a economia da cultura e a economia criativa é a inovação e a propriedade intelectual; se tirarmos essa peculiaridade da economia criativa, a definição das mesmas se igualam. Ao longo do tempo, o que percebemos, desde 1994, é que indústria criativa e indústria cultural foram tratadas pelo mesmo prisma e a definição tanto de economia, quanto de industrial criativa ou cultural se aproximaram a tal ponto que se inverteu a lógica: a economia da cultura está dentro da economia criativa e não ao contrário.

A criatividade é a base para a definição da economia criativa e deve envolver suas especificidades no tocante à ciência, à tecnologia, à economia e à cultura. Destarte, a economia criativa, até o presente momento, seria um campo das ciências econômicas que visa analisar, por meio de propriedade intelectual, os impactos das

criatividades científicas, tecnológicas, econômicas e culturais, na economia. Em outras palavras: a Eficiência Marginal do Capital criativo.

Buscaremos mostrar as diferenças e semelhanças quando discutirmos, no tópico a seguir, como se deu a passagem da indústria criativa para a definição da economia criativa bem como, os autores que as diferenciam.

2.3. CONTEXTUALIZAÇÃO: DA INDÚSTRIA CRIATIVA À ECONOMIA CRIATIVA

Pensar a economia criativa como um novo modelo de produção, que vai de encontro ao modo de produção fordista, requer um resgate de alguns autores que, há algumas décadas, protagonizaram o papel do conhecimento, do capital humano e das novas tecnologias na iminência de um novo padrão produtivo.

Por esta razão, começaremos essa discussão a partir dos capitais criativos envolvidos no processo da indústria criativa e no processo da economia criativa: O capital social, capital, humano, capital cultural e o capital institucional ou estrutural formam a base do capital criativo.

Na discussão da temática da indústria, merece destaque o fato de que mencionar tal termo, requer a avaliação da estrutura de mercado ao qual está inserida: concorrência perfeita, concorrência imperfeita, concorrência monopolística, monopólio e oligopólio.

As diferenças e semelhanças entre as indústrias criativas e as culturais ainda não foram devidamente exploradas na literatura, como de resto são escassos os estudos propriamente teóricos sobre a economia criativa. É de se notar que as duas categorias são utilizadas nos textos acadêmicos e políticos conjuntamente ou como sinônimos, o que denota a permanência de dúvidas sobre o emprego da terminologia. A ênfase em alguns setores e, principalmente, os objetivos dos autores ou dos gestores públicos determinam o uso de um ou outro conceito. Ambas as indústrias têm como característica central a ambivalência dos aspectos cultural/criativo e econômico. (MADEIRA, 2014, p.59).

O fato é que estamos passando por mais uma transformação do modo de produção capitalista que, a partir das revoluções industriais, atingiram o capitalismo industrial, o capitalismo internacional, o capitalismo globalizado, o capitalismo financeiro e, agora, o capitalismo criativo ou o capitalismo do intangível. Nesta discussão é que surge a relação indústria, termo que remete a uma produção

capitalista em série e de escala, com a cultura que, a princípio, remeteu-se à consciência e liberdade. Essa união não foi vista com bons olhos.

Na década de 1940, o termo indústria cultural causou estranheza quando foi inicialmente utilizado, em função de relacionar dois conceitos até então considerados apartados: a indústria remete à esfera da sobrevivência humana, enquanto cultura sempre esteve associada à liberdade e à aspiração da crítica intelectual. A estranheza, em grande medida, permanece atual, e também perpassará o conceito de indústria criativa. A Escola de Frankfurt, como também é conhecida a teoria crítica da indústria cultural, é pertinente em seu apelo à conscientização sobre a padronização do consumo de bens culturais, mas também apresenta limites. Ao frisar a banalização do comércio da cultura, seus teóricos falharam ao não vislumbrar que os mesmos produtos das empresas capitalistas seria capazes de acomodar qualidades positivas, como a de permitir a expressão de diferenças locais. (MADEIRA, 2014, p.42).

É a partir do debate entre o 'fordismo' e o pós fordismo que surge a discussão em torno da indústria criativa, enquanto paradigma de desenvolvimento. Masi (2005), por exemplo, utiliza os termos sociedade industrial e sociedade pós-industrial. Segundo esse autor

A principal diferença entre sociedade industrial e sociedade pós-industrial é que a primeira era centrada no trabalho e na produção de bens materiais, enquanto a segunda é centrada no tempo livre e na produção de bens não-materiais: serviços, símbolos, informações, valores e estética. (MASI, 2005, p.79).

Masi (2008), ao afirmar que, ao observarmos mudanças significativas no mundo do trabalho e na riqueza mundial, a partir do progresso tecnológico, do desenvolvimento organizacional, da globalização, dos meios de comunicação e informação, da desmaterialização da economia e da melhoria da qualidade de vida advinda desse novo pensar econômico, contempla os princípios da economia criativa.

Nessa mesma direção, temos diversas perspectivas que corroboram para o entendimento do surgimento de um novo modelo de produção para além das indústrias, cotejando o elemento fundamental desse processo: o conhecimento. Para Caltells (2003) trata-se da sociedade do conhecimento e implica em um fenômeno global onde

As mudanças impostas pela globalização, pelas novas tecnologias de informação e comunicação, pela desmaterialização da economia, pelo aperfeiçoamento de processos gerenciais na esfera pública e

privada, pelo aumento do tempo livre, entre outras permitiram a emergência de um novo modelo de sociedade. (CASTELLS, 2003, apud ROCHA, 2013, p.6).

Sobre a economia do intangível e da teoria do mercado de bens simbólicos Bourdieu (2005), nos alerta, concebendo instituições, profissões, atores, práticas, teorias, linguagens, símbolos, ideários, valores, interesses, tensões e conflitos enquanto mercado de bens simbólicos.

Essa discussão sobre o caráter paradigmático da nova sociedade norteou tanto a definição da indústria criativa, quanto da economia criativa. Aliás, foi a partir da busca de alternativa ao modelo fordista que surgiu, na Austrália em 1994, o conceito de *creative nation* que

Foi o prenúncio de uma convergência entre objetivos culturais, econômicos e sociais, em uma espécie de desenho de economia criativa *avant la lettre*, tingido com nuances de uma preocupação com a sustentabilidade em termos amplos, como se nota na referência que discurso faz ao legado entre gerações. (REIS, 2011, p.8).

A contemporaneidade apresenta um cenário bastante complexo, onde a diversidade é uma de suas marcas essenciais. Nesse contexto, as diferenças se apresentam como uma construção histórica que engloba uma multiplicidade de aspectos, que vão desde as questões culturais àquelas que dizem respeito à natureza, à economia, à política e ao poder. Foi nesta perspectiva que dois acontecimentos deram origem às indústrias criativas e a economia criativa: político, na Austrália e acadêmico no Reino Unido, com as publicações dos estudiosos, Richard Caves (2000), John Howkins (2001) e Richard Florida (2002) que são referenciados como desbravadores do tema.

Apesar de cada país ter seu marco teórico das discussões sobre as indústrias criativas, a matriz da definição das mesmas se reporta a Austrália no ano de 1994 com a publicação do relatório "*creative nation*" (nação criativa). Esse relatório representou o sustentáculo para a elaboração de uma política cultural naquele país. Vale dizer que o termo indústria criativa surgiu, aqui, pela primeira vez, o que levou muitos teóricos a definirem e a perceberem a indústria criativa como sinônimo da indústria cultural. Segundo esse relatório, elaborado pelo Ministério de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS)

Em 1997, baseado na iniciativa da Austrália, o Partido Trabalhista inglês colocou a temática na sua agenda governamental, ainda na fase pré-eleitoral, fazendo um mapeamento detalhado das atividades criativas no país (Mapping the creative industries) e instituiu o Ministério das Indústrias Criativas (BENDASSOLI, 2009).

O mapeamento do Ministério de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS), daquele país, identificou treze subsetores das indústrias criativas: publicidade; cinema e vídeo; arquitetura; música; mercado de arte e de antiguidades; artes performativas (teatro, ópera, dança, música ao vivo, mímica e circo); jogos de computador e de vídeo; publicações; artesanato; software; design; televisão e rádio e design de moda (DCMS, Creative Industries Mapping document, 1998).

Essa discussão, da imaterialidade do capitalismo, foi sinalizada no relatório para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO, feito pela Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI, segundo relatório

O aparecimento e desenvolvimento de “sociedades da informação”, assim como a busca do progresso tecnológico que constitui, de algum modo, uma tendência forte dos finais do século XX, sublinham a dimensão cada vez mais imaterial do trabalho e acentuam o papel desempenhado pelas aptidões intelectuais e cognitivas. Já não é possível pedir aos sistemas educativos que formem mão-de-obra para empregos industriais estáveis. Trata-se, antes, de formar para a inovação pessoas capazes de evoluir, de se adaptar a um mundo em rápida mudança e capazes de dominar essas transformações (UNESCO, 1998, p.69).

A partir de 2001, anos depois do marco teórico da indústria criativa na Austrália e no mundo, surgem os primeiros autores e suas respectivas obras sobre o tema, John Howkins, publica em Londres a obra *“The creative economy. How people make Money from ideas”*, [como ganhar dinheiro com ideias criativas]. Os precursores da indústria e economia criativa buscaram, naquele momento, elucidar a definição de um termo que ora aparecera, utilizando-se de diferentes vertentes. Howkins se atém ao conceito de economia criativa com forte atenção à propriedade intelectual.

Especialmente, a partir de 2001, houve uma proliferação das discussões acerca da “Economia Criativa”, fruto dos desdobramentos da obra de John

Howkins¹, sendo alvo de discussões mais aprofundadas nos países componentes do G8², que provocou, no caso específico, uma crescente necessidade da busca de referências e banco de dados sobre o tema, fazendo com que a demanda por pesquisa sobre “Economia Criativa” crescesse de forma acentuada, privilegiando, no Brasil, o setor cultural em detrimento de outros setores.

O conceito de economia criativa evoluiu e na contemporaneidade representa um grande potencial de desenvolvimento no mundo. Para Howkins existem dois tipos de criatividade: a que se relaciona com a realização das pessoas como indivíduos e a que gera um produto. Assim, a ideia, a inovação, o designer, a criatividade e a imaginação representam o universo da “Economia Criativa” onde a criatividade representa a geração de ideias, visando identificar oportunidades de mercado; a inovação, como as ideias são traduzidas em produto e o designer, como a criatividade é aplicada a um fim específico.

Segundo Richard Caves, outro precursor, publicou nos Estados Unidos a obra *“the creative industries”* [indústrias criativas], segundo ele “as indústrias criativas, ainda que apenas sob um ponto-de-vista metodológico, deveriam ser abrangidas na indústria de Serviços, dadas suas muitas relações com outros segmentos destacamos, como telecomunicações, saúde, educação e serviços financeiros” (CAVES, 2000).

O terceiro, Richard Florida, publica nos Estados Unidos a obra *“The Rise of the Creative Class: and how It’s transforming work, leisure, Community and Everyday Life”*. [A ascensão da classe criativa e como ela está transformando o trabalho, o lazer, a comunidade e a vida diária], em 2002.

Com base na teoria do capital humano, que associa crescimento econômico à qualidade profissional da classe trabalhadora, Florida alerta que os economistas já estudaram os fatores que determinam a localização das empresas, mas que, em um mundo onde a mobilidade humana é cada vez maior, a pergunta que se propõe a responder diz respeito à escolha de localização dos trabalhadores criativos; daí a relação direta que se estabelece entre sua geografia da criatividade e a abordagem das cidades criativas, com implicações para a construção de políticas públicas para

¹The creative economy: how people make money from ideas.London: Penguim UK, 2001.

² Estados Unidos, Japão, Alemanha, Reino Unido, França, Itália e o Canadá (antigo G7) mais a Rússia.

a economia criativa. Os indicadores desenvolvidos por Richard Florida para medir o padrão criativo incluem um índice de criatividade.

Segundo este autor, para entender a geografia econômica da criatividade atual e os seus efeitos, é preciso um olhar especial sobre o que ele chama de "os 3 Ts" do desenvolvimento econômico: tecnologia, talento e tolerância. Esses elementos precisam ser trabalhados conjuntamente, e nunca isolados, para atrair pessoas criativas, gerar inovação e estimular o crescimento econômico.

Os dados do quadro 11, a seguir, estabelecem algumas definições de indústria criativas, segundo alguns autores. Neles observamos que o elemento definidor da indústria criativa é a criatividade e a propriedade intelectual, quando esses dois termos não se fazem presente, a definição caminha na perspectiva da indústria cultural. A própria origem do termo, no Reino Unido, trouxe consigo a variável propriedade intelectual quer enquanto indústria cultural quer, enquanto indústria criativa.

Quadro 11 - Definições de indústrias criativas e referências

DEFINIÇÕES	REFERÊNCIAS
"Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)."	DCMS (2005, p.5)
"A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos.	Hartley (2005, p.5)
"Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo 'indústria criativa' a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual."	Howkins (2005, p. 119)
"[Indústrias criativas] produzem bens e serviços que utilizam imagem, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram as fronteiras tecnológicas das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um coregroup, um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, software, broadcasting e todos os processos de editoria em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas usam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos,	Jaguaribe (2006)

Quadro 11 - Definições de indústrias criativas e referências

DEFINIÇÕES	REFERÊNCIAS
produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que têm suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o craft, folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de management, de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição.”	
“As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tomando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade.”	Jeffcult (2000, p.123-124)
“As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um continuum que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo à audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivas e em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral distantes) (publicação, música gravada, filme, broadcasting, nova mídia).”	Cornford e Charles (2001, p. 17)

Fonte: Indústrias criativas no Brasil. 2006, p. 26-27.

Posterior ao período de definição da indústria criativa, de 1994 a 2000, uma gama de trabalhos muito contribuíram para elucidar um conceito cada vez, mais, polissêmico a exemplo da obra de Charles Landry, publicando a obra “The creative city: a toolk it for urban innovators” [A cidade criativa: uma ferramenta de inovação urbana. Tradução nossa], em 2004 e John Hatley. Que publica nos Estados Unidos a obra “Creative Industries” [indústrias criativa], em 2005.

Para o DCMS indústrias criativas são “Aqueles indústrias que se originaram da criatividade, da habilidade e de talento individuais e que possuem um potencial para a geração de riqueza e empregos, por meio da criação e da exploração da propriedade intelectual”.

Isto posto, analisando o aspecto multidimensional da criatividade, cabe-nos estabelecer qual dimensão estamos analisando: na perspectiva da criatividade, da economia, da cultura, da tecnologia ou da inovação?

Merece menção no conceito de indústria criativa, a partir do Reino Unido, a questão cultural. Ainda que seja uma questão estratégica

Sobressai no referido conceito, a ausência explícita à menção do aspecto cultural, apenas subjacente à de criatividade. A pesquisadora Susan Galloway, da Universidade de Glasgow, diz que se tratou de uma estratégia pragmática para estabelecer e respaldar uma linha de ação para o futuro pós-industrial do Reino Unido, baseada “na necessidade de encontrar novos caminhos para justificar recursos e apoio governamental para as artes e o setor cultural, em contexto de reforma e nova gestão pública no Reino Unido” (MADEIRA, 2014)

Contudo, a criatividade passou a ser a mola mestra do pós-fordismo e isso implicou no compartilhamento da indústria criativa que foi desmembrada. Os conceitos similares, de indústria criativa, no quadro 12 deixa claro essa evidência, na medida em que indústrias de “copyright”, indústria de conteúdo, indústrias culturais e indústria de conteúdo digital são todas por definição, indústrias culturais estão contidas na indústria criativa.

Quadro 12 - Conceitos similares de economia criativa

DESCRIÇÃO	INDÚSTRIAS CRIATIVAS	INDÚSTRIAS DE COPYRIGHT	INDÚSTRIAS DE CONTEÚDO	INDÚSTRIAS CULTURAIS	INDÚSTRIAS DE CONTEÚDO DIGITAL
Definição	Caracterizadas amplamente pela natureza dos insumos de trabalho: “indivíduos criativos”	Definidas pela natureza das receitas e pela produção da indústria	Definida pelo foco na produção industrial	Definida em função do objeto cultural	Definida pela combinação de tecnologia e pelo foco na produção da indústria
Setores envolvidos	<ul style="list-style-type: none"> - Propaganda - Arquitetura - Design - Software Interativo - Filme e TV - Música - Publicações - Artes performáticas 	<ul style="list-style-type: none"> - Arte comercial - Artes criativas - Filmes e vídeos - Música - Publicação - Mídia de gravação - Software de processamento de dados 	<ul style="list-style-type: none"> - Música pré-gravadas - Música gravada - Música de varejo - Broadcasting e filmes - Software - Serviços de multimídia 	<ul style="list-style-type: none"> - Museus e galerias - Artes visuais e artesanato - Educação de artes - Broadcasting e filmes - Música - Artes performáticas - Literatura - Livrarias 	<ul style="list-style-type: none"> - Arte comercial - Filme vídeo - Fotografia - Jogos eletrônicos - Mídia de gravação - Gravação de som - Sistema de armazenamento e recuperação de informações

Fonte: National Office for the Information Economy of Australia. *What are the Creative Industries!*, 2003. Citado por HARTLEY, John (ed.). *Creative Industries*, Oxford: Blackwell Publishing, 2005. Traduzido e citado por BENDASSOLI, Pedro e WOOD Jr. Thomaz. *Indústrias Criativas no Brasil*. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

No Brasil, embora se atribua a fase embrionária da temática à XV *United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD*, São Paulo, em 2004, a discussão da indústria criativa e da economia criativa, tensionada a partir do papel da criatividade, foi discutida por Furtado (1978) na sua obra *Criatividade e dependência na civilização industrial* com o objetivo de refletir o desenvolvimento econômico em bases periféricas. Muitos outros autores, a exemplo de Miguez (1996), que discutiu a teia de negócios do carnaval, sinalizando para a criatividade geradora de emprego e renda por detrás da festa.

Refletindo a economia criativa, podemos observar nos últimos anos, pelo menos, duas constatações: 1) Continuamos ainda, sem uma política de formação específica para a “Economia Criativa”, sinalizado no relatório da UNESCO, relatório educação para o século XX em 1998; 2) A ausência de avaliações do conceito, expresso, de economia criativa adotada pelo Estado, a partir das agências de fomento e suas implicações nas políticas voltadas para este setor, de uma forma geral. As informações do quadro 13 evidenciam os principais fatos marcantes para a construção da identidade da economia criativa no mundo, no Brasil e na Bahia.

Quadro 13 - Fatos marcantes selecionados da Economia Criativa 1994 aos dias atuais.

PERÍODO	FATO HISTÓRICO
NO MUNDO	
1994	Na Austrália, o governo lança o Programa política cultural “Nação Criativa”. Esse país foi o primeiro a empregar o conceito de criatividade para qualificar um projeto nacional. O documento intitulado <i>Creative Nation</i> enfatiza a contribuição do trabalho criativo para a economia australiana e o impacto das novas tecnologias para o desenvolvimento da produção cultural. Poucos anos depois, o Reino Unido estabeleceu o marco legitimador da economia criativa ao publicar um estudo das vantagens competitivas da economia britânica, que se transformou em uma das prioridades do Governo trabalhista do então Primeiro-Ministro Tony Blair.
1997	Na Europa, o termo Indústria Criativa é atribuído ao Reino Unido, a partir do Governo de Tony Blair que vê na Indústria Criativa a possibilidade da mudança de paradigma econômico, contemplando a Indústria Criativa.
2001	Richard Caves lança o livro: <i>The creative industries</i>
	John Howkins publica o livro: <i>How people make money from ideas</i> . (Como as pessoas ganham dinheiro a partir de ideias).

Quadro 13 - Fatos marcantes selecionados da Economia Criativa 1994 aos dias atuais.

PERÍODO	FATO HISTÓRICO
2002	Na Austrália, foi realizado o primeiro simpósio acadêmico sobre o tema. Intitulado New Economy, Creativity and Consumption Symposium [Simpósio da Nova Economia, Criatividade e Consumo], foi sediado pela Faculdade de Indústrias Criativas da Queensland University of Technology e teve a participação de acadêmicos da London School of Economics, do Massachussets Institute of Technology (MIT) e da New York University.
	O primeiro Fórum Internacional das “Indústrias Criativas”, organizado na cidade de St. Petersburg, na Rússia, em setembro de 2002. Neste Fórum, organizado por governos, o tema escolhido foi Indústrias Criativas nas Cidades Modernas.
	Realização do Simpósio Internacional, dezembro de 2002, em Brisbane, na recém-criada <i>Creative Industries Faculty (QUT)</i> , da <i>London School of Economics</i> , do <i>Massachusetts Institute of Technology</i> e da <i>New York University</i> com o intuito de refletir sobre o significado e os impactos sociais e culturais da economia criativa e de contribuir para a construção de uma agenda dedicada à esta temática.
	Richard Florida publica o livro: <i>The rise of the creative class: and how It's transforming work, leisure, Community and Everyday Life</i> . (A ascensão da classe criativa: e como ela está transformando o trabalho, o lazer, a comunidade e a vida diária).
2005	John Hatley publica o livro: <i>Creative Industries</i>
NO BRASIL	
1978	Celso Furtado publica o livro: <i>Criatividade e dependência na civilização industrial</i>
2003 a 2005	A partir do convênio com o Ministério da Cultura, no Sistema de Informações e Indicadores Culturais – SIIC, publica alguns indicadores voltados para a economia criativa.
2004	XV United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD, São Paulo
2005	Ana Jaguaribe publica o livro: <i>Promovendo a economia criativa rumo ao centro internacional das indústrias criativas – CIIC..</i>
	Marcelo Matos e Cristina Lemos publicam o texto: <i>Using the approach of the local productive arrangment and system for the analisys of creatives industries in Brasil. the case of conservatoria.</i>
2006	Fórum Cultural Mundial do Rio de Janeiro. Durante três dias discutiu-se a economia criativa com a participação da Unidade Especial de Cooperação Sul-Sul do Programa das Nações Unidas do Desenvolvimento – SSC/SU-PNUD.
	A Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAN publica o mapa do desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro 2006/2015, indicando que as indústrias criativas foram o sustentáculo do referido desenvolvimento.
2007	A BOVESPA, referenciada pelo BNDES, promove um evento intitulado: <i>facetras financeiras da economia criativa e do intangível criativo.</i>

Quadro 13 - Fatos marcantes selecionados da Economia Criativa 1994 aos dias atuais.

PERÍODO	FATO HISTÓRICO
	Realização de três seminários internacionais em Fortaleza, São Paulo (FIESP) e Vitória (FIEC), onde se debateu o papel da economia criativa.
2008	A cadeia da Indústria Criativa no Brasil, FIRJAN/RJ
2011	I Fórum sobre Capacitação de Mercados Criativos para a Copa de 2014, em Brasília.
2012	A Lei 12.243 de 02.12. 2012 institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, culminando no decreto Lei 7.743 de 01.07.2012 que evidencia uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.) com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC).
NA BAHIA	
2005	Fórum Internacional de Indústria Criativa em Salvador. O evento encerrou com a Carta de Salvador que propunha o Brasil sediar o Centro Internacional de Indústrias Criativas, o que não veio a ocorrer.
2006	Carmem Lúcia Castro Lima publica o texto: Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da Bahia. Nesse ano, o Estado foi sede de dois eventos internacionais: o primeiro foi o Fórum de Economia Criativa e o segundo foi o Seminário de Indústrias Criativas.
	Paulo Miguez publica o texto: Repertório de fontes sobre economia criativa.
2007	Paulo Miguez publica o texto: Economia criativa: uma discussão preliminar. In: teorias e políticas da cultura; visões multidisciplinares.
	O BNDES dedica um dia de discussão sobre intangíveis criativos.
2009	Conferências nacional, estadual e municipal de Cultura: cultura e economia criativa como um dos eixos norteadores do evento.
2012	José Claudio Rocha publica o texto: Indústrias criativas.
2013	O Decreto n.14.529/13 institui o grupo de trabalho Bahia Criativa
2014	Lançamento do Observatório de Economia Criativa na Bahia. OBEC-Ba
	Lançamento do documento Bahia Criativa – Diretrizes para o desenvolvimento da Economia criativa na Bahia.
	III Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária, na Uneb, onde se discutiu o tema economia criativa em Salvador.
	Seminário: Educação, Federalismo e Controle Social: Tecnologia Social, Economia Criativa, Agentes de Letramento e Educação Profissional na Bahia. Na cidade de Camaçari.
2015	I Seminário Indústrias Criativas no Brasil: Políticas Públicas Para a Economia Criativa.
	II Encontro Internacional de economia criativa – II EIEC/2015. O evento, realizado em Salvador, teve por objetivo conectar o debate teórico com as práticas da Economia Criativa para refletir sobre tendências contemporâneas e promover o fortalecimento de redes de atores criativos.

Quadro 13 - Fatos marcantes selecionados da Economia Criativa 1994 aos dias atuais.

PERÍODO	FATO HISTÓRICO
	I Congresso de indústrias criativas na Universidade Feevale no Rio Grande do Sul
	Encontro dos Observatórios Estaduais da Economia Criativas no ENECULT
2016	Medida Provisória nº 726 de 12 de maio de 2016 que altera a Lei 10.683 de 28 de maio 2003 que dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências, transformando o Ministério da Cultura (onde está instalada a Secretaria da Economia Criativa) em Ministério da Educação e Cultura.
	Medida Provisória nº 728 de 23 de maio de 2016 revoga, depois da pressão dos artistas, a Medida Provisória nº726, retornando o Ministério da Cultura à formação anterior.

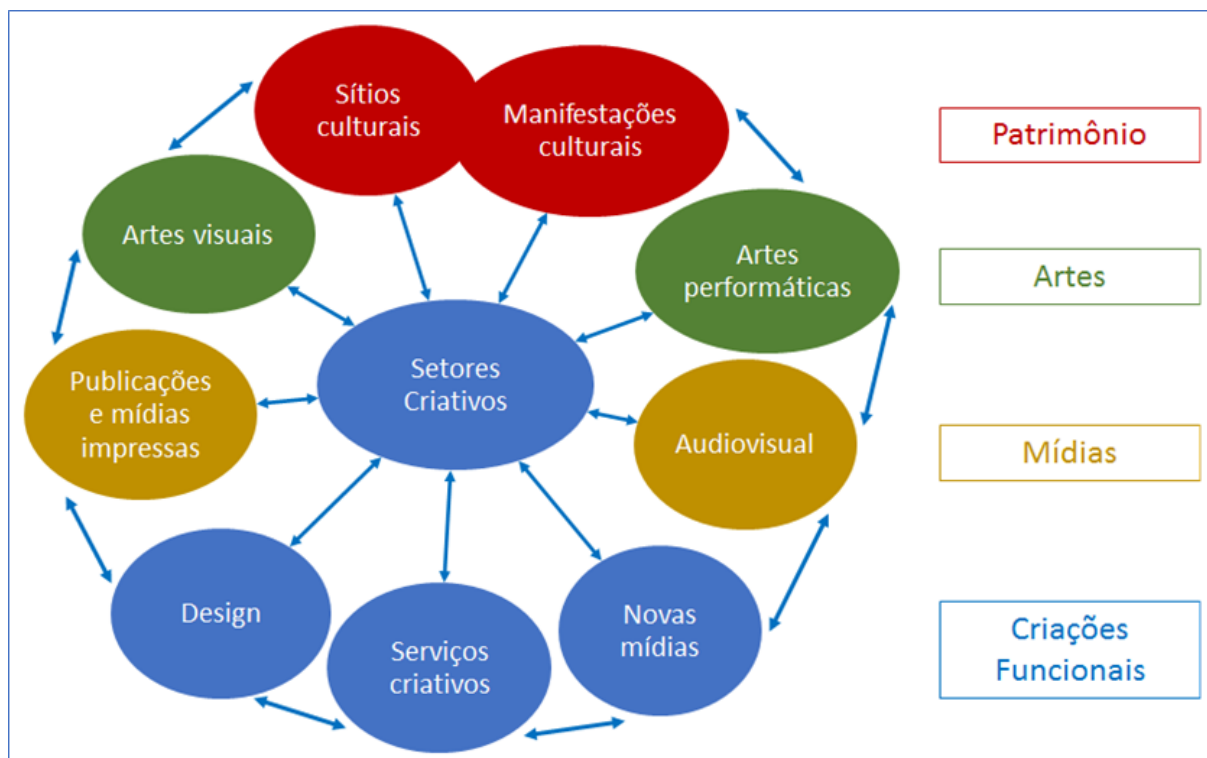
Fonte: Dados da pesquisa.

A partir da fase embrionária da indústria criativa muitos estudiosos se detiveram a aprofundar o tema,

Dentre outros pesquisadores e estudiosos, Stuart Cunningham e John Hartley, em particular, têm dedicado especial à extensa pauta de questões que rodeia o tema das indústrias criativas e da economia criativa – com particular preocupação para aquelas questões que mais de perto remetem ao plano conceitual: o que é a economia criativa? O que (e quais) são as indústrias criativas? será a economia criativa tão somente uma ampliação da economia da cultura ou trata-se de um conceito indispensável ao quadro de referência do que vem sendo chamado de “nova economia”? o que diferencia as indústrias criativas das indústrias culturais? qual o impacto do conceito do ponto de vista das políticas governamentais? (MIGUEZ, 2006, p.11).

Para a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD (2005), as indústrias criativas estão divididas em quatro categorias: patrimônio cultural, artes, mídia e criações funcionais, conforme figura 2. Para essa instituição, economia criativa são os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como insumos primários, constituindo-se numa série de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis, serviços artísticos e intelectuais intangíveis, com conteúdo criativo, valor econômico e objetivo de mercado.

Figura 2 – Classificação dos setores criativos



Fonte: UNCTAD (2008)

Destacamos a percepção de que a indústria é um setor da economia e foi a partir desse setor, indústria cultural, que surgiu a denominação de indústria criativa. Significa dizer, conforme Reis (2012) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD (2007) que a economia criativa contém a indústria criativa. Essas indústrias:

são os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial. (UNCTAD, 2010, p.38).

Para uma melhor compreensão da temática, precisamos fazer uma introspecção de como chegamos até o termo indústria e economia criativa. Para tanto, precisamos entender a definição tradicional e contemporânea do que é indústria e como se dá essa discussão na dimensão do intangível sendo de fundamental importância visto que, ao longo desses anos girou em torno da cultura, chegando, até, a ser considerada a mesma coisa: indústria criativa é indústria

cultural, ou economia criativa como ampliação da economia da cultura. Para a UNCTAD (2010)

“Economia cultural” é a aplicação de análise econômica a todas as artes criativas e cênicas e às indústrias patrimoniais e culturais, sejam de capital aberto ou fechado. Ela se preocupa com a organização econômica do setor cultural e com o comportamento dos produtores, consumidores e governos nesse setor (UNCTAD, 2010a, p. 35).

Essa semelhança persiste até hoje ao percebermos nos investimentos para a promoção do setor criativo, que será aprofundado no capítulo 5, o efeito polissêmico da falta de definição do termo economia criativa. O conceito tradicional de indústria representa o conjunto de atividades produtivas que se caracterizam pela transformação de matérias-primas, de modo manual ou com auxílio de máquinas e ferramentas, no sentido de fabricar mercadorias. Esse conceito,

De uma maneira bem ampla, entende-se como indústria desde o artesanato voltado para o autoconsumo até a moderna produção de computadores e instrumentos eletrônicos. A indústria moderna surgiu com a Revolução Industrial (séculos XVIII-XIX), como resultado de um longo processo que se iniciou com o artesanato medieval, passando pela produção manufatureira (primeiro momento da organização fabril) A indústria contemporânea caracteriza-se pela produção em massa nas fábricas, na qual os objetos padronizados resultam da intensa mecanização e automação do processo produtivo[...] (SANDRONI, 2009, p.300)

A grande questão definidora, da economia criativa, é ter nascido posterior ao conceito ou definição do termo indústria criativa. A construção do conceito de economia, enquanto ciência, passou por um longo processo para definir e conceituar indústria. Essa indústria, surge na Primeira Revolução Industrial, no fim do século XVIII e início do século XIX, também como a economia criativa na Inglaterra, tendo por definição, segundo o dicionário econômico ou qualquer outro, ser uma atividade econômica que visa transformar matéria-prima em produtos comercializáveis, utilizando para isto, força humana, máquinas e energia. Ou, é toda atividade humana que através do trabalho transforma matéria prima em produtos manufaturados que podem ou não, serem comercializados.

Aqui a criatividade é voltada para gerar produtos. Não há dúvidas, na literatura sobre o tema, de que a Austrália e o Reino Unido são as matrizes da economia criativa. Merece destaque o fato do primeiro país trazer na sua definição, a

ampliação do conceito de cultura, enquanto no segundo, observa-se a presença da criatividade.

Se buscarmos a origem do tema constataremos que,

...é exatamente da Austrália que vem o primeiro olhar mais atento da academia sobre o tema economia criativa e das indústrias criativas. A Austrália, vale lembrar, pode ser considerada como uma espécie de foundingfather da temática das indústrias criativas pois foi o Governo Australiano que, em 1994, desenvolveu o conceito de CreativeNation como base de uma política cultural voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país, conceito que acabou rapidamente alcançando o Reino Unido e levou o New Labour, o assim chamado novo Partido Trabalhista inglês, no manifesto pré-eleitoral de 1997, a identificar as indústrias criativas como um setor particular da economia e a reconhecer a necessidade de políticas públicas específicas que potencializassem o seu expressivo ritmo de crescimento. . (MIGUEZ, 2006, p.5)

Para alguns autores, a indústria criativa e a indústria cultural são as mesmas coisas como assinala Askerud (2008) apud Reis (2008),

Estamos mudando para um entendimento das indústrias culturais, mais frequentemente entendidas agora como indústrias criativas, centradas na capacidade produtiva e de inovação do conhecimento e da informação – em vez de em um conceito mais tradicional de cultura e de indústrias culturais, ligado à noção clássica de belas-artes. (ASKERUD, 2008, apud REIS, 2008, p.28)

A percepção de economia da cultura é tida como o ramo da economia que estuda a relação entre cultura e os fenômenos econômicos. Aqui não entramos no mérito conceitual do termo cultura e seus aspectos polissêmicos. Contudo, a economia da cultura, por já ter o seu conceito claramente definido, conseguiu estabelecer os parâmetros da indústria cultural. Portanto, sabendo-se o que é economia da cultura é possível mensurar a indústria cultural.

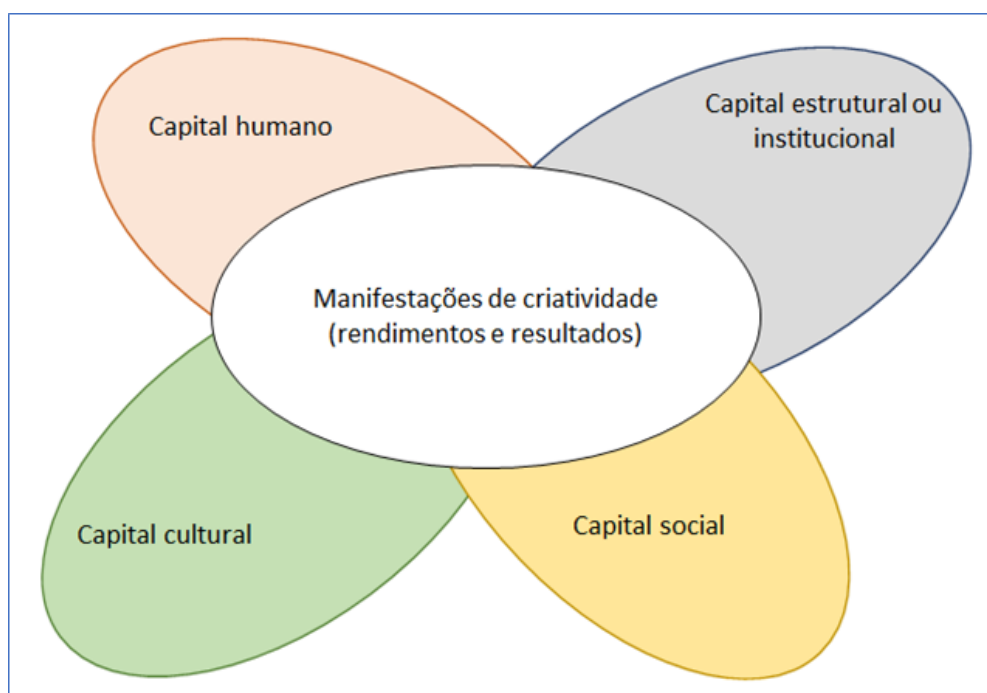
Com a economia criativa, foi o processo inverso. Ao invés de se definir a economia criativa, definiu-se primeiro a indústria criativa que muitas vezes foi e é confundida com a indústria cultural que, ao longo do tempo, caminhava em outra direção. Segundo Duarte, apud Silva (2010)

Tal denominação [Indústria Cultural] evoca a ideia, intencionalmente polêmica, de que a cultura deixou de ser uma decorrência espontânea da condição humana, na qual se expressaram tradicionalmente, em termos estéticos, seus anseios e projeções mais recônditos, para se tornar mais um campo de exploração econômica, administrado decima para baixo e voltado apenas para os objetivos supramencionados de produzir lucros e de garantir

adesão ao sistema capitalista por parte do público (DUARTE, 2007, apud SILVA, 2010, p 9).

O fato é que, seguindo a mesma linha de raciocínio e que advogamos, a economia criativa é o ramo da economia que estuda a relação entre criatividade e os fenômenos econômicos. Cabe salientar, também, a existência da polissemia do termo criatividade, mas relacionada à economia criativa, traz em seu entorno a necessidade da inovação para materializá-la e ao objetivo ao qual se destina.

Figura 3 - Interação dos 5 Cs da criatividade e 4 tipos de capital



Fonte: UNCTAD, 2010a, p.4

No Brasil, o tema entra na agenda governamental a partir do Decreto nº 7.743 de 01.07.2012 que evidencia uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.) com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC). À SEC compete propor, conduzir e subsidiar a elaboração, a implementação e avaliação de planos e políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa brasileira e coordenar ações para o seu desenvolvimento. Cabe salientar que, esta secretaria conta com as diretorias de Desenvolvimento e Monitoramento e de Empreendedorismo, Gestão e Inovação.

A Secretaria de Economia Criativa criada é vinculada ao Ministério da Cultura e considera 20 setores dentro da economia criativa: artes cênicas, música, artes visuais, literatura e mercado editorial, audiovisual, animação, games, software

aplicado à economia criativa, publicidade, rádio, TV, moda, arquitetura, design, gastronomia, cultura popular, artesanato, entretenimento, eventos e turismo local.

Os dados da tabela 1 dão conta do nível de ocupação do segmento criativo no Brasil, na região nordeste e na Bahia. Neles constatamos que o Nordeste participa com 21,5% dos ocupados no seguimento criativo e a Bahia com 4,7% no cenário nacional e 21,8% na Região Nordeste. Quanto aos rendimentos médios percebe-se que na Bahia o rendimento médio real dos ocupados no segmento criativo corresponde a 77,0% da média nacional, enquanto que na região Nordeste esses rendimento corresponde a apenas a 64,0% dessa mesma média.

Tabela 1 - Número de ocupados no segmento criativo e rendimento médio real – Bahia, Região Nordeste e Brasil – 2012

ESPECIFICAÇÃO	BRASIL	REGIÃO NORDESTE	BAHIA
Número de ocupado valor absoluto (1000 pessoas)	3.650	785	171
Rendimento Médio Real (R\$)	1.553	994	1.196

Fonte: IBGE

Quando avaliamos a contribuição das indústrias criativas para a geração de empregos no Brasil, as informações da tabela 2 exibem essa realidade. Nelas podemos perceber que 67,5% dos empregos gerados nos setores criativos são originários da Arquitetura & Engenharia; Publicidade; Design; Software e computação & telecom, em contraposição as atividades tipicamente culturais que respondem por apenas 19,5 dos empregados.

Tabela 2 - contribuição das indústrias criativas para a geração de emprego no Brasil 2012

SEGMENTOS	EMPREGADOS	PARTICIPAÇÃO (%)
Arquitetura & Engenharia	230.258	28,4
Publicidade	116.425	14,4
Design	103.191	12,7
Software, computação & telecom	97.241	12,0
*Mercado editorial	49.661	6,1

Tabela 2 - contribuição das indústrias criativas para a geração de emprego no Brasil 2012

SEGMENTOS	EMPREGADOS	PARTICIPAÇÃO (%)
Moda	44.062	5,4
Pesquisa & desenvolvimento	37.251	4,6
*Artes	32.930	4,1
*Televisão & rádio	26.004	3,2
Biotecnologia	23.273	2,9
*Filme & vídeo	20.692	2,6
*Música	11.878	1,5
*Artes cênicas	9.853	1,2
*Expressões culturais	6.813	0,8
Total	809.533	100,0

Fonte: Firjan. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, Rio de Janeiro 2012

Nota: * Tipicamente culturais.

O acesso das classes menos favorecidas apoia-se na **UNESCO (2009)**, segundo a qual existem duas categorias na economia criativa: a dos setores criativos nucleares e dos setores criativos relacionados. A primeira categoria diz respeito a setores que são originalmente criativos tendo como exemplos: patrimônio natural e cultural, espetáculos e celebrações, artes visuais e artesanato, livros e periódicos, design e serviços criativos, audiovisual e mídias interativas. A segunda categoria corresponde a setores que não são originalmente criativos, mas que se relacionam com os setores criativos, por meio de serviços turísticos, esportivos, de lazer e entretenimento, são exemplos: turismo, serviços de hospitalidade, esportes e lazer e parques temáticos e de diversão.

Independente da categoria a que se refira, o tema “economia criativa” emerge em todos os movimentos organizados no sentido das proposições ou solicitações de respostas às grandes desigualdades sociais. Neste contexto, a “Economia Criativa” desempenha um importante papel, não apenas por ser ela própria um fator dessas desigualdades, mas, sobretudo, por contribuir na construção dos sujeitos autônomos e senhores dos seus destinos.

Esse crescimento econômico é um processo de longo prazo até mesmo nos grandes centros criativos,

A despeito de todo o desenvolvimento conceitual, político e de poder ser considerada, ainda hoje, o maior centro produtor de conhecimento sobre a economia criativa, a Austrália tem sido historicamente deficitária no comércio de produtos culturais. Segundo dados do CCII/QUT, o País exporta cerca de 540 milhões e importa 2,4 bilhões de dólares australianos. As importações provêm, em ordem decrescente, da China, Reino Unido, Estados Unidos, Malásia e Japão. E as exportações dirigem-se, em mesma ordem, à Nova Zelândia, Estados Unidos, Reino Unido, Cingapura e Hong Kong. A Austrália possui 1,6% do mercado internacional de mídia e entretenimento e 6,3% do mercado asiático desse setor (MADEIRA, 014, p.115).

Outra perspectiva importante para o estudo sobre economia criativa é a de Rubim (2014) que participa da discussão, salientando que:

Necessário se faz não só perceber as potencialidades inscritas – ainda não realizadas, nem automáticas – na economia criativa, mas lutar para que o seu desenvolvimento aconteça orientado por valores como: socialização das oportunidades, expansão das liberdades, desconcentração dos empreendimentos, respeito à diversidade cultural, construção colaborativa, justiça social, solidariedade, democratização da sociedade etc...(RUBIM, 2014, p. 79)

Nesse mesmo raciocínio, Miguez (2007) assevera que a economia criativa trata dos bens e serviços baseados em textos, simbólicos e imagens e refere-se ao conjunto distinto de atividades assentadas na criatividade, no talento ou na habilidade individual, cujos produtos incorporam propriedade intelectual e abarcam artesanato tradicional às complexas cadeias produtivas das indústrias culturais.

Rocha (2006) parte do pressuposto de que alguns setores da economia como música, cinema, designer, publicidade e propaganda associam-se em um novo setor e potencializam um novo ramo da economia, agregando valores, com capacidade de gerar renda, alicerçado na criatividade e inovação que passa a ser o elemento chave desse modelo criativo. Para esse autor, ideias geram produtos, serviços e valores materiais e imateriais que passam a ser consumidos em escalas crescentes pela população mundial.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2013) combina o conceito estabelecido por Howkins (2001) com o conceito da UNCTAD (2010b) para definir economia criativa e suas implicações. Destarte, segundo esse instituto, economia criativa:

- É um conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade - como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços ;

- É um conceito em evolução com base em recursos criativos potencialmente geradores de crescimento e desenvolvimento econômico;
- Pode promover ganhos de geração de renda, criação de emprego e exportação, promovendo a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano; e
- Abrange aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e a propriedade intelectual numa mesma dimensão e tem relações de transbordamento muito próximo com o turismo e o esporte.

Do exposto e ressaltando o processo sistêmico de construção e difusão do conhecimento para “Economia Criativa”, agregam-se a este, perspectivas de difusão das economias criativas como processos representativos e significativos das realidades socioeconômicas, sociopolíticas, socioculturais e sócio educacional a partir das análises tradicionais, críticas e pós-críticas.

Portanto, indispensável analisar e refletir sobre a difusão das economias criativas adotadas pelo Estado, nas agências de fomento que respaldarão as políticas públicas para esse setor. A “Economia Criativa” é, portanto, a economia do intangível, do simbólico e se alimenta dos talentos criativos dos indivíduos e das instituições.

Esse conceito, portanto, parte do pressuposto de que o êxito de uma organização social, a agência de fomento, depende da mobilização da ação construtiva conjunta de seus componentes, pelo trabalho associado, mediante reciprocidade que cria um “todo” orientado por uma vontade coletiva. Esta, aliás, é condição fundamental para que a “Economia Criativa” se processe de forma efetiva no interior das organizações de fomento, tendo em vista a complexidade e a importância de seus objetivos e processos.

A contemporaneidade nos apresenta um cenário bastante complexo, onde a diversidade é uma de suas marcas essenciais. Nesse contexto, as diferenças se apresentam como uma construção histórica que engloba uma multiplicidade de aspectos, que vão da política ao poder. A “Economia Criativa”, como dimensão que perpassa por esses aspectos, assume um papel central, na medida em que a mesma afeta sobremaneira as forças produtivas, a produção do conhecimento e a comunicação do mundo contemporâneo.

Podemos nos aproximar de um conceito inicial de economia criativa referenciada pelo conceito de economia cultural. Se a economia cultural é o ramo da economia que estuda a relação entre a cultura e os fenômenos econômicos, deduzimos, então, que a economia criativa é o ramo da economia que estuda a relação entre criatividade e os fenômenos econômicos. O grande desafio é saber, de que forma o aumento da criatividade impacta nos resultados econômicos e como ocorrem as inter-relações com as instituições.

Nesse processo histórico, a distribuição das oportunidades do conhecimento em um determinado local, define as especificações de sua economia criativa, as formas de participação nas decisões políticas e as habilidades cognitivas, fruto do processo criativo local. A difusão da economia criativa nas agências de fomento da Bahia, ao estimularem e promoverem o processo criativo dos indivíduos, a partir da difusão, contribuirá para a formação de uma nova ordem econômica de poder no Estado da Bahia.

2.3.1. Considerações Preliminares da Contextualização: da Indústria Criativa à Economia Criativa

As indústrias fazem parte da humanidade desde a Primeira Revolução Industrial que teve início no final do século XVIII e começo do século XIX, na Inglaterra. Desde aquela época até os dias atuais, essa atividade econômica passou por uma enorme evolução tecnológica, além das mudanças quanto aos tipos de mercadorias produzidas.

Não por ironia, mas por uma questão de poder, a indústria criativa surge também naquele país, enfocando no seu conceito a propriedade intelectual e a criatividade como elementos fundamentais à resolução de problemas sociais, a exemplo da geração de emprego, inclusão e desenvolvimento.

O fato da economia criativa ser definida posterior à indústria criativa e, essa, originar-se da produção cultural, trouxe a falsa impressão de que as duas são sinônimos, embora tenham origem na mesma fonte: a criatividade. Destarte

A economia criativa, que resulta da soma da produção e do comércio de bens e serviços que possuem o conhecimento e a criatividade, ou seja, o conteúdo simbólico e intangível como elemento diferenciador, representa o conceito central e integrador da análise que segue.

Economia criativa é um conceito novo, ajustado ao delicado equilíbrio entre imperativos econômicos e o patrimônio de uma nação; capta as mudanças radicais advindas da revolução digital e dirige seu foco para outro modo de capitalização da criatividade e do conhecimento (MADEIRA, 2014, p. 24).

O primeiro país a empregar, em 1994, o conceito de criatividade para qualificar um projeto nacional foi a Austrália. A partir do *Creative Nation* se enfatizou a contribuição do trabalho criativo para aquele país, com vistas a dimensionar o impacto das novas tecnologias para o desenvolvimento da produção cultural.

O Reino Unido, por conseguinte, é considerado o marco legitimador da economia criativa com a publicação dos estudos referentes às vantagens competitivas da economia britânica. Isto ocorreu no Governo trabalhista do Primeiro-Ministro Tony Blair que priorizou esse segmento.

Quanto ao surgimento do termo, Economia Criativa, este surgiu pela primeira vez na matéria de capa da revista *Business Week* (28/8/2000) em uma série que foi chamada *The Twenty First Century Corporation* onde se discutia as mudanças eminentes da gestão corporativa tradicional. É daí que vem o conceito da economia criativa, fruto do grande sucesso de vendas nos Estados Unidos. Segundo Howkin (2001), “são atividades nas quais a criatividade e o capital intelectual são a matéria-prima para a criação, produção e distribuição de bens e serviços e geradoras de propriedade intelectual”.

Merece destaque, dez anos depois, o Relatório da Unctad da Economia Criativa evidenciar, na tabela 3, os países que exportaram cerca de US\$ 406,992 bilhões, em 2008, obedecendo três categorias: economias desenvolvidas, em desenvolvimento e em transição. Os dados dão conta de que os países desenvolvidos auferiram 55,8% das exportações, os países em desenvolvimento 43,3% e os países em transição 0,9%.

Tabela 3 - Exportações de produtos criativos em 2008

ECONOMIAS	Valores em bilhões US\$	%
Desenvolvidas	227,103	55,8
Em desenvolvimento	176,211	43,3
Em transição	3,678	0,9
TOTAL	406,992	100,0

Fonte: UNCTAD, 2008

Na discussão da definição ou conceito da economia criativa os autores brasileiros, se esquivam na sua maioria da utilização da propriedade intelectual como eixo norteador. A nosso juízo isso procede se, e somente se, considerarmos que ainda não temos estruturado os processos de solicitação de registros ou solicitação de patentes, pois, no Brasil, essa discussão é muito recente.

Sem o viés da propriedade intelectual, que não está apenas ligado a tecnologia de ponta, fica difícil conceituar economia criativa e isso implica em continuarmos investindo na cultura e denominando-a de economia criativa. Na verdade, esse investimento e entendimento da economia da cultura em detrimento da economia criativa, pode ser uma opção política caracterizada por uma das abordagens da economia criativa: indústrias criativas, economia criativa, cidades e espaços criativos e economia criativa como estratégia de desenvolvimento indústria criativa, economia criativa, economia criativa como estratégia de investimento.

2.4. ABORDAGENS DA ECONOMIA CRIATIVA

Como sabemos, além de contar e refletir sobre diversos assuntos, os pesquisadores também conjecturam sobre a maneira de entender e se conceber a economia criativa, desta maneira, encontramos diversas abordagens na definição do conceito de economia criativa, cada qual defendendo seu modo de pensar a respeito do tema, propondo métodos e teorias de análise.

Sendo assim, a presente discussão tem como objetivo refletir sobre a produção do conhecimento, de forma sintética, a partir de diferentes modelos e abordagens, sendo possível conhecer diferentes concepções da economia criativa de forma a fazer uma análise comparativa, buscando estabelecer enfoques, semelhanças e diferenças entre os autores.

Com esse intuito, foram selecionados, para esta tese, os seguintes modelos: modelo do DCMS do RU, modelo de textos simbólicos, modelo de círculos concêntricos e modelo de direitos autorais da OMPI. Quanto às abordagens: indústria criativa, economia criativa como estratégia de desenvolvimento, economia criativa e cidades e espaços criativos.

A contemporaneidade nos apresenta um cenário bastante complexo, onde a diversidade é uma de suas marcas essenciais. Nesse contexto, as diferenças se apresentam como uma construção histórica que engloba uma multiplicidade de aspectos, que vão desde as questões naturais àquelas que dizem respeito à natureza, à economia, à política e ao poder.

A “Economia Criativa”, como dimensão que perpassa por estes aspectos, assume um papel central, na medida em que a mesma afeta sobremaneira as forças produtivas do mundo contemporâneo. Nesse processo histórico, as abordagens da economia criativa, em um determinado país ou região, definem as especificações de sua economia, as formas de participação nas decisões políticas e as reações da população aos avanços do processo democrático.

Antes de entrarmos na questão das abordagens do conceito de economia criativa, urge o entendimento dos modelos que foram criados para sistematizar as características estruturais das indústrias criativas. Não é propósito dessa tese se aprofundar nos diversos modelos, logo, refletiremos a partir dos quatro modelos estabelecidos pelo Relatório das Nações Unidas, onde cada modelo possui uma lógica específica, dependendo dos pressupostos subjacentes acerca do objetivo e do modo de operação das indústrias. Cada um deles leva a uma base um tanto diferente para classificação em indústrias “centrais” e “periféricas” dentro da economia criativa, enfatizando, novamente, as dificuldades de definir o “setor criativo”. Cada um deles leva a uma base um tanto diferente para classificação em indústrias “centrais” e “periféricas” dentro da economia criativa, enfatizando, novamente, as dificuldades de definir o “setor criativo”. (RELATÓRIO UNCTADb, 2010, p. 36).

As discussões sobre indústria criativa/cultural ou economia criativa passam por estes modelos que direta ou indiretamente estabelecerá o enfoque que determinado país pretende dar à economia da criatividade. Uma análise nas informações do quadro 15 dá conta de forma geral, tem-se dois modelos, DCMS e OMPI, que enfocam a propriedade intelectual como materialização da economia criativa e outros dois, textos simbólicos e círculos concêntricos, que privilegiam as artes e o valor cultural dos produtos culturais.

Aliás, essa tem sido a grande tônica do debate acerca da economia criativa nos países em via de desenvolvimento. Em linhas gerais, nestes países, indústria criativa é uma expansão da indústria cultural, crescendo o advento das novas tecnologias e inovações aos seus processos criativos. No Brasil, por exemplo, a concepção do Plano Brasil Criativo e Plano Bahia Criativa enfoca a economia criativa como

extensão da cultura e os investimentos nesse setor acompanham essa concepção: investe-se na indústria cultural, denominando-a de indústria criativa.

Outro fato que merece consideração são as categorias das indústrias dentro desses modelos e as empresas que fazem parte dela. Os dados do quadro 14 dão conta dessa realidade.

Quadro 14 - Sistemas de classificação para as indústrias criativas derivados de diferentes modelos

MODELOS			
DCMS do RU	Textos simbólicos	Círculos concêntricos	Direitos autorais da OMPI
Publicidade	<u>Indústrias culturais centrais</u>	<u>Artes criativas centrais</u>	<u>Indústrias centrais de Direitos Autorais</u>
Arte e antiguidade	Publicidade	Literatura	Publicidade
Artesanato	Filme	Música	Sociedades de gestão coletivas
Design	Internet	Artes cênicas	Filmes e vídeos
Moda	Músicas	Artes visuais	Músicas
Filme	Editoras	<u>Outras indústrias culturais centrais</u>	Artes cênicas
Vídeo e música	Televisão e rádio	Filmes	Editoras
Artes cênicas	Vídeos games e jogos de computador	Museus e bibliotecas	Software
Editoras	<u>Indústrias culturais periféricas</u>	<u>Indústrias culturais mais amplas</u>	Editoras
Software	Artes cênicas	Serviços de patrimônio	Software
Televisão e rádio	<u>Indústrias culturais sem distinção fixa</u>	Editoras	Televisão e rádio
Vídeo games e jogos de computador	Eletrônicos para consumidor	Gravação de sons	Artes gráficas e visuais
	Moda	Televisão e rádio	<u>Indústrias de direitos autorais interdependentes</u>
	Software	Vídeo games e jogos de computador	Material de gravação em branco
	Esporte	<u>Indústrias relacionadas</u>	Eletrônicos para

Quadro 14 - Sistemas de classificação para as indústrias criativas derivados de diferentes modelos

MODELOS			
			consumidor
		Publicidade	Instrumentos musicais
		Arquitetura	Papel
		Design	Fotocopiadoras
		Moda	Equipamento fotográfico
			<u>Indústrias de direitos autorais parciais</u>
			Arquitetura
			Vestuário, calçados
			Design
			Moda
			Utensílios domésticos
			Brinquedos

Fonte: UNCTAD, 2010b, p. 42

Cada um deles leva a uma base um tanto diferente para classificação em indústrias “centrais” e “periféricas” dentro da economia criativa, enfatizando, novamente, as dificuldades de definir o “setor criativo”, discutidas anteriormente. Os dados do quadro 15 evidencia o foco desses modelos.

Quadro 15 - Modelos e focos das classificações da economia criativa

Modelos	Defensores	Foco dos modelos
<i>Modelo do DCMS do RU</i>	DCMS, 1998	“indústrias criativas” aquelas que necessitam de criatividade, habilidade e talento, com potencial para a geração de riquezas e empregos por meio da exploração de sua propriedade intelectual (DCMS, 2001).
<i>Modelo de textos simbólicos</i>	Hesmondhalgh, 2002	Essa abordagem enxerga as artes “eruditas” ou “sérias” como sendo o território do estabelecimento social e político, e, portanto, foca a atenção na cultura popular.
<i>Modelo de círculos concêntricos</i>	Throsby, 2001	O modelo afirma que ideias criativas são originadas das artes criativas centrais na forma de som, texto e imagem, e que essas ideias e

Quadro 15 - Modelos e focos das classificações da economia criativa

Modelos	Defensores	Foco dos modelos
		influências se externalizam através de uma série de camadas ou “círculos concêntricos”, com a proporção do conteúdo cultural ao conteúdo comercial sendo diminuída conforme se afasta do centro
<i>Modelo de direitos autorais da OmpI</i>	Organização Mundial da Propriedade Intelectual - WIPO, 2003	O foco recai, assim, na propriedade intelectual como sendo a materialização da criatividade que foi utilizada na criação dos produtos e dos serviços incluídos na classificação. Faz-se uma distinção entre as indústrias que realmente produzem a propriedade intelectual e aquelas que são necessárias para veicular os produtos e serviços ao consumidor.

Fonte: UNCTAD, 2010a, p. 36

Sendo assim, a presente discussão tem como objetivo refletir sobre a produção do conhecimento, que nos leve a definição, a partir de diferentes abordagens. Assim será possível conhecer diferentes concepções da economia criativa, de forma a estabelecer semelhanças e diferenças entre as concepções dos autores. Com esse intuito foram selecionadas as abordagens exibidas no quadro 16.

Essas abordagens estão atreladas aos seus principais precursores, uma vez que cada um deles definiu a economia criativa segundo suas perspectivas em torno da polissemia do termo a literatura, sobre o tema, atesta a existência dessas quatro abordagens principais.

Quadro 16 - Abordagens da economia criativa segundo seus defensores

Abordagens	Autores e Obras	Perspectiva
Indústrias Criativas.	Caves (2000); Florida (2002). <i>Creative industries: contracts between arts and commerce</i> <i>Art for the art's sake</i> <i>The rise of creative class.</i>	Entendidas como um conjunto de setores econômicos específicos, cuja seleção é variável de acordo com a vocação da região ou país e potencialidade de geração de riqueza, trabalho, arrecadação tributária e divisas.
Economia criativa como estratégia de desenvolvimento.	Howkins (2001); UNCTAD (2005).	Desmembrando-se em duas abordagens complementares. A primeira tem por base o conhecimento da criatividade, portanto do capital humano, para o

Quadro 16 - Abordagens da economia criativa segundo seus defensores

Abordagens	Autores e Obras	Perspectiva
		fomento de uma integração de objetivos sociais, culturais e econômicos, diante de um modelo de desenvolvimento global pós-industrial excludente, portanto insustentável. Nesse antigo paradigma, a diversidade cultural e as culturas em geral podem ser vistas como obstáculos ao desenvolvimento, em vez de nutrientes de criatividade e de resolução dos entraves sociais e econômicos.
Economia Criativa.	Howkins (2001). • <i>Creative economy: how people make Money from ideas.</i>	Além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços nos setores econômicos tradicionais (e.g. o impacto da moda sobre o têxtil ou o da arquitetura sobre a construção civil) e as conexões que estabelecem entre eles. Cada forma de proteção de propriedade intelectual corresponde a uma indústria criativa.
Cidades e espaços criativos	Landry (2000). • <i>The creative city: a toolkit for urban innovators.</i>	Vistos como espaços nos quais as conexões, inovações e cultura revelam e valorizam as singularidades locais, em dimensões tão complementares quanto a econômica, a cultural, a social, a urbanística e a turística.

Fonte: Dados da própria pesquisa, Adaptado de Reis, 2014.

A abordagem da indústria criativa tem sua gênese no Reino Unido, a partir do Programa “*Creative Nation*”, que mapeou o poder econômico das atividades criativas em detrimento da produção industrial do modelo fordista existente naquele país. Os setores criativos do Reino Unido são: propaganda, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, moda, filme e vídeo, software, de lazer, música, artes do espetáculo, edição, serviços de computação e software, rádio e TV.

É a partir da abordagem de indústria criativa que assistiremos o debate entre os defensores da indústria criativa, enquanto sinônima da industrial cultural, e a percepção de que são distintas, embora advindas da mesma gênese: a criatividade. Essa discussão começa no período pós-guerra no momento em que o termo

indústria atrelado à cultura, levava ao entendimento da mesma produzida em larga escala, tirando do indivíduo a qualidade em prol da quantidade. Nos dias atuais, apesar da discordância, os países desenvolvidos ou em vias de desenvolvimento admitem que a indústria cultural está atrelada à comercialização de bens intangíveis

Significa dizer que qualquer definição de economia criativa, enfoca-se numa dessas abordagens que

John Howkins e Jeremy Rifkin tentam demonstrar que a economia do conhecimento e a sociedade da informação atingiram um novo patamar, marcado por uma mudança de perspectiva ou simplesmente de ênfase. Informações e ideias estão entrelaçadas, mas uma economia de ideias – a própria definição de economia criativa de Howkins – é voltada para o talento pessoal, para a imaginação, em uma palavra: para a criatividade (MADEIRA, 2014, p. 53).

Segundo Florida (2000), para entender a geografia econômica da criatividade atual e os seus efeitos, é preciso um olhar especial sobre o que ele chama de "os 3 Ts" do desenvolvimento econômico: tecnologia, talento e tolerância. Esses elementos precisam ser trabalhados conjuntamente, e nunca isolados, para atrair pessoas criativas, gerar inovação e estimular o crescimento econômico. Florida, busca estabelecer a concepção de economia criativa a partir dos trabalhadores, ou, como ele denomina: a classe criativa.

Na verdade, o que fica das abordagens da definição das indústrias e economia criativa é a percepção de que a abordagem das indústrias criativas, a partir dessa abordagem, representa um conjunto de atividades econômicas específicas que envolvem geração de divisas. Ou seja, o termo indústria perde a conotação da transformação da matéria prima para a produção, distribuição e consumo em larga escala.

Para a abordagem da economia criativa como estratégia de desenvolvimento, tal perspectiva implica na percepção de investimento contínuo na economia criativa, entendendo que a indústria da cultura está dentro da indústria criativa e não o contrário. Para tanto, se faz necessário a separação, clara, entre estes dois segmentos, implicando em investimento significativos e estruturantes em Ciência, Tecnologia e Inovação e uma nova configuração do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI, com setor específico para a economia criativa.

Cidades e espaços criativos, como bem salienta Reis

por sua vez vistos sob distintas óticas: 1) de combate às desigualdades e violência e de atração de talentos e investimentos para revitalizar áreas degradadas (FLORIDA, 2005; LANDRY, 2006); 2) de promoção de *clusters* criativos, destacando-se entre os mais expressivos o distrito cultural do vinho na França, o *cluster* multimídia de Montreal, os parques criativos de Xangai e o polo de novas mídias de Pequim, descrito por Cheng yu Xiong; 3) de transformação das cidades em polos criativos mundiais, não raro de maneira articulada com a política do turismo e atração de trabalhadores criativos, conforme mencionado por Kovács na África do Sul. Quando não bem conduzido, porém, isso pode engendrar um eventual processo de gentrificação e, na ausência do envolvimento comunitário, um esfacelamento das relações locais e a exclusão de pequenos empreendimentos criativos e da diversidade; 4) de reestruturação do tecido socioeconômico urbano, baseado nas especificidades locais, como é o caso de Guaramiranga, com seu Festival de Jazz e Blues, e de Paraty, tendo por bandeira a Flip (REIS, 2008, p. 26).

Segundo Reis (2008), uma cidade atinge essa abordagem a partir de três fases. A latência, que representa a criatividade esparsa na cidade, a liderança não existe, as conexões não ocorrem e o espaço público não têm a devida atenção; A catálise, que é a criatividade se aglutinando na busca de conexões, a partir da mobilização da liderança e o espaço público, heterogêneo, embora com áreas negligenciadas como espaço sem dono; por fim, a terceira fase significa a consolidação da cidade como criativa e, para tanto, a criatividade encontra-se difusa, nos espaços urbanos, graças à liderança compartilhada, provocando o reconhecimento do espaço público. Os dados da tabela 4 evidenciam essas fases e suas interlocuções.

Tabela 4 - Fases de transformação para uma cidade criativa

ATRIBUTOS	LATÊNCIA	CATÁLISE	CONSOLIDAÇÃO
Criatividade	Esparsa	Em polos	Difusa
Liderança	Inexistente	Desencadeadoras	Compartilhada
Mapas mental e afetivo	Desconhecidos	Ampliados	Sobrepostos
Conexões	Nas pontas	Entre nodos	Em rede
Espaço público	Espaço de ninguém	Híbrido: espaço de ninguém e de todos	Espaço de todos

Fonte: Reis, 2011, p. 13.

Por fim a abordagem da economia criativa representa

A aproximação da cultura com a economia, bastante significativa na segunda metade do século passado, foi atualizada pela recente aproximação em sentido inverso: fala-se com intensidade crescente sobre a incorporação da cultura pela economia. Importante ressaltar que a culturalização da economia representa a abordagem que tem encontrado maior ressonância na produção atual da economia da cultura, ao vincular a chamada virada cultural com as transformações do capitalismo (MADEIRA, 2014, p. 43).

A abordagem da economia criativa pretende substituir o paradigma tradicional para além das indústrias criativas com o objetivo de verificar as conexões estabelecidas entre a cadeia produtiva tradicional e a cadeia produtiva criativa. Implica em perceber os impactos dos bens industriais criativos na economia tradicional.

2.4.1. Considerações Preliminares das Abordagens da Economia Criativa

É a partir da abordagem de indústria criativa que assistiremos ao debate entre os defensores da indústria criativa, enquanto sinônimo da indústria da cultura, e a percepção de que a indústria cultural é distinta da economia criativa, embora advindas da mesma gênese: a criatividade. Se assumirmos que indústria criativa e indústria cultural representam o mesmo conceito, o Brasil e a Bahia tem investido significativamente no setor criativo.

Porém, se estabelecermos que as definições são distintas, chegaremos à conclusão de que estamos investindo em um setor, em detrimento do outro e, na expectativa de que os resultados beneficiem o setor preterido, a exemplo da economia criativa. Quando avaliamos as abordagens da indústria criativa e a definição da mesma na literatura, no Brasil, chegamos a conclusão que ela é definida como extensão do conceito da indústria cultural.

Um dos impactos da opção por essa abordagem fez com que o Brasil abrigasse a Secretaria da Economia Criativa – SEC, no Ministério da Cultura – MinC, sem considerar outras possibilidades, a exemplo da criação do Ministério da

Economia Criativa – MINEC, ou abrigá-la no Ministério de Ciências, Tecnologia e Inovação.

Por outro lado, estão os que consideram absoluta ignorância, o fato de pessoas desassociarem indústria cultural e indústria criativa, sem levar em conta a relação existente entre as duas. Para fundamentar o argumento, exemplificam a cadeia produtiva e sua inter-relação com diversos setores da criatividade.

3. A DESTRUIÇÃO CRIATIVA E A ECONOMIA CRIATIVA: UM OLHAR NA TEORIA DE SCHUMPETER E NA MATERIALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE

Neste capítulo discutiremos o processo da destruição criativa (*the process of creative destruction*) que segundo o seu criador, Schumpeter (1934), representa o empreendedorismo e a inovação, atuando na economia enquanto promotores do desenvolvimento econômico a partir da teoria do ciclo. Como diz ele:

Duas coisas podem ser chamadas de periodicidade. Em primeiro lugar, o simples fato de que todo boom é seguido por uma depressão, toda depressão por um boom. Mas isso nenhuma teoria pode explicar numericamente porque obviamente depende dos dados concretos do caso individual. No entanto minha teoria dá uma resposta geral: o boom termina e a depressão começa após a passagem do tempo que deve transcorrer antes que os produtos dos novos empreendimentos possam aparecer no mercado. E um novo boom se sucede à depressão, quando o processo de reabsorção das inovações estiver terminado (SCHUMPETER, 1982, p. 142).

Em outras palavras seria: para que o novo surja o antigo tem que morrer ou adaptar-se às novas realidades.

Antes de refletirmos mais detidamente a destruição criativa, contextualizaremos: o empreendedorismo em Schumpeter e outras concepções; a experiência dos etno-empresendedores como prenúncio da gênese de uma economia criativa; algumas definições e abordagens de inovação na contemporaneidade rumo à destruição criativa.

3.1. EMPREENDEDORISMO SCHUMPETERIANO

No Brasil, há uma falsa interpretação do que venha a ser empreendedorismo e economia informal que, às vezes, são definidas como sinônimo para alguns estudiosos do tema. Para os autores que entendem empreendedorismo diferente de economia informal, o primeiro pode constituir-se em vetor de regulamentação do segundo. Rezende et al (2012) salienta que o panorama do empreendedorismo no mundo é elaborado pela “*Global Entrepreneurship – GEM*, desde de 1999, através

da parceria de duas universidades: “*London bussines School*” (Inglaterra) e a Babson College. Aqui,

O Brasil vem participando da pesquisa desde 2000 com dados coletados pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Propriedade (IBQP) com o auxílio do SEBRAE, do Serviços Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI/PR), do Serviço Social da Indústria (SESI/PR) e da Universidade Federal do Paraná – UFPR (REZENDE at all, 2012, p. 27).

O empreendedorismo, segundo Julien (2010), pode ser definido a partir de quatro abordagens como se segue. Antropológica e psicológica, que a partir da personalidade do indivíduo define-se seu espírito empreendedor; sociológica, representa o empreendedor como criador de organização; geográfica ou de economia regional, considerando o empreendedor um dos principais atores econômicos, mas, não o único, e econômica que percebe o empreendedor como um simples agente econômico.

Outra perspectiva de empreendedor, útil à percepção do que venha a ser empreendedorismo, é a de Fillion (1999). Para este teórico, sinteticamente, temos duas correntes que abrangeriam as abordagens da definição do empreendedorismo: as que associam empreendedor à inovação, considerada pioneira no campo da economia e que enfatiza aspectos atitudinais representadas pelos psicólogos.

A corrente adotada para desenvolvimento dessa tese é a corrente dos economistas, a partir dos estudos de “Schumpeter” e sua destruição criadora conforme o tópico 3.3. Neste capítulo, trataremos da concepção “Schumpeteriana” de empreendedorismo, da destruição criadora, do etno-empreendedorismo no pós-abolição e da correlação com a economia criativa e seu processo histórico na Bahia.

Na contemporaneidade, muito se discute sobre o termo empreendedorismo e tecnologia. Esta discussão traz à tona a necessidade de se ousar e, conseqüentemente, criar oportunidades para si, enquanto empreendedor, e para aqueles que não detêm o fator capital, mas dispõem do fator trabalho, tecnologia social e criatividade.

Contudo, percebe-se, ao longo da história econômica mundial, indivíduos que se tornaram empreendedores, não por deter o capital, mas, por uma circunstância da época e por ser esta iniciativa, a única possibilidade de sobrevivência: a

tecnologia social³. Cabe ressaltar que estas iniciativas muito contribuíram para o crescimento e desenvolvimento econômico do continente. A palavra empreendedorismo vem do termo “entrepreneur” de origem francesa e significa: aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELLAS, 2001).

Na idade média, o termo empreendedor foi usado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção, mas não assumia grandes riscos e os recursos dos empreendimentos vinham do governo.

No século XVII vamos encontrar a importante contribuição de Richard Cantillon, escritor, economista e um dos criadores do termo empreendedorismo, em diferenciar o capitalista, do empreendedor. Para esse pensador, o capitalista era aquele que fornecia o capital e o empreendedor aquele que assumia riscos.

No século XVIII percebe-se, efetivamente, a diferença entre o capitalista e o empreendedor devido ao início da industrialização mundial e dos financiamentos de projetos por parte dos investidores.

Nos séculos XIX e XXI percebe-se uma confusão entre empreendedores, gerentes ou administradores. Segundo Dornellas (2001), isto ocorre até os dias atuais, reduzindo o termo a aspectos econômicos e os participantes sempre a serviço do capital. Nesta época, surge a discussão acerca do administrador versus empreendedor e à luz do debate conclui-se que todo empreendedor deve ser um bom administrador; para obter êxito, no entanto, nem todo bom administrador será um bom empreendedor.

Diante do exposto, acerca do empreendedorismo, vejamos então algumas concepções sobre o tema e, dentre elas, a que referencia a base epistemológica desse projeto: Joseph Schumpeter. Assim, analisaremos Richard Cantillon (2010), Joseph Schumpeter (1949) e Kirzner (1973).

Cantillon (2010) estabelece em sua análise a diferença entre o capitalista e o empreendedor. Para esse teórico, o risco é o marco fundamental do empreendedorismo.

³ O termo “Tecnologia Social - TS” representa todo o produto, método, processo ou técnica, criado para solucionar algum tipo de problema social e que atenda aos quesitos de simplicidade, baixo custo, fácil aplicabilidade (e replicabilidade) e impacto social comprovado.

Schumpeter (1949) define o espírito empreendedor da seguinte forma: “...empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (SCHUMPETER 1949 apud DORNELAS, 2005, p.39).

O autor vai ao encontro da economia criativa ao entender que o desaparecimento de antigas formas é resultado da criação das novas e em todos os sentidos, na atualidade, o autor está presente, desde a economia do conhecimento a um novo paradigma de produção, como é o caso da economia criativa.

Já para Kirzner (1973): “... o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente”. Para qualquer que seja a definição de empreendedorismo, os teóricos estabelecem alguns aspectos que sempre estarão presentes ao processo de empreender. São eles: iniciativa e paixão pelo que faz; utilização dos recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive, aceitar assumir riscos e a possibilidade de fracassar.

Na discussão acerca do empreendedorismo, ouve-se falar da incapacidade do crédito e do capital para o pequeno empreendedor. Essa discussão nos leva a questionar a característica do empreendedorismo: econômico ou social. As informações do quadro 17 explicam e diferenciam essas qualidades.

Quadro 17 - Características dos empreendedores segundo seus objetivos.

Empreendedor	Empreendedor Social
É individual	É coletivo
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para a comunidade
Tem o foco no mercado	Tem foco na busca de soluções para problemas sociais
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o impacto social
Visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades de negócios	Visa resgatar pessoas da situação de risco e promovê-las

Fonte: Rafael Art, 2012.

No item 3.2, a seguir, sinalizamos com uma experiência exitosa dessas características de empreendedorismos no Brasil e na Bahia. Trata-se de uma única experiência com as duas modalidades, pois no quilombo, era empreendedor social e na metrópole, na negociação de seus produtos, era empreendedor econômico.

3.2. ETNOEMPREENDEDORISMO... DESPERTAR DA ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA?

Embora a discussão tecnológica neste projeto seja de base Schumpeteriana, consideraremos, aqui, a Tecnologia Social (TS) definida como todo o produto, método, processo ou técnica, criado para solucionar algum tipo de problema social e que atenda aos quesitos de simplicidade, baixo custo, fácil aplicabilidade (e reapplicabilidade) e impacto social comprovado.

Essa Tecnologia Social (TS) nos remete a uma proposta inovadora de desenvolvimento (econômico ou social), cuja base é a disseminação de soluções para problemas essenciais na esfera socioeconômica. Vale dizer que essas TS podem originar-se no âmbito comunitário ou no acadêmico, atrelando saberes populares a conhecimentos técnico-científicos. Nessa tecnologia, a eficácia é alcançada a partir do momento que o desenvolvimento se multiplica no seio dos que a criaram e implementaram, melhorando a qualidade de vida. Nessa direção, temos a perspectiva de que

...Artefatos ou processos que resultem da ação de um empreendimento em que a propriedade dos meios de produção é coletiva, onde os trabalhadores realizam atividades econômicas de modo autogestionário e a gestão e alocação dos resultados é decidida de forma participativa e democrática. (DAGNINO, 2012, p.2)

Já o Instituto de Tecnologia Social – ITS acrescenta novos elementos a essa definição. Para ele,

O trabalho com o termo TS (Tecnologia Social) nasce, assim, na história do ITS (...), o esforço de reconhecimento do tipo de produção e atuação específica das ONGs, que de modo geral revela uma relação diferenciada entre a produção e aplicação de conhecimento. (...) É um modo de legitimar as ONGs junto ao sistema de CT&I (permitindo que tenham acesso a recursos à produção científica, tecnológica e inovadora do país) e também organizar e disseminar experiências que contenham elementos de TS. (...) A reflexão e a

construção do conceito de TS devem ser capazes de melhorar práticas sociais e de contribuir para que novos significados para a produção de conhecimento sejam construídos, aproximando os problemas sociais de soluções e ampliando os limites da cidadania. (ITS, 2004, p.123)

Assim, percebemos no debate acerca da TS, a preocupação com a periferia e as classes sociais mais necessitadas que buscam suas próprias estratégias para a solução de seus problemas e, ao mesmo tempo, questionam o papel da ciência, da tecnologia e das inovações na esfera governamental.

O “etnoempreendedorismo” busca identificar as formas de sobrevivência dos libertos no período pós-abolição, na cidade de Salvador. Deve-se esclarecer que esses indivíduos foram submetidos a um regime sem um contrato formal de trabalho, sobrevivendo, graças a sua capacidade criativa e empreendedora de montar pequenos negócios, a exemplo de: tabuleiros de doces, artesanatos, ourives, transportes de passageiros, baiana de acarajé, pai e mãe de santo, agricultura de subsistência, oficinas, terreiros de candomblés etc. Empreendimentos dessa natureza serão qualificados, aqui, como “etnoempreendedorismo”.

A justificativa dessa discussão nesse estudo, passa pela construção da trajetória dos libertos, pela possibilidade de se perceber, através dessa tese, a evolução das formas de sobrevivência dos ex-escravos em Salvador e pela carência da produção acadêmica sobre o tema na perspectiva da economia criativa.

Na busca de material que consubstanciasse a origem da economia criativa, na Bahia, estabelecemos histórico para compreender as formas de sobrevivência do negro no período pós-abolição, utilizando-nos, também, da pesquisa bibliográfica, da pesquisa histórica e da pesquisa documental. Essas fontes escritas foram compostas inicialmente por periódicos, jornais da época, estatutos e regimentos de corporações de ofícios e livros. Em suma, o que nos inquietou e moveu a criação e adoção do termo etnoempreendedorismo é saber como se deu os limites e possibilidades de sobrevivência dos libertos, no período pós-abolição em Salvador e em que condições?

O Brasil foi o último país do mundo a abolir o tráfico negreiro. Vale dizer que o tráfico explicava a escravidão e não o contrário. Assim, a escravidão é um empreendimento que apesar das circunstâncias e das condições dos escravos,

forçará, no pós-abolição, os libertos a buscarem formas de sobrevivência e a se tornarem empreendedores dos seus próprios destinos. Isto posto, vislumbramos identificar as formas de sobrevivência dos libertos no período pós-abolição, na cidade de Salvador.

Ao longo do sistema escravocrata, percebe-se o surgimento dos espaços de convivência entre várias etnias. Esses espaços eram construídos a partir de um ponto comum: a busca da liberdade.

Essa liberdade estava atrelada a uma forma de produção alternativa que não fosse nos moldes “plantation”, culminando com o aumento da produção e com a melhoria da qualidade de vida dos que ali residissem. É nessa perspectiva que o Quilombo toma força e durante dezenas de anos representa esta produção alternativa, espaço de resistência e sobrevivência e local de formação profissional.

Nesses espaços desenvolvia-se o artesanato, o cultivo de milho, a culinária, o jogo de búzios, feijão, mandioca, banana e cana-de-açúcar, além do comércio com aldeias vizinhas. Isso mostra que os escravos já produziam, vendiam e acumulavam, em pequena proporção, capital para compra de liberdade e alforrias dos escravos. Com a abolição (1888), o empreendimento “quilombo” perde o significado para o escravo e o liberto vai para os grandes centros, em busca de oportunidades que não encontrarão. Esses libertos levam consigo o capital humano, formado nos quilombos e nos engenhos, mas sem o mercado de trabalho e seu principal fator de produção: a terra. Daí cabe a seguinte questão problema: como se deu os limites e possibilidades de sobrevivência dos libertos, no período pós-abolição em Salvador e em que condições criativas?

Vale dizer que os libertos foram obrigados a criar alternativas para sobreviver e estas se constituíram geradoras de renda, ou seja, em bens de capital. Destarte, quando se avalia a concepção de quilombo e sua forma de organização pode-se deduzir à luz das teorias dos autores que o quilombo é a representação do empreendedorismo no Brasil, ainda que não tenha sido construído com esse objetivo. Percebe-se também, ao longo da história, que o sistema de produção “quilombola” concorria com a consolidação da implantação do sistema capitalista eminente e naquele modo de produção o mecanismo de preço não se fazia presente.

Um exemplo disto pode ser apontado no momento em que os “quilombolas” trocavam seus excedentes produtivos, a preço bem mais em conta comparados aos preços praticados pela Corte, por produtos e armamentos fruto de outra forma de produção. Essa é uma das perspectivas que o quilombo é destruído, pois, concorria com o sistema que a metrópole pretendia implantar no país: o capitalismo.

O período pós-abolição levou o liberto a buscar alternativas de sobrevivência e empreendedoras para se manter no novo modo que se implantara e ele, não tinha sido preparado para empreender qualquer que fosse a forma. Quando discutimos o pós-abolição, na Bahia, nos damos conta que

Há uma certa unidade nos pareceres apresentados, embora separadamente, pelos membros da comissão externa nomeada pelo Senado do Estado da Bahia quanto aos problemas da lavoura no Estado e às possíveis soluções. O problema da falta de braços foi diagnosticado como resultado da preferência do ócio do ex-escravo e da inadaptabilidade do imigrante europeu. A solução asiática foi apresentada como a mais viável, apesar de todos os preconceitos contra o chinês. (CUNHA, 2004, P. 173)

Virgílio David, Apud Cunha (2004) relata: “[...] A pequena agricultura, isto é, a subdivisão do solo, tornado propriedade de muitos lavradores e explorado sistematicamente, com recursos limitados, mas na mesma relação productivas, pode ser e é o único meio de levantar a lavoura da Bahia.

A ocupação da mulher liberta, em Salvador no pós-abolição, era a prostituição como bem é evidenciado,

o escravo embrutecido pela educação que recebe e pela vida que leva, não conhece o que seja honra, nem o que seja dever; não conhece a repressão moral só obedece a repressão material. Resulta dahi que a prostituição, como todo o Cortejo de vícios humanos é a condição da mulher escrava ; e que o ódio e o desejo 'ardente, insaciável de vingança, é o sentimento mais forte do coração do negro, para com a raça branca em geral, e para com seu senhor em particular (MENEZES, 1896, P. 8).

Vale destacar que desta profissão ela já detinha o conhecimento, pois, era obrigada a manter relações com o senhor, na senzala com o reprodutor e todos àqueles que o seu “dono” assim o desejasse. O diferencial, no pós-abolição, é, faria por profissão, criando uma forma de sobreviver.

Fruto da pouca educação que recebeu, o liberto, buscava a todo tempo, uma forma de sobreviver. Segundo Fraga (2011), constatou-se “tempos de infortúnios” que representou um momento de inospitalidade, epidemias, desabastecimento, inflação, baixos salários, desemprego etc. Segundo este autor, o que marca o período é a mendicância, o pedinte e o vadio, representando, assim, uma outra forma criada para sobreviver. O período da pós-abolição, segundo Cunha (2004),

tem sido interpretado nos termos de uma análise econômica global¹ e indiferenciada, ancorada em três vertentes: primeiro, nas vozes de lamento das elites; segundo, numa visão mais sistematizada e economicista; terceiro, nos marcos do processo de transição de uma economia colonial-escravista para uma economia capitalista. (CUNHA, 2004, p. 123).

Os dados da tabela 5 dão conta do processo migratório em direção à capital 1872 – 1892. Neles podemos perceber que Salvador, por ser a metrópole, comportava o maior fluxo migratório.

Tabela 5 - Migração na Bahia de 1872-1892

CIDADES	(%)
Salvador	34,7
Cachoeira	34,6
São Felix,	34,6
Feira de Santana	34,6
Itaparica	34,5
Geremoabo	34,5
Vila São Francisco	34,2
Ilhéus	34,2
São Gonçalo dos Campos	33,8
Santo Amaro	32,1
Bahia	35,4

Fonte: Viana, 1893.

Os negros muito contribuíram para o mundo com suas invenções que, por sua vez, implica em empreender para criar. Os dados do quadro 19 evidenciam essas criatividades. Essas invenções estão protegidas por Leis de propriedades

intelectuais, nos seus respectivos países. Os dados do quadro a seguir mostra-nos essas significativas invenções e seus referidos autores.

Quadro 18 – Invenções de etnoempreendedores na contemporaneidade

INVENÇÃO	AUTOR
Tábua de passar roupa	Sarah Boone
Máquina de colocar solas nos sapatos	Jan E. Matzlinger
Escova de cabelo	Lydia ° Newman
Pá de lixo	Lioyde P. Ray
Secadora de roupa	George T. Samon
Apontador de lápis	John Love
Máquina de datilografia	lee Burridge
Prensa de impressão avançada	W. A. Lovette
Máquina de cortar grama	John Burr
Mudança automática de marcha	Richard Spikes
Sistema de super carga para motores de combustão interna	Joseph Gammel
Semáforo	Garret A Morgan
Geladeira	John Standard
Fornalha de aquecimento	Alice Parker
Ar condicionado	Frederick Jones
Bonde elétrico	Elbert R. Robinson
Elevador	Alexander Miles
Caixa de correio	Philip Dowing
Máquina de carimbo e de cancelamento postal	William Berry
Filamento da lâmpada elétrica	Lews Howard Latimer
Forma para preservar e estocar o sangue	Charles Drews
Execução da primeira cirurgia aberta do coração	Dr. Daniel Hale Williams

Fonte: LEGRAND, 2005.

A situação racial do Brasil, ao longo de sua história é, sobretudo, de um modelo de produção escravista e de uma sociedade senhorial. Fernandes (1989) demonstra como os negros-africanos “são os testemunhos vivos da persistência de um colonialismo destrutivo, disfarçado com habilidade e soterrado por uma opressão inacreditável”. O autor mostra ainda como o povo negro, na sociedade brasileira atual procura, mediante protestos, manifestações culturais, simbólicas e da luta política, elaborar uma contra ideologia racial.

Sabemos o quanto é raro e complexo discutir, investigar e refletir sobre questões relacionadas com a vida, culturas de etnias e grupos ditos minoritários num

sistema educacional eurocêntrico, pautado num currículo monocultural que silencia as manifestações culturais diferentes daquela tida como superior. Pessoa de Castro (2001) faz a seguinte abordagem:

... em consequência do parâmetro que se colocou entre povos que conhecem uma forma de escrita literária e povos que se valem da tradição oral, os últimos terminaram sendo vistos como se fossem portadores de uma cultura inferior ou até mesmo desprovidos de qualquer tipo de cultura (CASTRO, 2001, p. 22).

Além disso, vale ressaltar que nosso conhecimento sobre as etnias minoritárias, principalmente, os negros, ainda é muito pequeno, apesar da intensa miscigenação e das trocas culturais, o afrodescendente continua diferenciado do não-negro. O mecanismo de tal diferenciação é o racismo, operando, sobretudo, pela discriminação no mercado de trabalho e pelo complexo de superioridade dos ditos não-negros. Dessa forma, tratar as questões relacionadas à problemática histórica negra é, sem dúvida, trazer à luz das discussões o conhecimento de uma história silenciada, uma história de privação cultural do povo negro.

Neste sentido, é de suma importância o resgate e a ressignificação do etnoempreendedorismo a partir do processo cultural e do ser negro, isto é, o resgate da humanidade do povo negro em face daquela moldura distorcida, que reforçam mutuamente a raça, a classe e o gênero. Essa ressignificação visa o despertar da consciência de um povo que muito contribuiu para a formação e construção de uma nação e da sua luta contra o preconceito e o racismo que reduz o potencial de um ser humano na sociedade da qual faz parte.

Não é só a intensidade do sofrimento vivido pelo negro, não é somente a humilhação contida nas representações alienantes e recalcadoras desde que a escravidão começou, ou da tentativa de anulação do ser cidadão que esse cenário foi construído para sedimentação do estigma mas, principalmente, a própria condição social e histórica de exclusão (Fernandes, 1989). A pobreza, o analfabetismo, o desemprego, queiramos ou não, afetam o conjunto da população brasileira como um todo, contudo, atinge com mais intensidade a significativa parcela de cor negra que, no período colonial sobreviveu através do empreendedorismo.

Observando a trajetória dos modos de produção adotados pelo Brasil, constatamos a economia de subsistência, a economia primário exportadora, a

economia agrícola, a economia industrial e, hoje, a economia criativa. Essas passagens representam a destruição criadora, uma vez que destrói o modo antigo de produção para dar lugar ao novo padrão de produção. Vejamos a seguir como se dá esse processo de destruição.

3.3. DESTRUIÇÃO CRIATIVA

A palavra criativa provém do latim “creare” e em termos de filologia relaciona-se com sentido de crescer, inculcando as noções de crescimento e de desenvolvimento. Biblicamente, o termo criação esteve ligado à procriação (procreare) e sugeria aumento, duplicação, crescimento, noção de divino e religião. A origem do termo provém desse processo dialógico.

O termo “destruição criadora” foi cunhado, inicialmente, pelo anarquista, economista Mikhail Bakunin (1942), que em seu ensaio, *A Reação na Alemanha*, argumentava em favor da ação revolucionária da negação, resumida na frase: a paixão pela destruição é uma paixão criativa. Merece destaque o contexto da terminologia que se deu em relação ao domínio, ideológico, da igreja, onde suas concepções impediam o povo de ser racional.

Outro filósofo que cunhara o termo de destruição criadora é Friedrich Nietzsche (1888), que, na busca da explicação do que seria criar, estabelece a vontade de vir a ser, é crescer, é dar forma, contudo, no criar também está incluído o destruir, dizia ele.

A concepção de destruição criativa que utilizamos nesta tese é a de Schumpeter que advoga o empreendedorismo e a inovação como elementos fundamentais para que se alcance o desenvolvimento econômico. Ao ser criticado pelo fato de não estabelecer uma periodicidade das crises dessas destruições, o autor salienta que existe a duração efetiva do ciclo.

A discussão da destruição criativa se dá na obra de Schumpeter (1950) intitulada: *“Capitalism, Socialism and Democracy”* (capitalismo, socialismo e democracia). O objetivo da parte discutida nessa temática é responder a seguinte questão: *Can Capitalism Survive?* (O capitalismo sobreviverá? Tradução nossa). No

decorrer de seus argumentos ele coloca que o capitalismo não sobreviverá, mas não via perspectiva de auto destruição do mesmo.

Segundo Schumpeter o capitalismo é, por natureza, mutável em seus métodos e mudanças e nunca estável, para ele

Capitalism, then, is by nature a form or method of economic change and not only never is but never can be stationary. And this evolutionary character of the capitalist process is not merely due to the fact that economic life goes on in a social and natural environment which changes and by its change alters the data of economic action; this fact is important and these changes (wars, revolutions and so on) often condition industrial change, but they are not its prime movers. Nor is this evolutionary character due to a quasiautomatic increase in population and capital or to the vagaries of monetary systems of which exactly the same thing holds true. Dessa forma capitalismo, então, é por natureza uma forma ou método de mudança econômica e não só nunca, mas nunca pode ser parado. E este carácter evolutivo do processo capitalista não é apenas devido ao fato de que a vida econômica se passa em um ambiente social e natural que muda e por sua mudança altera os dados da ação econômica; Este fato é importante e essas mudanças (guerras, revoluções e assim por diante), muitas vezes condicionam a mudança industrial, mas eles não são seus motores principais. Nem é este carácter evolutivo devido a um aumento quasiautomatic na população e do capital ou para os caprichos de sistemas monetários dos quais exatamente a mesma coisa vale. (SCHUMPETER, 1950, p. 82).

Quanto ao processo de destruição criativa, o autor salienta que o importante é perceber como o modo de produção capitalista gerencia as estruturas existentes e, muito mais importante, de que forma ele cria e destrói, destarte,

The fundamental impulse that sets and keeps the capitalist engine in motion comes from the new consumers' goods, the new methods of production or transportation, the new markets, the new forms of industrial organization that capitalist enterprise creates. O processo de destruição criativa que define e mantém a lógica capitalista em movimento vem de bens dos novos consumidores, os novos métodos de produção ou transporte, os novos mercados, as novas formas de organização industrial que a empresa capitalista cria. Tradução nossa (SCHUMPETER, 1950, p. 82).

Contudo, coube a Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) popularizar o conceito de “destruição criativa”. A obra que discute essa temática é *Capitalism, socialism and democracy* (1942) e as demais obras atentam para o processo de desenvolvimento econômico:

- *The theory of economic development* (1911), expondo o seu pensamento econômico e a teoria da destruição criativa sem se aprofundar nessa questão. Essa obra consolidou o caminhar do empreendedor;
- *Business Cycles* (1939), onde analisa a histórica e estatisticamente o processo capitalista. Schumpeter é o autor da denominação de ciclo Kondratiev, em homenagem a Nikolai Kondratiev, ao qual faz uso ao longo da sua teoria;
- *Capitalism, socialism and democracy* (1942), aqui é mostrado que as crises têm o papel fundamental de estimular as inovações, haja vista a necessidade da introdução de novas combinações de fatores produtivos para promover a retomada do crescimento e o papel dos empresários empreendedores sendo fundamental, ressaltando que estas inovações, inicialmente, destroem velhas empresas e antigos modelos de negócios, mas pouco a pouco criam novos parâmetros, possibilitando, dessa maneira, uma reorganização da economia ou mesmo uma nova ordem econômica. Assim, esta obra foi peça fundamental para a tese, pois, tratamos da destruição criadora;
- Imperialismo e classes sociais (1919); e
- História da análise econômica (1964).

Essas obras foram o sustentáculo para a definição de empreendedorismo e das inovações no processo da destruição criadora defendida pelo autor.

Para Schumpeter (1942), o empreendedorismo representa um elemento chave para a sua teoria do desenvolvimento econômico, uma vez que é ele, a partir do processo de inovação, que possibilita a destruição criadora ao reunir no empreendedor a versatilidade, a habilidade técnica para produzir e habilidade capitalista, ao lidar com recursos financeiros para produzir e melhorar as vendas da empresa.

A peça central à teoria da “destruição criativa”, em Schumpeter, é o empreendedorismo e a inovação. Dessa forma, a tecnologia, o crédito e o

empreendedorismo são as molas mestras da “destruição criativa”. Para ele, o empreendedor

é alguém versátil, que possui as habilidades técnicas para saber produzir e capitalistas ao reunir recursos financeiros, organiza as operações internas e realiza as vendas de sua empresa (SCHUMPETER, 1950)

O estudo inicial de Schumpeter foi ampliado, continuamente, por novas e diferentes adições, o que foi dando à sua teoria cada vez mais, densidade. Em seu livro “*Socialismo, Capitalismo e Democracia*” (1942), sugere que os processos de inovação na economia surgem devido às crises do capitalismo, pelo fato delas criarem a necessidade de se introduzir novas combinações de fatores produtivos para permitir a retomada do crescimento econômico. O autor atrela inovação ao crédito, visto que é o empresário inovador que reverterá o processo de crise cíclica. Segundo ele, o mundo passou por ondas de inovação tecnológica conforme os dados do quadro 19 abaixo:

Quadro 19 - Período e ondas de inovação tecnológica mundial

PERÍODO	ONDAS DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA
1790 / 1844	Fase da revolução industrial; Expansão do sistema fabril, carvão e ferro.
1845 / 1890	Difusão da máquina à vapor; Navegação a vapor; Estrada de ferro e fabricação de aço.
1895 / 1945	Expansão da eletricidade, da química e dos motores à combustão.

Fonte: Schumpeter 1950.

A base epistemológica dessa pesquisa é fundamental à realização dos objetivos desta tese é o estudo de Joseph Schumpeter sobre a teoria da “destruição criativa” e sua relação com a economia criativa. Essa teoria está relacionada com a tecnologia, o empreendedorismo, a inovação e o crédito. Contudo, o que observamos no Brasil e na Bahia, é que o governo não tem contemplado essas quatro variáveis criativamente, ou seja, o Estado se assumir enquanto principal credor desse processo.

Segundo Schumpeter, a essência do capitalismo é dinâmica e existem cinco casos de inovação de crédito na sua perspectiva:

- A introdução de um novo bem.
- A introdução de um novo método de produção ou comercialização dos ativos existentes.
- A abertura de novos mercados.
- A conquista de uma nova fonte de matérias-primas.
- A criação de um novo monopólio.

A partir desses casos, Schumpeter (1942) conclui que

as inovações dos empresários são a força motriz do crescimento econômico sustentado a longo prazo, apesar de que poderia destruir empresas bem estabelecidas, reduzindo desta forma o monopólio do poder. "O processo de destruição criadora" é o fato essencial do capitalismo, com o seu protagonista central do empresário inovador (SCHUMPETER, 1942, p.37).

No processo de destruição criativa, essas inovações, inicialmente, segundo Schumpeter, destroem velhas empresas e antigos modelos de negócios, possibilitando, dessa maneira, uma reorganização da economia ou mesmo um novo paradigma. Mas, ainda, segundo o autor, o conceito essencial desenvolvido já, em *A Teoria do Desenvolvimento Econômico* (1911), é que a inovação nasce na esfera da produção, não do consumo. A figura 4, a seguir, sintetiza a destruição criativa:

Figura 04 - Síntese da destruição criadora



A figura sintética da teoria da destruição criativa nos revela um processo contínuo de inovação e pressupõe uma instabilidade que alimenta o processo criativo. Esse processo depende, fundamentalmente, do crédito e nessa pesquisa, o Governo, a partir dos órgãos de fomentos, é quem direciona os recursos e, portanto, a sua definição será fundamental à eficiência da aplicação dos recursos na busca da promoção da economia criativa.

Cabe registrar a percepção de que o empreendedorismo na corrente pioneira dos economistas, implica em atrelar inovação à economia, conforme as duas correntes do empreendedorismo mencionadas anteriormente: economistas e psicólogo (Filion, 1999). Tomando como base a corrente do empreendedorismo/inovação, a economia criativa se faz presente no processo, no produto e no modo de produção como forma de sobrevivência e/ou o que hoje denominamos de geração de renda.

A economia criativa esteve, e estará por mais alguns anos, diante da seguinte questão: o empreendedor pode ter acesso ao crédito para inovar na perspectiva “schumpeteriana” ou fazer uso das tecnologias sociais que implicam em um gasto de escala menor. Em nível local, e com limitado apoio do Estado, as Tecnologias Sociais (TS) resolvem e atendem em alguns seguimentos, mas, longe de ameaçar ou concorrer com o paradigma tradicional sem as devidas políticas públicas. Nessa direção o tópico a seguir traz o empreendedorismo multifacetado com a economia criativa no período pós-abolição.

3.4. MATERIALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE

A inovação é a base da teoria da destruição criativa por ser ela a força motriz para promover o desenvolvimento econômico no capitalismo e essa inovação se dá no tempo e no espaço que, também, deve ser considerado. A criatividade sem a sua materialização é, apenas, ideia e para que a mesma seja inovação ou criação é preciso materializá-la.

Schumpeter, em 1934, apresentou o conceito de inovação de modo abrangente, para ele inovação:

- é a introdução de um novo bem com o qual os consumidores não estejam familiarizados;
- é a introdução de um novo método de produção e que tenha sido gerado a partir de uma nova descoberta científica ou um novo método de tratar comercialmente uma commodity;
- é a abertura de um novo mercado em que uma área específica da indústria não tenha penetrado, independentemente de o mercado já existir;
- é a conquista de uma nova forma de suprimento de matéria-prima ou bens parcialmente manufaturados; e
- é o aparecimento de uma nova estrutura organizacional em um setor.

Ao pensarmos na origem da indústria criativa, digo indústria criativa por entender que há diferença entre indústria e economia criativa, a economia criativa atende aos preceitos conceituais de inovação da perspectiva schumpeteriana. Mesmo advindo do processo criativo, o que foi mensurado no Reino Unido foi a materialidade da produção dos bens artísticos naquele país produzido.

Para Schumpeter o processo de inovação se dá justamente na crise a partir da busca do empresário em se manter no mercado. Essa disputa se dá ao longo de ciclos econômicos que ele identificou como: boom, um aumento que dura até o pico; recessão, uma queda do pico até a média; depressão, queda do produto da média até o vale e recuperação que é um aumento do produto até a média.

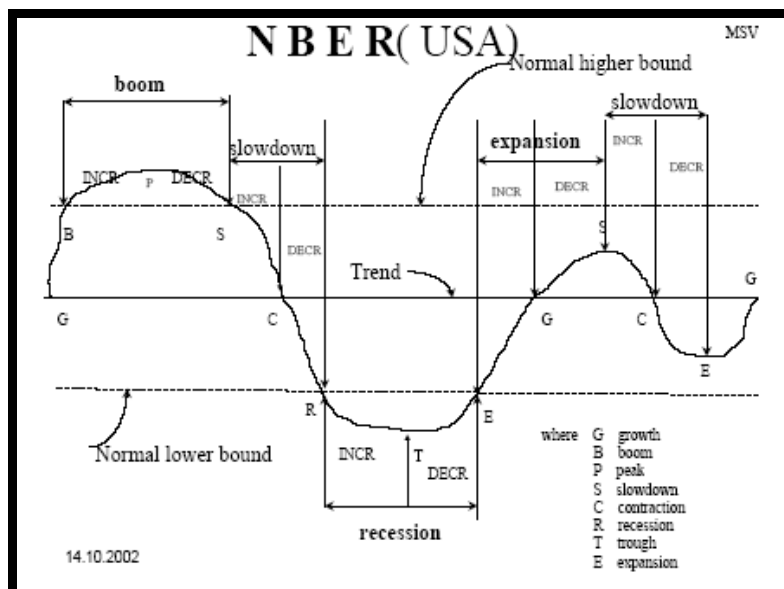
Mais uma vez, nos deparamos com notável coincidência com a indústria/economia criativa, visto que no Reino Unido foi identificado que os padrões capitalistas de produção estavam em declínio e se percebia o surgimento, ou possibilidade, de um novo padrão de produção, fruto da imaterialidade, só que, baseado na sua materialidade.

Ao trabalhar com os ciclos, vale ressaltar que Schumpeter utiliza o ciclos de Kondratiev (1992) – duração de 50 anos - e esses ciclos se adaptam á realidade da economia criativa, visto que: adaptam-se a mudanças tecnológicas; a duração e o tempo de maturação dos equipamentos de capital é que explicariam a duração dos ciclos econômicos e os investimentos vêm em ondas.

As ilustrações da figura 5 exibem como se dá a passagem do processo de inovação de um ciclo a outro. Neles podemos constatar o papel das flutuações que

dá origem aos ciclos econômicos. Em linhas gerais, a Kondratiev articula a expansão, a estagnação e a recessão que consistem em seus ciclos elementares.

Figura 05 - Flutuações do ciclo schumpeteriano



Fonte: KONDRATIEV, 1992.

O processo da inovação, do empreendedorismo, dos ciclos econômicos e das novas tecnologias tem a sua raiz nas concepções Malthuseanas e essas serviram de base para o ocidente, adotado pelo Brasil e difundido pela Organização Para Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE. Estas concepções deram origem ao Manual de Oslo por que

Seu argumento é de que o desenvolvimento econômico é conduzido pela inovação por meio de um processo dinâmico em que as novas tecnologias substituem as antigas, um processo por ele denominado "destruição criadora". Segundo Schumpeter, inovações "radicais" engendram rupturas mais intensas, enquanto inovações "incrementais" dão continuidade ao processo de mudança (MANUAL de OSLO, p. 26, 2005).

O dados do quadro 20 mostram os países que utilizam o Manual de OSLO para conceituar e definir inovações e esse manual é de base schumpeteriana, e alguns países, dentre eles o Brasil, que pretendem participar da Organização e Cooperação Para o Desenvolvimento Econômico – OCDE. Neles podemos identificar que os países de onde se originou as terminologias indústria/economia criativa (Austrália e Reino Unido) são membros dessa organização, implicando em partir dos mesmos pressupostos conceituais de inovação, ou seja, rezar na mesma cartilha.

Quadro 20 - Países membros da OCDE e prováveis entrantes

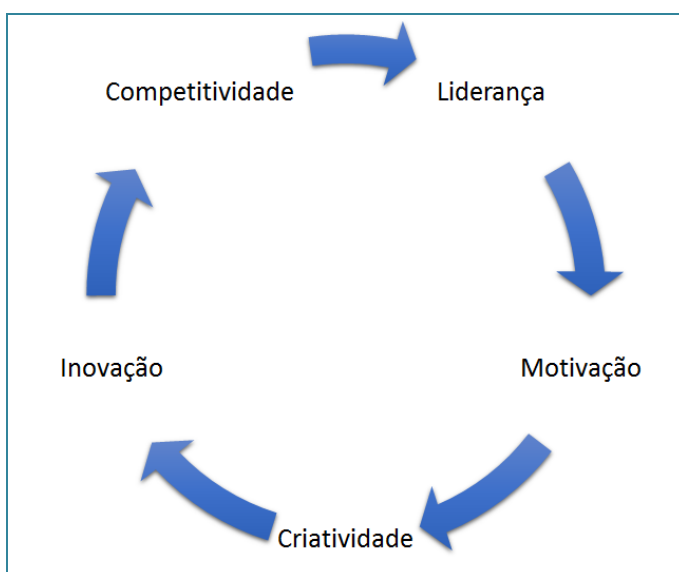
Países		
Membros	Candidato à adesão	Candidato à adesão e cooperação reforçada
Austrália, México, Bélgica, Nova Zelândia, Chile, Países Baixos, Dinamarca, Noruega, Alemanha, Áustria, Estônia, Polônia, Finlândia, Portugal, França, Suécia, Grécia, Suíça, Irlanda, República Eslovaca, Islândia, Eslovenia, Israel, Espanha, Itália, República Checa, Japão, Turquia, Canadá, Hungria, Coreia, Reino Unido, Luxemburgo, Estados Unidos e a Comissão da Comunidade Europeia faz parte do trabalho da OCDE.	Rússia.	Brasil, Indonésia, China, África do Sul e Índia

Fonte: <http://www.oecd.org/centrodemexico/paisesmiembros.htm>. 23/03/2015.23h15min.

O conceito de inovação para os países membros da OCDE, segundo o manual (2005), é o seguinte:

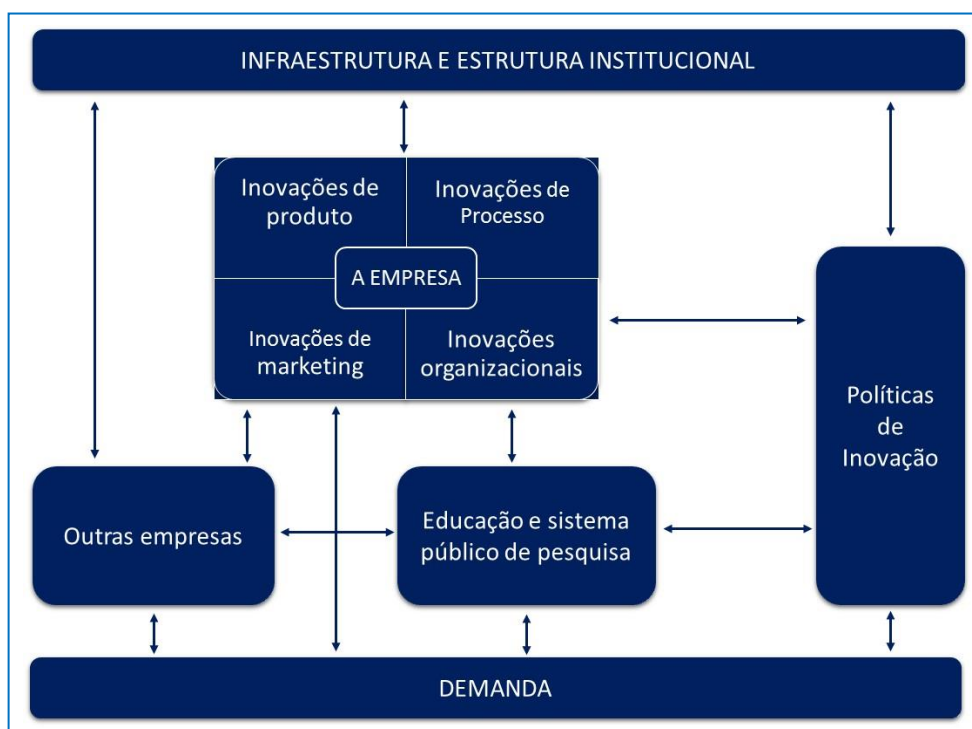
Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. (MANUAL de OSLO, p. 55, 2005).

Conforme visto anteriormente, o manual propõe uma lista de cinco tipos de inovação: I) introdução de novos produtos; II) introdução de novos métodos de produção; III) abertura de novos mercados; IV) desenvolvimento de novas fontes provedoras de matérias-primas e outros insumos e V) criação de novas estruturas de mercado em uma indústria. Essas inovações se interagem conforme informações contidas na figura 6 difundida pela UNCTAD (2010b).

Figura 6 – Ciclo da criatividade e inovação

Fonte: (UNCTAD 2010a)

A grande questão que se apresenta ao atrelarmos a economia criativa à inovação é perceber que tecnologia e a difusão do conhecimento é parte essencial. Vale dizer que nem todos os produtos criativos entram, ou querem participar, desse processo concorrencial, competitivo, liderança e motivacional. Esse é o caso da maioria dos produtos da economia da cultura. Some-se aí a estrutura organizacional conforme informações contidas na figura 7.

Figura 7 – Estrutura da mensuração da inovação

Fonte: Adaptado do Manual de OSLO, p. 42, 2005.

Um elemento essencial da economia da inovação, do empreendedorismo, da tecnologia e da economia criativa, é a alternativa do crédito. A economia criativa, no Brasil, tem sido financiada pelo poder público através dos editais pelos órgãos de fomento e não tem sido uma política de Estado que vise a geração de riqueza, geração de emprego e inclusão. Os dados do **quadro 21** dão conta do resumo dos principais conceitos de inovação, autores, visões e definições.

Quadro 21 - Resumo das definições/conceitos de inovação

Autores	Visão	Definições/Conceitos
Schumpeter (1939)	Econômica	Define inovação como uma função baseada em pensamento criativo e ação.
Rogers e Shoemaker (1971)	Difusionista	Uma inovação é uma ideia, uma prática, ou um objeto percebido como novo por um indivíduo.
Rotwell e Zegveld (1982)	Científica e tecnológica	Inovação envolve a criação de técnicas novas e úteis.
Porter (1985)		É um conjunto de melhorias na tecnologia e nos métodos ou maneiras de fazer as coisas.
Drucker (2003)	Empreendedora	Inovação é a ferramenta específica dos empreendedores, os meios pelos quais são exploradas as mudanças como oportunidades para novos negócios ou serviços diferentes.
Manual de Oslo (2005)	Sistêmica	Uma inovação é a implantação de um produto (bem ou serviço) novo ou, significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas.

Fonte: GIRARDI, 2010, p. 44.

Um dos elementos primordiais da inovação é o seu processo de difusão que, para Schumpeter (1934), se dá a partir do “boom” dos novos produtos e quase que de forma automática, com o surgimento de novos produtos e desaparecimento do velho. A difusão implica em disseminar as inovações e se ela não ocorre, não há impacto econômico e Segundo o Manual de OSLO (2005)

Durante um dado período, as atividades de inovação de uma empresa podem ser de três tipos: bem-sucedida, por ter resultado na implementação de uma inovação (embora não necessariamente bem-sucedida comercialmente); em progresso, por ainda não ter

resultado na implementação de uma inovação e abandonada antes da implementação da inovação. (MANUAL de OSLO, p. 25, 2005).

Essa concepção equivale a dizer que

Embora a inovação não seja o principal papel do Estado, mostra seu caráter potencialmente inovador e dinâmico – sua capacidade histórica, em alguns países, de desempenhar um papel empreendedor na sociedade – talvez seja a maneira mais eficiente de defender sua existência, e tamanho, de maneira proativa (MAZZUCATO, 2014, pg, 25).

Segundo o *Global Entrepreneurship Index – GEI* e o *Global Entrepreneurship and Development Institute - GEDI*, que medem o ranking de empreendedorismo mundial, em 2015 o Brasil ocupava a 92º dentre os 132 países analisados e hoje, 2016, ocupamos a 98º posição dos 137 países examinados. Cabe o registro de que, na América Latina, estamos à frente, apenas, do Paraguai e da Venezuela.

Esse estudo leva em consideração a cultura empreendedora e a percepção de oportunidades e aponta que o Brasil para melhorar o seu desempenho, no “ranking”, precisa investir em internacionalização, inovação de produto, capital humano e processo de inovação. Os três primeiros países do “ranking” são, respectivamente, Os Estados Unidos, Canadá e Austrália.

Por entender que discussão da inovação imbricada com o seu processo de difusão, nos ocuparemos de uma breve discussão, no tópico a seguir sobre a teoria da difusão da inovação e sua relação com o objeto dessa tese.

3.5. DIFUSÃO DA INOVAÇÃO EM ROGERS E A ECONOMIA CRIATIVA

Em 1962 o sociólogo Everett Rogers publicou sua tese de doutorado (PhD), onde havia feito uma extensa revisão de estudos relativos à difusão de inovações, notadamente de inovações tecnológicas no meio agrícola e que também incluía estudos em diferentes áreas, dentre elas marketing. Podemos dizer, sem medo de

errar, que o campo de estudos sobre adoção de inovações e mudanças, em geral, pode ser entendido antes e depois de Everett Rogers.

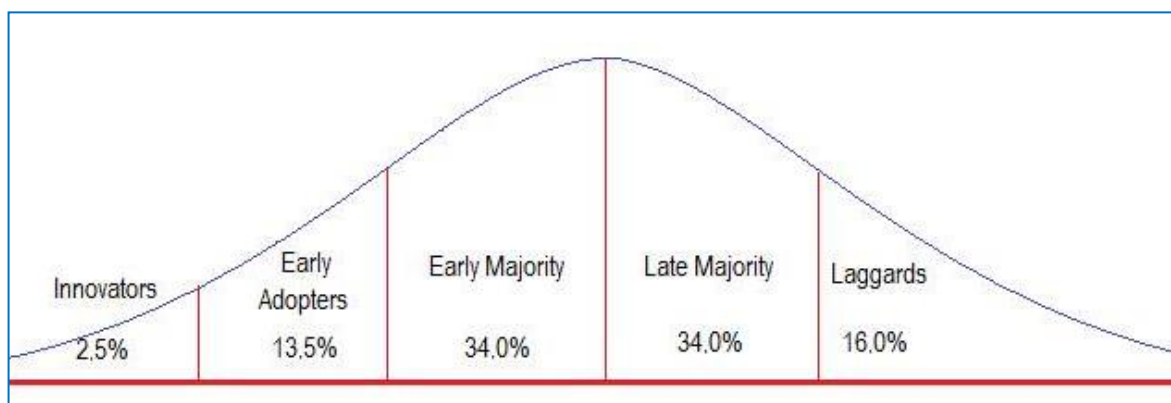
Ele foi, sem dúvida, um pesquisador acadêmico com uma rara combinação de gosto pelo trabalho de campo com uma capacidade impar para analisar dados e identificar padrões emergentes.

O estudo inicial de Rogers foi ampliado continuamente por novas e diferentes adições, o que foi dando à sua teoria cada vez mais densidade. O livro "Diffusion of Innovations" tornou-se um best-seller desde o início e nas edições subsequentes (1962, 1971, 1983, 1995 e 2003) o fato mostrou-se incontestado. Atualmente, a teoria de Rogers já é um clássico entre todos aqueles que se dedicam a estudar o fenômeno da difusão de inovações, sua adoção ou rejeição.

A opção pelos estudos de Everett Roger sobre a teoria da difusão da inovação interlocutando com a teoria de Schumpeter (1934) é pertinente, visto que nos interessa saber como se dá a difusão de políticas públicas para a economia criativa na Bahia e sob quais condições, a partir da teoria da difusão, do referido autor. Segundo Rogers (2003) as inovações não se difundem de modo linear em diferentes segmentos ou grupos sociais, identificando cinco etapas para a adoção de uma determinada inovação:

- Inovadores, que são um pequeno grupo que tendem a adotar novas tecnologias;
 - Primeiros a adotar, que constituem um grupo maior que o anterior;
 - Maioria inicial, que representa um público mais amplo alvo da inovação e sinaliza que a difusão está em processo e ganhou massa crítica;
 - Maioria tardia, que é um segmento amplo, porém, com resistência à inovação;
- e
- Retardatários, que é acatar a inovação quando a mesma está em fase madura.

A partir dessas etapas, Rogers conclui que o perfil da adoção de diferentes processos inovadores obedece a distribuição de uma curva normal, conforme a figura 08 a seguir.

Figura 08 - Processo de difusão da inovação

Fonte: Roger, 2003

Rogers, baseado na distribuição da curva normal e de forma pragmática, identificou alguns ruídos que dificultam a difusão de inovações em qualquer segmento: vantagem relativa; compatibilidade com sistema de valores; complexidade; possibilidade de testar e viabilidade da mudança e seus benefícios. Ainda segundo esse autor, existem três categorias de mecanismos de difusão: direta, quando as culturas são próximas uma das outras; forçada, que ocorre quando uma cultura subjuga a outra e impõe seus valores. Outro estudo de fundamental importância à realização dos objetivos deste projeto são os estudos de Everett Rogers sobre a teoria da difusão, visto que nos interessa indireta que é caracterizada pela presença de um intermediário para promover a passagem de uma cultura.

Desse modo, Rogers contextualiza quatro teorias da difusão que são: O hiperdifusionismo que parte do pressuposto de que todas as culturas se originam de uma única cultura; os círculos de cultura difusionismo, fundamentados no fato da cultura originar-se de um pequeno número de culturas; O difusionismo referenciado na teoria evolucionista, onde a sociedade é influenciada por seres humanos em constante evolução; e a bala de cultura (Mallory) que defende que o contato cultural ou migração leva a mudanças. Para que seja aceita, a inovação pode depender das seguintes características: a) vantagem relativa: o grau com que a inovação é percebida como melhor que a ideia antecedente; b) compatibilidade: o grau com que a inovação é percebida como compatível com os valores existentes, experiências passadas e necessidades dos adotantes potenciais; c) complexidade: diz respeito à dificuldade de entender e usar a inovação; d) possibilidade de ser testada: chance

de o usuário provar a inovação antes de adquirir; e) observabilidade: grau com que os benefícios da inovação sejam visíveis a outras pessoas. Com base nestas características, Rogers afirma que aquela inovação percebida como tendo vantagem relativa em relação àquilo que substitui, compatibilidade com o ambiente em que opera, possibilidade de ser testada, boa visibilidade por parte dos interessados e seja de fácil utilização, será adotada mais rapidamente que outras inovações.

Outra característica importante, citada por Rogers, é a possibilidade de uma inovação ser reinventada, durante os processos de adoção e difusão. Há muitos exemplos de produtos e serviços que passaram a ter novos usos ao longo de sua vida útil: a esponja de aço Bombril que acabou tendo mil e uma utilidades, a internet, criada inicialmente para troca de informações militares, nos EUA, e que se transformou em base para atividades acadêmicas, comércio eletrônico, entretenimento, imprensa, bancos, principalmente após a criação da interface gráfica World Wide Web, esta também considerada uma reinvenção radical.

Em relação aos canais de comunicação, Rogers tem as seguintes ideias: (a) canais de mídia de massa costumam ser mais rápidos e eficientes para informar potenciais adotantes sobre a existência da inovação; (b) canais interpessoais, principalmente a comunicação boca-a-boca, são mais eficientes em persuadir o indivíduo a aceitar a nova ideia; atualizando para o século XXI, fala-se na comunicação “micro-a-micro” que se propaga exponencialmente nas diversas redes sociais via internet; (c) a difusão de ideias ocorre mais frequentemente entre indivíduos provenientes de um mesmo sistema social, ou seja, entre indivíduos de uma mesma “tribo” linguísticas, sem afetar a cultura original.

Assim, refletimos sobre as políticas públicas, em especial o Decreto n.7.743/12, voltadas para a “Economia Criativa” e suas implicações, considerando a eficácia, a eficiência e a efetividade da gestão das políticas públicas criativas (PPC). Essas políticas são oriundas da Lei 12.243 de 02.12. 2012 que institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, culminando no decreto 7.743 de 01.07.2012 que evidencia uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.) com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC), originando, também, o Decreto 14.529/13 que institui o grupo de trabalho Bahia Criativa.

Para enriquecimento da discussão dessa análise, é preciso compreender as definições acerca da eficiência, eficácia e efetividade, elaboradas por estudiosos da área, uma vez que essa compreensão é condição necessária à análise da gestão, uma vez que a concepção é norteadora das práticas e efetividade das Políticas Públicas Para a Economia Criativa na Bahia – POPEC-Ba. Essa discussão será aprofundada no capítulo 5.

3.6. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES SOBRE A DESTRUIÇÃO CRIATIVA E A ECONOMIA CRIATIVA: UMA OLHAR NA TEORIA DE SCHUMPETER E NA MATERIALIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE

Neste capítulo, buscamos fazer uma análise da economia criativa a partir da teoria schumpeteriana da destruição criativa onde percebemos que essa destruição é inerente ao capitalismo e que o empreendedorismo e a inovação são as molas mestras do processo criativo. Merece destaque o fato de que no Brasil, segundo o SEBRAE (2016), o empreendedorismo tem como característica a necessidade e que é denominado de empreendedorismo de necessidade, representando 80,0% do empreendedorismo brasileiro.

Dentre os dois tipos de inovações, as que associam empreendedor à inovação, considerada pioneira do campo da economia e que enfatiza aspectos atitudinais representadas pelos psicólogos, a que melhor responde às nossas discussões nesta tese é a dos economistas capitaneada por Schumpeter (1936) e que dá ênfase à inovação e ao empreendedorismo. Ao adotar essa corrente, percebemos que a indústria/economia criativa não se adequa a exceção de alguns setores tidos como de alta tecnologia.

A tecnologia que se adequa aos empreendedores criativos voltados para a área cultural, na sua maioria, tende a utilização da tecnologia social em função de seus baixos custos de acessibilidade. Neste momento a perspectiva schumpeteriana de crédito, capital e taxas de juros não está voltada, e nem alcançam, os pequenos empreendedores. A propriedade intelectual, direitos advindos da criação do intelecto humano, não se materializa e o conceito de economia criativa cai por terra.

Na busca de enriquecer a discussão sobre a fase embrionária da economia criativa no Brasil e na Bahia, trouxemos, a partir da economia escravocrata, uma

experiência exitosa de empreendedorismo criativo: o etnoempreendedorismo. Trazer essa discussão para o campo da economia criativa deve-se ao fato da mesma representar um paradigma, digamos, de transição, funcionando paralelamente e indo de encontro ao modo de produção capitalista, em curso naquele momento.

Advogamos que o quilombo, símbolo maior de empreendedorismo em bases de tecnologia social, representava ameaça ao modo de produção capitalista e, por esse motivo, foi destruído. O fato de oferecer um modo de produção alternativa, novos produtos, gerar renda, inclusão de fugitivos (quilombolas) por si só nos remete a economia criativa, sem o elemento da propriedade intelectual.

A discussão da economia criativa enquanto vetor de mudança de paradigma está longe de ameaçar o modelo capitalista e sua contribuição ainda é muito pequena para a geração de emprego e renda, para a inclusão e para a distribuição da renda. Destruir, criativamente, implica em gerar o novo resultado das novas tecnologias, inovação e instabilizar o que está posto.

Temos observado o investimento no setor cultural, e agora com outros setores como games, computadores, design e produção científica, mas que não altera a lógica do capitalismo. Os dados exibidos na tabela 2 dão conta dessa realidade, neles verificamos que 81,1% dos empregos gerados nos setores criativos no Brasil são originários da Arquitetura & Engenharia; Publicidade; Design; Software e computação & telecom; Mercado editorial; Pesquisa & Desenvolvimento e; Biotecnologia. 18,9% são gerados nos setores, eminentemente, culturais: Moda; Artes; Televisão & rádio; Filme & vídeo; Música; Artes cênicas e Expressões culturais (FIRJAN, 2014).

A destruição criativa, no Brasil e na Bahia, tem se processado em alguns setores, notadamente na área de tecnologia computacional e games. Há uma forte relação entre criatividade e inovação que no mercado se processa a partir do seu impacto no produto, no preço e na empresa. A economia criativa em seu conceito embrionário, traz como elemento essencial, a propriedade intelectual que constata o impacto da inovação, mas no Brasil, o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI sequer tem um setor que pesquise ou avalie a economia criativa.

A destruição criadora traz em seu bojo a materialidade da criatividade, visto que o velho só desaparece ou se recolhe, se o novo se fizer presente. Não se trata

de propriedade intelectual, apenas, trata-se de mecanismos que registrem e evidenciem o surgimento de produtos e processos advindos da imaterialidade que se realiza no empreendedorismo e na inovação. As políticas de Ciência e Tecnologia, que serão tratadas no capítulo 5, devem estar atentas a esta realidade.

Não obstante a difusão dessas inovações, tem um papel fundamental de tornar possível a popularização das inovações. É nesse sentido que a teoria de difusão de Rogers (1962) nos apresenta quatro teorias da difusão: o hiperdifusionismo, os círculos de cultura difusionismo, o difusionismo e a bala de cultura (Mallory). A forte relação que se estabeleceu entre economia da cultura e economia criativa nos leva a aceitar, até porque vai ao encontro da concepção schumpeteriana, o difusionismo referenciado na teoria evolucionista, onde a sociedade é influenciada por seres humanos e novas formas de produzir em constante evolução.

4. OS PLANOS BRASIL CRIATIVO, BAHIA CRIATIVA E AS AGÊNCIAS DE FOMENTO: AS DEFINIÇÕES EXPRESSAS DE ECONOMIA CRIATIVA NOS DOCUMENTOS OFICIAIS

No capítulo anterior, discutimos com se dá a materialização da criatividade na perspectiva da destruição criativa, teoria de Schumpeter (1934), evidenciando o papel fundamental da inovação e da teoria do ciclo. Convém destacar que o conceito de inovação, aqui adotado, é aquele que associa empreendedor à inovação e que corresponde ao campo da economia.

Na tese que ora propomos, entre todos os Planos dessa natureza, elegemos a identificação das definições de economia criativa nos Planos com suas devidas Leis e Decretos, nas agências de fomentos e nos editais. Por outro lado, entendemos que investir no setor criativo, não depende apenas de políticas públicas, mas, sobretudo, da clareza conceitual que se tem nos referidos órgãos.

Buscando refletir sobre tais inquietações o que pretendemos nesse capítulo é Investigar quais as definições de economia criativa, nesse universo empírico, a partir da análise documental e suas implicações no processo de difusão na gestão do Partido dos Trabalhadores. Pretende-se relacionar as tensões existentes na definição, não contida, de economia criativa em termos de, eficiência, eficácia e efetividade.

Isto posto, cabe examinar até que ponto o Estado tem se constituído em um ente empreendedor com vistas a elevar a economia criativa á categoria de prioridade ou mesmo política de Estado. Essa perspectiva vai ao encontro de Mazzucato (2014) que estabelece um elo de ligação entre governo e tecnologia, inovação e empreendedorismo, atrelando a economia da inovação como P&D e crescimento. É como diz a autora,

Esses desafios exigiram visão, a ideia de missão e acima de tudo confiança em relação ao papel do Estado na economia. Como argumentou eloquentemente Keynes em seu célebre artigo “O fim do Laissez-faire” (1926, p. 46), “ o importante para o governo não é fazer coisas que os indivíduos já estão fazendo, e fazê-las um pouco melhor ou um pouco pior; mas fazer aquelas coisas que no momento não são feitas de forma alguma” (MAZZUCATO, pg. 27, 2014).

O que buscaremos, aqui, é evidenciar a sinalização do Estado rumo à economia criativa através de seus instrumentos balizadores nas devidas competências: os Planos, Leis, Decretos e documentos oficiais nas agências de fomentos. É disso que os próximos capítulos se ocuparão.

4.1. PLANO BRASIL CRIATIVO (PBC)...O NASCIMENTO DA SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA – SEC

O Plano Brasil Criativo – PBC começou a se desenvolver no início de 2011 sob a coordenação da Casa Civil da Presidência da República e em linhas gerais se propõe a integrar políticas e programas de diversos setores governamentais. O principal objetivo desse Plano é fortalecer a Economia Criativa Brasileira e inserir os segmentos criativos nas estratégias governamentais para o desenvolvimento do país.

O Plano Brasil Criativo – PBC foi articulado com outros planos com o objetivo de fundamentar seus princípios básicos: a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social. Por isso articulou-se com outros Ministérios para

potencializar políticas e programas de 10 ministérios que trabalham na formulação de políticas públicas, seja para os segmentos criativos (Comunicações; Indústria e Comércio Exterior; Ciência, Tecnologia e Inovação; Turismo; Esporte), seja no enfrentamento dos desafios para o desenvolvimento da economia criativa no país (Educação; Desenvolvimento Social e Combate à Fome; Trabalho e Emprego; Integração Nacional; Cidades). Vale ressaltar que a Casa Civil e os ministérios da Fazenda e do Planejamento ocupam lugar estratégico na estruturação e implementação do Plano (LEITÃO, 2012).

Segundo o Ministério da Cultura – MinC (2012) o Plano Brasil Criativo – PBC, envolve vários ministérios e foi construído durante um ano a partir de discussões entre diversos órgãos do governo e entidades parceiras que, por sua vez, criam atos criativos. Podemos citar como setores criativos, segundo o Ministério da Cultura – MinC: Patrimônio cultural e natural (museus, artesanato, gastronomia, feiras, festas e celebrações), Artes de espetáculo (teatro, dança, música, musicais), Artes visuais

(desenho, pintura, fotografia, gravura), Audiovisual e mídias interativas (cinema e vídeo, tevê e rádio, jogos eletrônicos), Literatura e mídias impressas (livros, jornais e revistas, histórias em quadrinhos, partituras), Criações funcionais (produção cultural, moda, design gráfico e de interiores, arquitetura). Os dados do quadro 22 dão conta da articulação desses ministérios.

QUADRO 22 - Ministérios\ secretarias, eixos de ações e parcerias de alinhamento de Programas federais.

Ministérios\Secretarias	Eixos de ações SEC	Parceria/Alinhamento de programas Federais
Secretaria de Assuntos Estratégicos	-	Apoio na institucionalização de uma instância interministerial de economia criativa para o desenvolvimento.
Secretaria de Comunicação Social	-	Estratégias de comunicação para o Plano Brasil Criativo e de disseminação do tema Economia Criativa como vetor de desenvolvimento.
Secretaria De Políticas Para As Mulheres	Fomento ao Empreendedorismo	Fomento à produção e distribuição do artesanato produzido por mulheres artesãs.
	Formação para Competências Criativas	Apoio à gestão de empreendimentos e de práticas associativas e cooperativas.
		Apoio à produção de conteúdos e mídias digitais.
Secretaria da Micro E Pequena Empresa	Fomento ao Empreendedorismo	Fomento à micro e pequenas empresas (MPEs) dos setores criativos.
	Formação para Competências Criativas	Gestão de empreendimentos e negócios dos setores criativos.
	Marcos Legais	Ampliação do enquadramento da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) para beneficiar os pequenos

QUADRO 22 - Ministérios\ secretarias, eixos de ações e parcerias de alinhamento de Programas federais.

Ministérios\Secretarias	Eixos de ações SEC	Parceria/Alinhamento de programas Federais
		empreendimentos criativos
Ministério do Desenvolvimento Social – MDS	Formação para Competências Criativas	Alinhado com o Programa Brasil sem Miséria, promover cursos de capacitação voltados para a inclusão produtiva da juventude inserida no mapa da pobreza, a partir de atividades criativas e vocações locais.
Ministério do Trabalho E Emprego – TEM	Formação para Competências Criativas	Formação e qualificação profissional com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT)
	Fomento ao Empreendedorismo	Via Secretaria da Economia Solidária – fomento a organizações associativas (redes e coletivos) e ao microcrédito solidário / bancos populares
	Marcos Regulatórios	Identificação e registro de ocupações dos setores criativos na Classificação Brasileira de Ocupações
Ministério da Educação – MEC	Formação para Competências Criativas	Articulação com instituições de ensino técnico, tecnológico e superior, presencial e à distancia.
	Estudos e Pesquisas	Parceria no mapeamento georeferenciado realizado pelo MEC no sentido de identificar vocações regionais nas comunidades do entorno da rede pública escolar
Ministério dos Esportes	Territórios Criativos	Desenvolvimento de ações de qualificação dos territórios das cidades-sede da Copa do Mundo e da cidade-sede das Olimpíadas
	Formação de	Formação e qualificação de

QUADRO 22 - Ministérios\ secretarias, eixos de ações e parcerias de alinhamento de Programas federais.

Ministérios\Secretarias	Eixos de ações SEC	Parceria/Alinhamento de programas Federais
	Competências Criativas	profissionais atuantes em empreendimentos e negócios dos setores criativos
	Fomento ao Empreendedorismo	Identificação de potenciais e vocações regionais para o fomento à criação e ao desenvolvimento de empreendimentos dos setores criativos

Fonte: Secretaria da Economia criativa, 2011 a 2014, p, 28

O Plano Brasil Criativo – PBC dialogou com outros planos, um deles foi o Plano Brasil Maior que representou as medidas para os setores de moda e design que foram discutidas em reunião realizada entre representantes do MinC, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), da Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e de associações do setor com o objetivo de articular ações conjuntas para o desenvolvimento do setor criativo.

Nessa mesma direção, e como parte integrante do Plano Brasil Maior, articulou-se com o Sistema Moda Brasil – SMB, através de seu, Conselho de Competitividade de Calçados, Têxtil e Confecções, Gemas e Joias do Brasil Maior, identificou possível integração entre o plano do MinC e os trabalhos que já vinham sendo promovidos no âmbito do conselho de competitividade e do Sistema Brasil (SMB) e compartilharam ações nas áreas de inovação, design e sustentabilidade.

A interlocução entre os Planos, Brasil Maior e Sistema Moda Brasil, é a criatividade e a busca do aumento da competitividade no cenário internacional através dos seus Conselhos. Contudo, careciam essas articulações e integrações de ações, da existência de um órgão que se ocupasse do setor criativo brasileiro: a Secretaria da Economia Criativa – SEC.

A consolidação do Plano Brasil Criativo se materializou com o Decreto nº 7743 de 01.07.2012 que evidenciou uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.), com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa

(SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC). A essa secretaria compete propor, conduzir e subsidiar a elaboração, a implementação e avaliação de planos e políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa brasileira e coordenar ações para o seu desenvolvimento.

O marco histórico da criação da Secretaria da Economia Criativa – SEC, foi sem dúvida o Plano Nacional de Cultura – PNC que,

simboliza para o Estado brasileiro a possibilidade da formulação de o Plano Nacional de Cultura (PNC) figurou como ponto de partida de criação da Secretaria, em virtude de ter-se instituído pela Lei 12.243 de 02/12/2010 e, principalmente, por corresponder ao nascedouro do processo de institucionalização de políticas públicas culturais na área da economia criativa, mais especificamente no campo da economia da cultura (BRASIL, 2012, P,21)

Em linhas gerais o Plano Nacional de Cultura – PNC foi elaborado para a década 2010-2020 e é composto por 14 diretrizes, 36 estratégias e 275 ações, findando com 53 metas a atingir. Os dados do quadro 23 dão conta da evolução histórica desse Plano.

Quadro 23 – Evolução histórica da construção do Plano Nacional de Cultura – PNC 2003 – 2020

Período	Atividade
2003-2005	Articulação política e participação social
2006-2008	Informações, diretrizes gerais e debate público.
2009-2010	Aprovação no Congresso
2011-2012	Metas, monitoramento e Sist. Nacional de indica. e Inform. Culturais – SNIIC
2013-2014	Planos territoriais, setoriais e revisão do PNC
2014-2020	Monitoramento e novo PNC

Fonte: Lei 12.343, Plano Nacional de Cultura, 2010.

Já as informações contidas no quadro 24, exibem as 53 metas do Plano Nacional de Cultura – PNC, nelas verifica-se o papel da economia criativa e seu imbricamento com a indústria cultural. Desde a sua origem, a Secretaria da

Economia Criativa – SEC, esteve e continua à mercê das políticas culturais e os editais para esse segmento não fugiram a essa regra.

Quadro 24 – Metas do Plano Nacional de Cultura – PNC 2011

Metas	Objetivos
1	Sistema Nacional de Cultura institucionalizado e implementado, com 100% das Unidades da Federação (UF) e 60% dos municípios com sistemas de cultura institucionalizados e implementados.
2	100% das Unidades da Federação (UF) e 60% dos municípios atualizando o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC).
3	Cartografia da diversidade das expressões culturais em todo o território brasileiro realizada.
4	Política nacional de proteção e valorização dos conhecimentos e expressões das culturas populares e tradicionais implantada.
5	Sistema Nacional de Patrimônio Cultural implantado, com 100% das Unidades da Federação (UF) e 60% dos municípios com legislação e política de patrimônio aprovadas.
6	50% dos povos e comunidades tradicionais e grupos de culturas populares que estiverem cadastrados no Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), atendidos por ações de promoção da diversidade cultural.
7	100% dos segmentos culturais com cadeias produtivas da economia criativa mapeadas.
8	110 territórios criativos reconhecidos.
9	300 projetos de apoio à sustentabilidade econômica da produção cultural Local.
10	Aumento em 15% do impacto dos aspectos culturais na média nacional de competitividade dos destinos turísticos brasileiros.
11	Aumento em 95% no emprego formal do setor cultural.
12	100% das escolas públicas de educação básica com a disciplina de Arte no currículo escolar regular com ênfase em cultura brasileira, linguagens artísticas e patrimônio cultural.
13	20 mil professores de Arte de escolas públicas com formação continuada.
14	100 mil escolas públicas de educação básica desenvolvendo permanentemente atividades de Arte e Cultura.
15	Aumento em 150% de cursos técnicos, habilitados pelo Ministério da Educação (MEC), no campo da Arte e Cultura com proporcional aumento de vagas.
16	Aumento em 200% de vagas de graduação e pós-graduação nas áreas do conhecimento relacionadas às linguagens artísticas, patrimônio cultural e demais

Quadro 24 – Metas do Plano Nacional de Cultura – PNC 2011

Metas	Objetivos
	áreas da cultura, com aumento proporcional do número de bolsas.
17	20 mil trabalhadores da cultura com saberes reconhecidos e certificados pelo Ministério da Educação (MEC).
18	Aumento em 100% no total de pessoas qualificadas anualmente em cursos, oficinas, fóruns e seminários com conteúdo de gestão cultural, linguagens artísticas, patrimônio cultural e demais áreas da cultura.
19	Aumento em 100% no total de pessoas beneficiadas anualmente por ações de fomento à pesquisa, formação, produção e difusão do conhecimento.
20	Média de 4 livros lidos fora do aprendizado formal por ano, por cada Brasileiro.
21	150 filmes brasileiros de longa-metragem lançados ao ano em salas de Cinema.
22	Aumento em 30% no número de municípios brasileiros com grupos em atividade nas áreas de teatro, dança, circo, música, artes visuais, literatura e artesanato.
23	15 mil Pontos de Cultura em funcionamento, compartilhados entre o governo federal, as Unidades da Federação (UF) e os municípios integrantes do Sistema Nacional de Cultura (SNC).
24	60% dos municípios de cada macrorregião do país com produção e circulação de espetáculos e atividades artísticas e culturais fomentados com recursos públicos federais.
25	Aumento em 70% nas atividades de difusão cultural em intercâmbio nacional e internacional.
26	12 milhões de trabalhadores beneficiados pelo Programa de Cultura do Trabalhador (Vale Cultura).
27	27% de participação dos filmes brasileiros na quantidade de bilhetes vendidos nas salas de cinema
28	Aumento em 60% no número de pessoas que frequentam museu, centro cultural, cinema, espetáculos de teatro, circo, dança e música.
29	100% de bibliotecas públicas, museus, cinemas, teatros, arquivos públicos e centros culturais atendendo aos requisitos legais de acessibilidade e desenvolvendo ações de promoção da fruição cultural por parte das pessoas com deficiência.
30	37% dos municípios brasileiros com cineclube.
31	Municípios brasileiros com algum tipo de instituição ou equipamento cultural, entre museu, teatro ou sala de espetáculo, arquivo público ou centro de documentação, cinema e centro cultural, na seguinte distribuição: 35% dos municípios com até 10 mil habitantes com pelo menos um tipo; 20% dos municípios entre 10 mil e 20 mil habitantes com pelo menos dois tipos; 20% dos municípios entre 20 mil e 50 mil habitantes com pelo menos três tipos; 55% dos municípios entre 50 mil e 100 mil habitantes com pelo menos três tipos; 60% dos municípios entre 100 mil e 500 mil habitantes com pelo menos quatro tipos; 100% dos municípios com mais de 500 mil habitantes com pelo menos quatro tipos:
32	100% dos municípios brasileiros com ao menos uma biblioteca pública em Funcionamento.
33	1.000 espaços culturais integrados a esporte e lazer em funcionamento.
34	50% de bibliotecas públicas e museus modernizados.

Quadro 24 – Metas do Plano Nacional de Cultura – PNC 2011

Metas	Objetivos
35	Gestores capacitados em 100% das instituições e equipamentos culturais apoiados pelo Ministério da Cultura.
36	Gestores de cultura e conselheiros capacitados em cursos promovidos ou certificados pelo Ministério da Cultura em 100% das Unidades da Federação (UF) e 30% dos municípios, dentre os quais, 100% dos que possuem mais de 100 mil Habitantes.
37	100% das Unidades da Federação (UF) e 20% dos municípios, sendo 100% das capitais e 100% dos municípios com mais de 500 mil habitantes, com secretarias de cultura exclusivas instaladas.
38	Instituição pública federal de promoção e regulação de direitos autorais Implantada.
39	Sistema unificado de registro público de obras intelectuais protegidas pelo direito de autor implantado
40	Disponibilização na internet dos seguintes conteúdos, que estejam em domínio público ou licenciados: 100% das obras audiovisuais do Centro Técnico do Audiovisual (CTAv) e da Cinemateca Brasileira; 100% do acervo da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB); 100% dos inventários e das ações de reconhecimento realizadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan); 100% das obras de autores brasileiros do acervo da Fundação Biblioteca Nacional (FBN); 100% do acervo iconográfico, sonoro e audiovisual do Centro de Documentação da Fundação Nacional das Artes (Cedoc/Funarte).
41	100% de bibliotecas públicas e 70% de museus e arquivos disponibilizando informações sobre seu acervo no SNIIC.
42	Política para acesso a equipamentos tecnológicos sem similares nacionais Formulada.
43	100% das Unidades da Federação (UF) com um núcleo de produção digital audiovisual e um núcleo de arte tecnológica e inovação.
44	Participação da produção audiovisual independente brasileira na programação dos canais de televisão, na seguinte proporção: 25% nos canais da TV aberta; 20% nos canais da TV por assinatura.
45	450 grupos, comunidades ou coletivos beneficiados com ações de Comunicação para a Cultura.
46	100% dos setores representados no Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) com colegiados instalados e planos setoriais elaborados e implementados.
47	100% dos planos setoriais com representação no Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) com diretrizes, ações e metas voltadas para infância e Juventude.
48	Plataforma de governança colaborativa implementada como instrumento de participação social com 100 mil usuários cadastrados, observada a distribuição da população nas macrorregiões do país.
49	Conferências Nacionais de Cultura realizadas em 2013 e 2017, com ampla participação social e envolvimento de 100% das Unidades da Federação (UF) e 100% dos municípios que aderiram ao Sistema Nacional de Cultura (SNC).
50	10% do Fundo Social do Pré-Sal para a cultura.
51	Aumento de 37% acima do PIB, dos recursos públicos federais para a cultura.

Quadro 24 – Metas do Plano Nacional de Cultura – PNC 2011

Metas	Objetivos
52	Aumento de 18,5% acima do PIB da renúncia fiscal do governo federal para incentivo à cultura.
53	Aumento de 18,5% acima do PIB da renúncia fiscal do governo federal para incentivo à cultura.

Fonte: Adaptado de Brasil, 2011, Plano Nacional de Cultura. p. 10-13. PNC.

Segundo Leitão (2010) secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura - MinC(2003-2006) e articuladora do Plano Brasil Criativo – PBC, a economia criativa representa considerar como insumo à sua realização a diversidade cultural do seu povo.

Para Holanda (2012) Ministra da cultura (2011-2012),

(...) A Secretaria da Economia Criativa (SEC) simboliza, a partir deste Plano, o desafio do Ministério da Cultura de liderar a formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas para um novo desenvolvimento fundado na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade cultural brasileira. Por outro lado, ao planejarmos, através da SEC, um “Brasil Criativo”, queremos acentuar o compromisso do Plano Nacional de Cultura com o Plano Brasil sem Miséria, através da inclusão produtiva, e com o Plano Brasil Maior, na busca da competitividade e da inovação dos empreendimentos criativos brasileiros (...) (BRASIL, 2012, p,5).

Com a criação da Secretaria da Economia Criativa SEC é que o Brasil avança para coloca-la enquanto setor estratégico da cultura com a seguinte missão e visão

A Secretaria da Economia Criativa tem por missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. A Secretaria da Economia Criativa será a pasta responsável pelo reposicionamento do Ministério da Cultura no Governo Federal, contribuindo de forma efetiva e eficaz para tornar a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do Estado brasileiro (BRASIL, 2012, p,21).

Para a Secretaria da Economia Criativa – SEC, os vetores e eixos de atuação delinham os seus objetivos micros e macroeconômicos, a figura 9 evidencia essa realidade.

Figura 9 – A economia criativa brasileira – vetores e eixos de atuação

Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa 2011 a 2014, p, 23.

A construção desses vetores e eixos está atrelada ao processo metodológico utilizado na construção do Plano, assim

O Plano da SEC foi elaborado ao longo do período compreendido entre abril e julho de 2011. Visando à implementação de políticas públicas transversais a diversos setores do poder público, iniciativa privada e sociedade civil, a SEC reuniu, no seu processo de planejamento, especialistas e parceiros institucionais como as agências de fomento e desenvolvimento, empresas estatais, organizações do Sistema S, organismos bilaterais e multilaterais internacionais, secretarias e fundações de cultura, além da participação de 16 ministérios e demais órgãos do Governo Federal e das secretarias e órgãos vinculados do próprio Sistema MinC. (BRASIL, 2012, p,24).

As informações contidas na figura 10 mostram como se deu, metodologicamente, o planejamento estratégico e a construção dos eixos norteadores do Plano da Secretaria da Economia Criativa. Observamos os participantes desse processo e como se deu a interlocução entre eles. Merece destaque e reflexão a ausência do Conselho Regional de Economia – CORRECON-

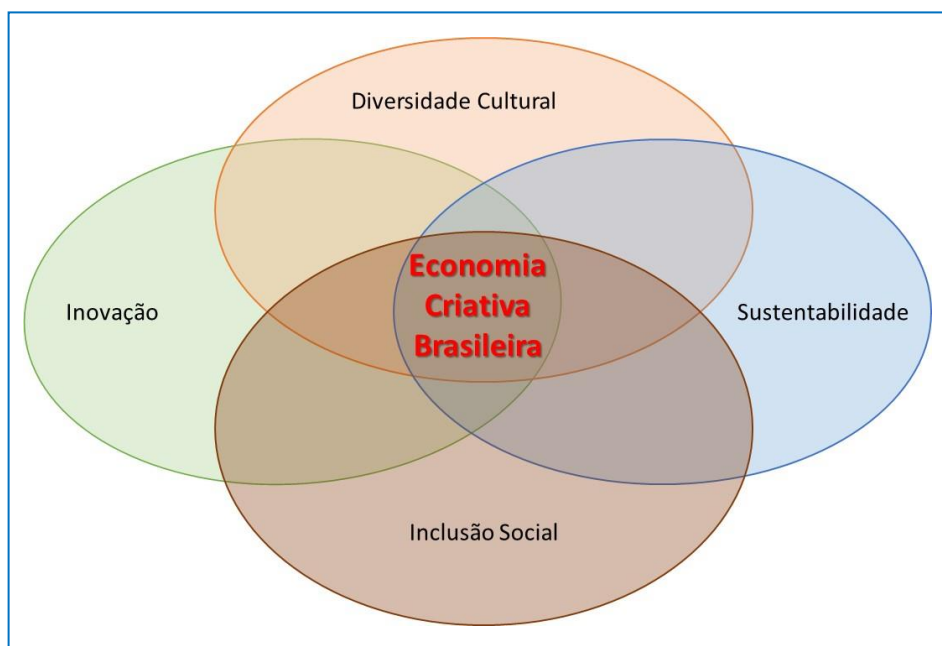
Ba, visto que a discussão e proposição girava em torno do segmento econômico e este teria muito a acrescentar. Esta ausência propiciou a economia criativa não assumir o papel de condutor do processo.

Figura 10 - Etapas do Planejamento Estratégico da Secretaria de Economia Criativa



Fonte: Plano da Secretaria da economia criativa, 2011 a 2014, p,25.

Os princípios norteadores da economia criativa brasileira estão representados na figura 11. Nela podemos perceber que o foco concentra-se na abordagem da economia criativa, enquanto estratégia de desenvolvimento fundamentada na diversidade cultural, considerando as capacidades e valores humanos; a inovação, na perspectiva do empreendedorismo que considera a identificação das oportunidades e que para Schumpeter (1939), representa a materialização da criatividade; a inclusão social, voltada para o acesso à cultura através de políticas públicas e a sustentabilidade, compreendendo o crescimento e desenvolvimento endógeno, a partir dos territórios criativos.

FIGURA 11 - A economia criativa brasileira e seus princípios norteadores

Fonte: Plano da Secretaria da economia criativa, 2011 a 2014, p,18.

O Plano da Secretaria da Economia criativa – SEC estabelece quatro desafios para o período 2011 a 2014 e muitos desses desafios estão voltados para resolver questões da economia da cultura do que colocar a economia criativa como estratégia de desenvolvimento. Os dados do quadro 25 mostram esses desafios.

QUADRO 25: Desafios da secretaria da Economia Criativa SEC 2011-2014

1º Desafio. Levantamento de informações e dados sobre a Economia Criativa brasileira.

- Retomar as iniciativas anteriores de levantamento de dados primários sobre a economia da cultura/criativa brasileira por meio de uma conta satélite do MinC/IBGE;
- Identificar estudos/pesquisas existentes que subsidiem uma atualização do estado da arte da área, a exemplo do estudo da Firjan sobre a cadeia da indústria criativa no Brasil;
- Levantar na APEX todos os estudos setoriais de competitividade;
- Realizar pesquisas qualitativas em parceria com o IPEA e IBGE, criando indicadores que permitam medir essa economia (quantitativos e qualitativos);
- Valorizar e fomentar pesquisas regionais com metodologias capazes de serem replicadas;
- Mapear a economia criativa informal através de pesquisas primárias nos municípios brasileiros (diferenciando os de grande e médio porte dos de pequeno porte) em parceria com as prefeituras municipais;
- Mapear a economia criativa das cadeias produtivas mais estruturadas através das

QUADRO 25: Desafios da secretaria da Economia Criativa SEC 2011-2014

<p>1º Desafio. Levantamento de informações e dados sobre a Economia Criativa brasileira.</p>
<p>associações nacionais dos setores;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar, nas instituições de fomento o financiamento de pesquisas voltadas para economia criativa.
<p>2º Desafio. Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Criar chamadas específicas e orientar os profissionais criativos para o uso de linhas de microcrédito já disponibilizadas pelos bancos oficiais; • Retomar a articulação do MinC com os bancos oficiais, através da Secretaria da Economia Criativa, com o objetivo de gerar alternativas de financiamento para a cadeia produtiva da cultura; • Identificar os mecanismos de financiamento já disponíveis, inclusive os geridos pelo Ministério da Cultura, seus problemas e soluções; • Articular nas instituições financeiras estatais estudos de risco sobre os mercados criativos com a finalidade de subsidiar políticas de financiamento específicas aos setores criativos; • Buscar referências nos modelos das linhas de financiamento a empresas de base tecnológica/inovadoras (fundos de financiamento não reembolsáveis e investimento de risco– venture capital) para orientar novas linhas de financiamento para os empreendimentos criativos; • Diversificar e combinar mecanismos de financiamento, induzindo a criação de alternativas adequadas às demandas e ao perfil do profissional e empreendedor criativo; • Articular nas secretarias estaduais e municipais de cultura, o fomento a cooperativas, redes e coletivos, por meio dos fundos de cultura; • Promover a institucionalização de grupos e associações de artistas para potencializar o trabalho coletivo de criação e produção, facilitando o fomento das empresas; • Criar edital para grupos não institucionalizados para o desenvolvimento das suas ações, vinculando parte do recurso recebido à institucionalização dos mesmos; • Estimular a criação de um software para as micro e pequenas empresas e empreendedores individuais que atuam na economia criativa que permita a prestação de contas sem o intermédio de contadores (ex.: software da Receita Federal para declaração de rendimentos); • Fomentar eventos voltados para as vocações culturais locais no intuito de potencializar a economia regional a partir de novas alternativas de investimento em novos empreendimentos criativos; • Articular com as agências de fomento o financiamento de projetos voltados à geração e disseminação do conhecimento sobre processos e produtos criativos inovadores; • Fortalecimento das entidades e associações que fazem parte das cadeias produtivas dos setores culturais/criativos; • Fomentar a criação e o fortalecimento de incubadoras voltadas para as competências criativas.

QUADRO 25: Desafios da secretaria da Economia Criativa SEC 2011-2014**1º Desafio. Levantamento de informações e dados sobre a Economia Criativa brasileira.****3º Desafio. Educação para competências criativas.**

- Trabalhar a partir do mapeamento já existente de cursos de capacitação de gestores culturais no âmbito do Ministério da Cultura e parceiros, atualizando-o na perspectiva da economia criativa;
- Estimular que conteúdos relacionados às competências criativas sejam incorporados aos programas já existentes do MEC;
- Identificar programas de qualificação já existentes e incorporar conteúdos relacionados às competências criativas;
- Fomentar a capacitação de gestores públicos e privados em políticas públicas e gestão para a economia criativa;
- Fomentar a capacitação de profissionais e gestores de empreendimentos criativos em parceria com o Sistema S, universidades, centros tecnológicos, organizações sociais e instituições de fomento;
- Alavancar as experiências de qualificação de instituições intermediárias entre as escolas profissionalizantes e as iniciativas sociais (Ex.: Programa de Formação em Circo – PROFAC);
- Articular nas instituições de fomento o apoio para a formação de recursos humanos, além de mecanismos de atração, fixação e intercâmbio de RH qualificados que atuem em gargalos regionais;
- Promover estratégias para estimular a educação continuada e sua diversificação em instituições públicas e privadas;
- Dinamizar as incubadoras e os centros de pesquisa/tecnologia de economia da cultura/criativa já existentes para amplificar as experiências de formação/qualificação na área de gestão de empreendimentos criativos.

4º Desafio. Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos.

- Retomar a experiência de parceria entre a Secom, MinC, SESC e estatais, ocorrida no período de 2009-2010, voltada à circulação de eventos culturais em espaços próprios, adaptando e reformulando a experiência no sentido de erradicar o problema da concentração regional e de dotação orçamentária;
- Articular e integrar em rede os equipamentos disponibilizados pelo Sistema S com o objetivo de dar maior visibilidade aos bens e serviços criativos;
- Aportar recursos logísticos e financeiros de instituições públicas em bens e serviços que tenham alcançado determinado patamar de circulação/fruição como forma de reconhecimento ao empreendedor criativo;
- Fomentar circuitos itinerantes regionais e nacionais de bens e serviços criativos;
- Fomentar circuitos de redes e coletivos;
- Instituir contrapartidas sociais dos projetos fomentados pelo MinC e estimular esse tipo de contrapartida nas agências de fomento;

QUADRO 25: Desafios da secretaria da Economia Criativa SEC 2011-2014**1º Desafio. Levantamento de informações e dados sobre a Economia Criativa brasileira.**

- Apoiar a circulação/distribuição de bens e serviços dos pontos de cultura;
- Multiplicar experiências como o do CRAB (Centro de Referência do Artesanato Brasileiro);
- Incentivar a inclusão nos editais das estatais de linhas de atuação voltadas para economia criativa com condicionantes/contrapartidas que estimulem a circulação e o fortalecimento dos mercados locais;
- Criar um sistema de informações que facilite a interação de diferentes atores em favor da divulgação de eventos e ações, circulação, etc.;
- Adequar e aperfeiçoar os marcos legais que venham a favorecer os ciclos de produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos.

Fonte: Plano da Secretaria da economia criativa, 2011 a 2014, p,27.

Cabe salientar que uma análise, nos editais de fomento, ao setor criativo, tanto os projetos quanto os conceitos expressos são de abordagem da indústria criativa ou de cunho da economia cultural. Observamos, no quadro anterior, que os desafios se resumem em quatro:

1º Desafio. Levantamento de informações e dados sobre a economia criativa brasileira.

2º Desafio. Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos.

3º Desafio. Educação para competências criativas.

4º Desafio. Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos.

Contudo, esses desafios estão muito mais voltados para a promoção da cultura, economia criativa, a partir da abordagem da indústria cultural, do que à promoção da economia criativa enquanto estratégia de desenvolvimento que implica em considerar a inovação, a tecnologia, a propriedade intelectual e o empreendedorismo. Este último, no Brasil, representa 90,0% o empreendedorismo de necessidade.

4.1.1 Considerações Preliminares sobre o Plano Brasil Criativo (PBC) e a Instituição da Secretaria de Economia Criativa - SEC

Foi a partir da interação e diálogo entre os Planos Brasil Maior, Fome Zero e Sistema Moda Brasil, que se observou a gênese do Plano Brasil Criativo, nascendo com o objetivo de fortalecer a economia criativa brasileira. É de surpreender, portanto, o fato de seus idealizadores não o desenvolverem enquanto abordagem de estratégia de desenvolvimento e permanecerem na abordagem da indústria criativa, sendo para muitos, sinônimo de indústria cultural.

No Brasil, o Plano Nacional de Cultura – PNC representa as expectativas e ações para o desenvolvimento da economia criativa a partir do Decreto nº 7.743 de 01 de julho de 2012 que Instituiu as Secretarias: da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC), representando o marco legal do Plano Brasil Criativo.

Uma das principais discussões sobre o tema, no momento da instituição das duas secretarias, foi qual órgão deveriam cuidar do assunto e a opção feita foi instalá-las no Ministério da Cultura. Destarte, as políticas públicas para a economia criativa e as indústrias criativas estão a cargo desse Ministério, enquanto na Indonésia há o Ministério do Turismo e da Economia Criativa e na Argentina, o responsável pelo assunto é o Ministério do Desenvolvimento, só para citar exemplos da economia criativa encarada enquanto estratégia de desenvolvimento.

Para a UNCTAD (2010) é de fundamental importância articular políticas públicas e decisões estratégicas para direcionar o potencial socioeconômico da economia criativa e, com isso, gerar ganhos de desenvolvimento,

no caso dos países em desenvolvimento, o ponto de partida é aprimorar as capacidades criativas e identificar os setores criativos que apresentem maiores potenciais, por meio de políticas cruzadas articuladas”. Esforços devem ser orientados em direção ao funcionamento de um “nexo criativo” capaz de atrair investidores, construir capacidades empreendedoras e oferecer melhor acesso e infraestrutura a modernas tecnologias de TIC, de modo a se beneficiarem da convergência digital global, otimizando o potencial comercial de seus produtos criativos nos mercados nacional e internacional. Um efeito de transbordamento positivo certamente resultará em maiores níveis de geração de emprego, maiores oportunidades de fortalecimento das capacidades de inovação e alta qualidade de vida social e cultural daqueles países (UNCTADb, 2010, p,25).

No âmbito da discussão acerca da economia criativa e da economia da cultura, temos que

a economia criativa ultrapassa as fronteiras das artes, dos negócios e da conectividade, impulsionando a inovação e novos modelos de negócio. A era digital desbloqueou canais de marketing e distribuição para música, animação digital, filmes, noticiários, publicidade etc., expandindo os benefícios econômicos da economia criativa. A revolução móvel está mudando as vidas de milhões de pessoas no mundo em desenvolvimento (UNCTAD, 2010b, p,26).

No Brasil não identificamos esta visão estratégica de economia criativa, o que percebemos é o investimento realizado na área da economia cultural e denominá-lo de economia criativa ainda que esta seja parte integrante dela, significa dizer que a economia criativa não é a mesma coisa que a economia da cultura, conforme usualmente é confundida.

Se buscarmos uma definição da economia criativa e da economia da cultura, Bendassolli et al (2009) “citam a diferença entre ambas, retomando distinção original do GreatLondon Council, que considera como indústrias culturais, aquelas “artisticamente-centradas” e as indústrias criativas aquelas baseadas em reprodução tecnológica e direcionadas para o mercado de massa”. Assim,

alguns pontos principais normalmente permeiam os textos de análise sobre o tema indústrias criativas: primeiro - nas indústrias criativas a criatividade é o elemento central e necessário à geração de propriedade intelectual; segundo - a cultura é tratada na forma de objetos culturais, definidos pela carga dos sentimentos socialmente compartilhados, derivando o seu valor de tal atributo; terceiro – indústrias criativas transformam esses significados em propriedade intelectual e, portanto, valor econômico; quarto – observa-se convergência entre artes, negócios e tecnologia.(Bendassolli *et. alli*, apud VIVAS, 2010, p,4).

A separação da Secretaria da Economia Criativa – SEC do Ministério da Cultura – MinC e a criação do Ministério da Economia Criativa – MinEC, muito contribuirá para o desenvolvimento da economia criativa, principalmente, porque o mesmo teria como atribuição a criação e formulação de políticas públicas para o próprio setor.

Observa-se, na missão da Secretaria da Economia Criativa, que a mesma não formula políticas para a sua promoção e, apenas, conduz, implementa e monitora essas políticas públicas que são direcionadas para a economia cultural, o que é

ratificado pela visão que, em linhas gerais, é reposicionar o Ministério da Cultura – MinC e tornar a cultura como um eixo estratégico de desenvolvimento do Estado brasileiro e não a criatividade, ou em outras palavras: a economia da criatividade.

A Secretaria da Economia Criativa – SEC, deve ter a missão de formular, implantar, conduzir, monitorar e avaliar as políticas públicas e as ações estratégicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento à economia criativa científica, à economia criativa cultural, à economia criativa econômica e à economia criativa tecnológica brasileira. Resumidamente, a missão deve ser desenvolver a economia da criatividade e a visão tornar a criatividade - econômica, cultural, científica e tecnológica - eixo estratégico de desenvolvimento da economia brasileira.

A nova missão e visão da economia criativa, proposta nesta tese, vislumbra a definição de economia criativa a partir do processo, do produto e dos serviços gerados. Não é a cultura que deve estar em evidência na discussão da economia criativa e, sim, a economia da criatividade que envolve a cultura, mas, não se esgota nela por implicar em várias formas de criatividade que, obrigatoriamente, passa pela dimensão cultural (modo de vida de um povo) independente do processo, do produto ou do serviço.

O que percebemos, ao longo desses quinze anos de discussão sobre economia criativa brasileira, é que a inclusão da cultura na agenda de desenvolvimento do Brasil passou pelo Plano Nacional de Cultura – PNC a partir da temática da indústria criativa ou da indústria cultural, considerada por muitos teóricos como a mesma coisa, para se consolidar enquanto vetor de desenvolvimento e estratégico ao crescimento e desenvolvimento do setor cultural.

Para Howkins (2001) existem dois tipos de criatividade: a que se relaciona com a realização das pessoas como indivíduos e a que gera um produto. Assim, a ideia, a inovação, o designer, a criatividade e a imaginação representam o universo da “Economia Criativa” onde a criatividade representa a geração de ideias, visando identificar oportunidades de mercado; a inovação, como as ideias são traduzidas em produto e o designer, como a criatividade é aplicada a um fim específico.

Na verdade, a própria economia criativa é uma criatividade, a partir do momento que inovo a economia da cultura e a chamo de economia criativa. O que

temos feito ao longo dos anos é inovar a economia da cultura, desconsiderando a mesma está dentro da economia criativa e não o inverso.

4.2. PLANO BAHIA CRIATIVA

Até o presente momento, apresentamos as Leis e Decretos que estabelecemos como marco legal da economia criativa no Brasil e na Bahia, apontando como se deu a relação de dependência com a economia da cultura, partindo do Decreto 12354/10 de 25 de agosto de 2010, Institui o Programa Territórios de Identidade Municipal onde o termo “territórios culturais” e, por vezes, “territórios criativos” se fazem presentes e ocupam espaços nos Planos de Desenvolvimento Territorial Sustentável – PDTs, sempre com o enfoque da economia da cultura.

Em seguida, discutimos e apresentamos a Lei nº 12.243 de 02.12. 2012 que institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, culminando no decreto Lei nº 7.743 de 01.07.2012 que evidencia uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.) com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC).

Cabe salientar que, para dar sustentabilidade à Lei nº 7.743/12, o Governo do Estado da Bahia institui, a partir de outro Decreto nº 14.529/13, o grupo de trabalho Bahia Criativa com o objetivo de mapear e sistematizar as iniciativas voltadas à dimensão econômica do seguimento criativo do Estado, desenvolvidas no período de 2007 a 2013 ou planejadas para os próximos anos, ficou conhecido como Plano Bahia Criativa e, discutiremos suas implicaturas agora.

Para a elaboração do Plano Bahia Criativa a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA), através da Diretoria de Economia da Cultura, ligada a Superintendência de Promoção Cultural (Suprocult), reuniu representantes de órgãos e entidades da administração pública estadual e entidades não governamentais, formando o Grupo de Trabalho (GT) Bahia Criativa.

Os dados sinalizados no quadro 26, sinteticamente, evidenciam como se deu o processo de construção do Plano Bahia Criativa e sob quais condições, no período de 2012 a 2014. Neles percebemos que o objetivo maior, conforme consta no plano,

foi identificar principais ações das instituições relacionadas ao setor criativo e que agregasse estrategicamente para o desenvolvimento do setor criativo.

QUADRO 26 - Processo de construção do Plano Bahia Criativa 2012/2014

PERÍODO	FATO
Agosto de 2012	I Seminário Bahia Criativa
Abril e maio de 2013	A Secretaria da Cultura – SeCult/BA, realizou reuniões individuais com cada uma das instituições, da área, para discussão e revisão do documento do evento anterior.
Junho de 2013	O Governo instituiu o Grupo de Trabalho Bahia Criativa por meio do Decreto nº 14.529.
Agosto e outubro 2013	Foi organizada, pelo grupo de trabalho, uma carteira de iniciativas para apresentar as ações realizadas, em andamento e planejadas, voltadas ao desenvolvimento da economia criativa no estado.
Novembro de 2013	II Seminário Bahia Criativa para discussão da carteira de iniciativas. Participaram associações, representantes de segmentos criativos, Universidades, especialistas e órgãos e entidades relacionadas ao tema que não fazem parte do grupo de trabalho.
Janeiro de 2014	Seminário de encerramento dos trabalhos do GT Bahia Criativa, no qual os especialistas Paulo Miguez, da Universidade Federal da Bahia, e Gilberto Monte, da empresa In-Vento, realizaram uma leitura crítica do Documento Bahia Criativa.

Fonte: Adaptação do Plano Bahia Criativa, 2014, p.17-18.

O Grupo de Trabalho contou com representantes de vários órgãos e estabeleceu cinco linhas de atuação: territórios culturais, promoção, fomento especializado, formação e qualificação e informação e reflexão. As ações ocorriam da seguinte forma: cada linha de ação tinha um coordenador que representava o facilitador na condução das atividades e discussões para em seguida apresentar em plenária.

Merece destaque, e causa surpresa, o fato da Secretaria da Cultura da Bahia, realizar reuniões individuais para uma suposta avaliação do documento gerado no final do primeiro seminário Bahia Criativa (abril de 2013) quando esta reunião poderia se dar coletivamente e os ganhos seriam maiores. Para tanto enviariam os resultados do I Seminário Bahia Criativa para as instituições discutirem em seus espaços e posteriormente seria agendada uma reunião ampliada com todas as

instituições envolvidas. Os dados do quadro 27 dão conta das instituições governamentais e não governamentais que participaram desses GTs.

QUADRO 27: Instituições dos Grupos de Trabalho do Plano Bahia Criativa e seus representantes 2012.

ENTIDADES	REPRESENTANTES
Secretaria de Cultura	Carmem Lima
Secretaria do Planejamento	Roberto F. Carneiro
Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação	Tatiana Carvalho
Secretaria da Educação	Marta Rocha
Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração	Marcos Costa
Secretaria de Trabalho, Emprego, Renda e Esporte	Olivia Santana
Secretaria de Turismo	Rita de C. Magalhães
Agência de Fomento do Estado da Bahia – DESENBAHIA	João P. Matta
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado Bahia – FAPESB	Arthur Brandão
Banco do Nordeste – BNB	Gabriel Santiago
Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB)	GoretteRandam
Superintendência de Estudos Sociais e Econômicos (SEI)	Carlota Gottschall
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Luciana Santana
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC)	Ana P. Silva Santos
Serviço Social da Indústria (SESI)	Maria A.R. Santos
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI)	Ricardo Lima
Rede Estadual de Formação e Qualificação em Cultura da Bahia.	Laura Bezerra

Fonte: Bahia Criativa 2014.

A dinâmica dos GTs era feita a partir de afinidades, por linhas de atuação, dos representantes das instituições que optavam pelo seu grupo. Em cada grupo era discutida as temáticas e os participantes contribuíam com seus conhecimentos e expertises para em seguida, apresentar suas contribuições na plenária para debater e obter novas contribuições e dois seminários (I e II seminários Bahia Criativa) foram

realizados para discutir e validar o quadro de iniciativas já elaboradas, no processo de construção e desconstrução da dinâmica dos GTs, para compor o Plano.

A responsabilidade técnica da elaboração do Plano Bahia Criativa ficou a cargo da Secretaria da Cultura – SeCult, da Secretaria do Planejamento e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. A coordenação dos Grupos de Trabalho - GT ficou com a Secretaria da Cultura (Carmem Lima e Taís Viscardi); a Superintendente de promoção da cultura (Carlos Paiva); a Superintendência de Estudos Sociais e Econômicos – SEI (Carlota Gottschall); a Rede Estadual de Formação e Qualificação em Cultura da Bahia (Laura Bezerra); o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (Luciana Santana); Nadya Figueiredo e a Secretaria do Planejamento (Roberto F. Carneiro). O Grupo de Trabalho partiu do pressuposto de que a formulação e o planejamento de políticas estavam atrelados a efetividade de resultados para a sociedade, estabelecendo que

o potencial de desenvolvimento do segmento criativo na Bahia oferece a oportunidade para o estado associar a sua reconhecida criatividade e diversidade cultural com a necessidade de geração de ocupação, renda e desenvolvimento social para a sua população. (BAHIA, 2014, p,30).

As coordenações dos Grupos de Trabalho – GTs estão no quadro 28.

QUADRO 28: Coordenações por linha de atuação nos GTs do Plano Bahia Criativa 2013

LINHA DE ATUAÇÃO	COORDENAÇÃO
Ações estruturantes	Secretaria de Planejamento – Seplan
Territórios Culturais	Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Promoção	Secretaria de Cultura – Secult/BA
Fomento Especializado	Agência de Fomento do Estado da Bahia – DESENBAHIA
Formação e qualificação	Rede Estadual de Formação e Qualificação em Cultura da Bahia
Informação e Reflexão	Superintendência de Estudos Sociais e Econômicos – SEI

Fonte: Bahia Criativa, 2014

O objetivo principal do Plano Bahia Criativa é construir diretrizes estratégicas, de forma a permitir a sistematização de uma carteira de iniciativas integradas para o fortalecimento da dimensão econômica do segmento criativo na Bahia. Para alcançar este objetivo e atuar efetivamente nas linhas de atuação, foram estabelecidas dez estratégias:

1. Incentivar a produção e a difusão de conhecimento sobre a atividade econômica criativa no estado.
2. Estruturar o sistema de informações e indicadores relacionados ao segmento criativo.
3. Ampliar e aprimorar as oportunidades de desenvolvimento profissional de técnicos, produtores e gestores culturais nos diversos segmentos criativos.
4. Promover a qualificação de profissionais e empresários para a gestão de projetos e empreendimentos criativos.
5. Estruturar uma carteira diversificada de instrumentos para fomentar os segmentos criativos no estado da Bahia.
6. Ampliar e diversificar o público beneficiário dos instrumentos de fomento.
7. Aumentar a competitividade dos bens criativos da Bahia no mercado nacional e internacional.
8. Promover os bens criativos produzidos na Bahia no mercado nacional e internacional.
9. Estimular a estruturação de arranjos produtivos locais dos segmentos criativos do estado da Bahia.
10. Fortalecer a governança no âmbito dos territórios criativos baianos.

O Governo do Estado da Bahia, em parceria com outras instituições, representadas nos Grupos de Trabalho - GT, estabeleceu essas linhas que podem ser programas, projetos ou ações estratégicas. Os dados do quadro 29 representam as linhas de atuação, recursos financeiros e as expectativas direcionadas para os territórios criativos.

Quadro 29 - Bahia Criativa. Linhas de atuação, recursos e expectativa para fortalecimento da Economia Criativa do Estado da Bahia 2014

Linhas	Recursos	%	Expectativas
Informação e reflexão	4.384.178,68	0,7	Produzir informações e sistematizar dados sobre economia criativa.
Formação e qualificação	218.923.979,75	33,6	Capacitar, formar e qualificar profissionais que atuem na produção, circulação e distribuição de bens criativos.
Fomento especializado	82.211.944,43	12,6	Fomentar ações para o segmento criativo com foco na dimensão da economia da atividade cultural.
Promoção	31.474.326,05	4,8	Promover ações em níveis regional, nacional e internacional do segmento criativo.
Territórios criativos	314.978.051,70	48,3	Articular iniciativas em torno de determinado território, considerando o seu potencial criativo.
Total	651.972.480,61	100,0	

Fonte: Bahia Criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia/2014.

Nos dados do quadro 29, percebemos que, dos recursos direcionados para informação e reflexão; formação e qualificação; fomento especializado; promoção e territórios criativos, este último é privilegiado com 48,3% do recurso total de R\$651.972.480,60, perfazendo o valor de R\$314.978.051,70, com o objetivo de articular iniciativas em torno de determinado território, considerando o seu potencial criativo.

Quando nos aprofundamos na linha de territórios criativos, principal estratégia do Plano Bahia Criativa para a disseminação dessas políticas para o Estado da Bahia, os dados da tabela 06 dão conta da classificação, recursos financeiros e fontes de recursos. Neles podemos perceber que 97,7% do recurso total R\$307.748.051,70 são destinados aos distritos culturais e, apenas, 2,3% para os demais vetores: Clusters tecnológicos 0,7%; Cidades criativas 0,1% e territórios criativos 1,5%.

Tabela 6 - Territórios criativos para a economia criativa na Bahia, recursos e fontes de recursos.

Classificação	Recursos (R\$)	%	Fontes de Recursos
Distritos culturais	307.748.051,70	97,7	Recursos do Tesouro; BID; Sebrae
Clusters tecnológicos	2.200.000,00	0,7	Pref. de São Franc. do Conde; Minc; Secult
Cidades criativas	230.000,00	0,1	Recursos próprios do Sebrae
Territórios criativos	4.800.000,00	1,5	Recursos do Tesouro; Fonte 121
Total	314.978.051,70	100	

Fonte: Bahia Criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia/2014

Assim, os investimentos para a área fundante da economia criativa são pequenos para um Estado que pretende utilizá-lo enquanto vetor de desenvolvimento no Estado da Bahia. Os dados desta tabela, também, evidenciam que a participação do processo de promoção, diretamente ligado com a difusão, é muito pouco diante do seu papel de promover as respectivas ações no âmbito regional, nacional e internacional.

Nessa vertente, compreender a importância dessas linhas de atuação do Plano Bahia Criativa e dos territórios criativos é imprescindível, pois essa multiplicidade de ações e recursos, indispensáveis a uma promoção de mudança de paradigma, se constrói em um processo a partir da difusão das políticas públicas, envolvendo inovação, eficiência, eficácia e efetividade. Assim, nos permitimos afirmar que, para compreender a concepção de políticas públicas para a economia criativa e para dar-lhe sentido, faz-se necessário entender o seu processo na dinâmica territorial, considerando que esse processo dinâmico para o território está implicado nas diretrizes e iniciativas, de um conceito, implícito, para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia.

Quanto à participação da promoção e difusão nas diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia, principal variável para esse estudo, as informações da tabela 7 demonstram que a categoria eventos foi financeiramente priorizada em detrimento das demais, 77,3% dos recursos direcionados a carnavais

culturais; feira do empreendedor; festivais, mostras e concursos; rodada de negócios e seminário audiovisual.

Tabela 7: - Promoção para a economia criativa na Bahia e fontes de recursos / 2014

Classificação	Recursos (R\$)	%	Fontes de Recursos
Promoção e difusão	4.912.636,35	15,6	Rec. do Tesouro; SeSi; Fundo Estadual
Eventos	24.343.619,18	77,3	Rec. do Tesouro; SeSi
Competitividade	2.218.070,52	7,1	Rec. do Tesouro; Rec. próprios da Fapesb
Total	31.474.326,05	100	

Fonte: Bahia Criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia.

Por outro lado, promoção e difusão e competitividade apresentam diferentes participações, com destaque para a categoria promoção e difusão 15,6%, seguido à distância pela competitividade, com 7,1% representada pelo edital Fapesb em 2011 e o selo Bahia feito à mão. Podemos inferir que, para atingir o objetivo da categoria promoção e difusão que é: promover ações em níveis regional, nacional e internacional do segmento criativo; precisamos rever esses percentuais e até mesmo invertê-los, priorizando uma maior efetividade das políticas públicas para a economia criativa na Bahia. Porém, essa inversão está atrelada ao conceito que se tem de economia criativa nas diferentes agências de fomento da Bahia.

Por fim, outro fato que merece destaque no Plano Bahia Criativa é o modelo de gestão que no Plano é chamado de modelo de governança

Recomenda-se utilizar, como base, o modelo já instituído para os programas de governo, por meio do Decreto nº 14.219, de 27 de novembro de 2012, publicado no Diário Oficial de 28 de novembro de 2013, cuja estrutura acolhe arranjos institucionais como conselhos, fóruns, comitê (BAHIA, 2014, p,81).

Em linhas gerais, o comitê gestor deve se reunir quadrimestralmente e têm como atribuições, formular um plano estratégico para a economia criativa na Bahia; elaborar o plano de ação anual para área da economia criativa; elaborar o relatório anual de atividades relacionadas às diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia e aprovar o plano de acompanhamento.

Segundo o Plano, o modelo consiste, primeiramente, o comitê gestor do Bahia Criativa institui o seu Grupo Técnico de Trabalho (GTT) com representantes de todas as instituições executoras ou parceiras. A convite do comitê gestor, o Grupo Técnico de Trabalho – GTT pode ser composto por representantes de órgãos da administração pública das esferas federal, estadual e municipal, de organizações não governamentais, bem como especialistas em assuntos ligados a sua área de atuação, cuja presenças considere necessária às atividades.

O Grupo Técnico de Trabalho - GTT, também, é formado por linha de atuação (formação e qualificação, fomento especializado, informação reflexão, promoção e territórios criativos) e outras que o comitê gestor estabelecer e a composição destes GTT são com as instituições que têm iniciativas para a linha em questão, devendo acompanhar e instrumentalizar as iniciativas mapeadas, propor novas iniciativas, consolidar parcerias e formular estratégias para execução da Carteira.

O que fica evidente, a partir de suas atribuições, é que o Grupo de Trabalho – GTT subsidia comitê gestor na elaboração dos planos estratégico, de ação e de acompanhamento, monitoramento e avaliação, com periodicidade para a entrega de relatórios.

4.2.1 Considerações Preliminares sobre o Plano Bahia Criativa

Percebemos que a organização do Grupo de Trabalho Bahia Criativa, instituído pelo Decreto nº 14.529 / 2013, contribuiu decisivamente para a discussão e entendimento da economia criativa na Bahia e por qual abordagem esta é tratada: a abordagem cultural.

Para além dos recursos direcionados, pelo Ministério da Cultura – MinC, para a promoção da economia criativa na Bahia, agrega-se a estes a clara intenção de se investir na economia da cultura em detrimento da economia criativa. Esta afirmação é apoiada no discurso de abertura e validação das propostas dos Grupos de Trabalho – GTs, intitulado dell Seminário Bahia Criativa, momento em que o Sr. Carlos Paiva, superintendente de Promoção da Cultura (2014), em seu discurso de abertura asseverou: "Não vamos inventar nada de novo aqui. Nosso empenho é

para organizar um setor da Economia Criativa que é tido como um dos grandes motores do desenvolvimento no século XXI".

O setor da economia criativa a que o superintendente se refere é o setor cultural que está dentro da economia criativa e não, o contrário. Estamos colocando a cultura acima da economia criativa e ficamos na expectativa da mesma, enquanto abordagem de estratégia de desenvolvimento, com vistas á mudança de paradigmas capitalista tradicional para o capitalismo cognitivo e valorização do trabalho imaterial, constituindo-se no principal entrave da não autonomização da economia criativa.

Quando analisamos as entidades participantes nos Grupos de Trabalho –GTs, percebemos as ausências de representantes do Conselho Regional de Economia – CORECON-BA, por envolver questões econômicas, e da Ordem dos Advogados da Bahia – OAB, por envolver discussões sobre a propriedade intelectual que permeia toda discussão conceitual do termo desde a sua gênese.

É visível, no Plano Bahia Criativa, a utilização do termo setor criativo, substituindo economia criativa. Isto se justifica pelo fato do setor criativo envolver a cultura e estar atrelado a ela por ser o setor onde a criatividade se materializa com mais frequência e o seu conceito está impregnado às indústrias criativas ou às indústrias culturais, originariamente. A esse respeito temos que

Da economia da cultura a economia criativa herda a valorização da autenticidade e do intangível cultural único e inimitável, abrindo as comportas das aspirações dos países em desenvolvimento de ter um recurso abundante em suas mãos – embora, mais uma vez, nem todos os setores criativos tenham uma maior intimidade com uma inspiração cultural (e.g. software). Chegamos assim a dois vieses pelos quais as indústrias criativas costumam ser tomadas: com ênfase em tecnologia de ponta ou com foco em cultura, admitindo-se ainda uma ampla possibilidade de combinações entre ambas (REIS, 2011, p.35).

Ainda na discussão entre a criatividade econômica e a criatividade cultural, vislumbramos a perspectiva de que

Nesse caso, é importante mensurar não somente os resultados econômicos da criatividade, mas também o ciclo de atividade criativa por meio da interação de quatro formas de capital – social, cultural, humano e estrutural ou institucional – como determinantes do crescimento da criatividade: o capital criativo. Os efeitos acumulados desses determinantes são os “resultados da criatividade”. (UNCTAD, 2010a, p,34).

As informações contidas no quadro 30, apresentadas anteriormente, são os pilares do Plano Bahia Criativa. Percebemos que dos recursos direcionados para informação e reflexão; formação e qualificação; fomento especializado; promoção e territórios criativos, que este último é privilegiado com 48,3% do recurso total de R\$651.972.480,60, perfazendo o valor de R\$314.978.051,70, com o objetivo de articular iniciativas em torno de determinado território, considerando o seu potencial criativo.

Vale ressaltar, também, que do recurso total das linhas, 33,6% é direcionado para a formação e qualificação de profissionais que atuem na produção, circulação e distribuição de bens criativos. Estas duas linhas totalizam 81,9% do recurso total, restando, apenas, 18,1% para informação e reflexão 0,7%, com o objetivo de produzir informações e sistematizar dados sobre economia criativa; fomento especializado 12,6, com vistas a fomentar ações para o segmento criativo com foco na dimensão da economia da atividade cultural e promoção 4,8%, na expectativa de promover ações em níveis regional, nacional e internacional do segmento criativo. Estes dados sinalizam, também, que 5,5%, apenas, do total investido são direcionados para a difusão e fomento de políticas públicas para a cultura e para a economia criativa.

Outro fato que merece reflexão no tocante aos recursos direcionados para a promoção da cultura, e, conseqüentemente, para a economia criativa, são os dados do quadro 30, referente aos editais. Neles percebemos que no período de 2010 a 2014, do total de editais, apenas, 3,5% foram para a economia criativa e quando observamos o período de sua divulgação, está atrelado ao momento de implantação da Secretaria da Economia Criativa – SEC com a Lei 7.743 de 01.07.2012 e a instituição do Grupo de Trabalho Bahia Criativa com o Decreto 14.529/13.

Cabe lembrar de que anterior à institucionalização do Plano Brasil Criativo – PBC, e tudo a ele relacionado, os investimentos para a economia criativa eram processados através do Plano Nacional de Cultura – PNC e a criação dos territórios de identidade que direcionavam recursos para a cultura e, às vezes, para os territórios criativos que representavam o desdobramento das atividades culturais nos territórios.

Quadro 30 - Editais SeCult da Bahia 2010 a 2014

Anos	Editais Nº	Áreas Contempladas			
		Economia da Cultura		Economia Criativa	
		Quantidade	%	Quantidade	%
2010	De 1 a 15	15	100,0%	-	-
2011	De 1 a 6	6	100,0%	-	-
2012	De 1 a 36	34	94,0%	Editais Nº 001 e 018/2012	6,0%
2013	De 1 a 25	24	96,0%	Edital Nº 04/2013	4,0%
2014	De 1 a 4	4	100,0%	-	-
Total	86	83	96,5%	3%	3,5%

Fonte: Editais SeCult <http://www2.cultura.Ba.gov.BR/>. Acesso em 19/11/2015 14h20min.

Os Editais da Secretaria da Cultura do Estado da Bahia – SeCult-Ba, evidenciam a abordagem utilizada para a promoção da economia criativa no Estado: a indústria cultural. Isso acontece pelo fato da economia criativa estar contida na economia da cultura e não o inverso. O aprofundamento do debate sobre quais órgãos deveriam cuidar do tema, merece intensificação e representa estratégia para a sua promoção.

Outro fato que precisamos destacar é a elaboração e avaliação das metas da Secretaria da Economia Criativa – SEC que findou no período 2010-2014 e até o fim deste trabalho não foram elaboradas metas para o período 2014-2018.

4.3. AGÊNCIAS DE FOMENTO

Segundo o Banco Central do Brasil (2010), as agências de fomento são instituições financeiras não bancárias, por ele regulamentadas. São instituições vinculadas à Secretaria da Fazenda do Estado da Bahia e são integrantes da estrutura da administração pública indireta do Estado da Bahia.

Os dicionários consultados, atribuem ao termo fomento a ação do governo que visa facilitar o desenvolvimento de um país, de uma região ou de um setor

econômico. Assim, nesta tese, assumimos que as agências de fomento da Bahia são aquelas que, a partir de seus editais, direcionam recursos para a economia criativa e que trazem, de forma direta ou indireta, a definição de economia criativa, evidenciando uma das abordagens: economia criativa; cidades e espaços criativos; economia criativa como estratégia de desenvolvimento e indústria criativa.

Foram quatro agências de fomento pesquisadas nesta tese: a Desenhahia; a FAPESB; o BNB e o BNDES. Cabe o registro de que, todas, compuseram o Grupo de Trabalho Técnico – GTT, no Plano Bahia Criativa instituído pelo Decreto nº 14.529 / 2013. O que buscamos nessas agências foi coletar material, empírico, sobre o tema e a partir de então perceber e identificar a definição de economia criativa que se tem, no material empírico, e sob qual abordagem.

A visita aos órgãos implicou em um vasto material sobre economia criativa e sua correlação com a economia da cultura que, muitas vezes, representa a expansão de sua aplicabilidade. Alguns órgãos, também, informaram que todos os dados se encontravam nos sites institucionais das agências. Assim, apresentaremos um breve histórico dessas agências, com quais programas e de que forma atuam na promoção e patrocínio da economia criativa.

4.3.1 Agência de Fomento do Estado da Bahia S/A – DESENBAHIA

A agência de fomento do Estado da Bahia S/A - Desenhahia tem como objetivo promover o desenvolvimento econômico e social da Bahia através da concessão de crédito. Historicamente o Desenhahia é resultado da transformação do Fundo de Desenvolvimento Agroindustrial – Fundagro (Lei Estadual Nº 849 19/10/1956), sucedido pelo Banco de Desenvolvimento da Bahia – Bandeb (Lei Estadual Nº 2.321 11/04/1966). Em 1970, o Bandeb altera o seu nome para Banco de Desenvolvimento do Estado da Bahia – DESENBANCO. Em 1997 (Lei Nº 11.166/97), o Governo privatizou o Banco do Estado da Bahia – Baneb e transformou o Desenbanco em Agência de fomento, autorizado a funcionar em 2001 pelo Banco Central. A instituição das agências de fomento buscam substituir os bancos de desenvolvimento, reduzindo a participação do Estado no sistema financeiro, conforme acordo da Basileia.

A evolução do Desenbahia para a economia da cultura, e por tabela, para a economia criativa, dá-se a partir da dimensão econômica da cultura e da elevação da cultura como fator de desenvolvimento sustentável empreendido pelo Ministério da Cultura – Minc. Os dados do quadro 31 dão conta da evolução histórica do Desenbahia, da articulação com outras instituições e das respectivas ações para o desenvolvimento da cultura.

Quadro 31 – Evolução e ações do Desenbahia para a economia criativa

Ano	Ações
2003	Cultura como dimensão econômica e fator sustentável.
2004	Arranjos Produtivos Locais – APLs com o segmento de moda na RMS. Articulando cultura e inovação.
2005	Doutorado em cultura e desenvolvimento, disciplina Economia da Cultura no Pós-Cultura/UFBA vinculado ao CULT-UFBA.
2006	A Secretaria do Planejamento - SEPLAN promove o seminário sobre indústrias criativas em Salvador com o apoio do Desenbahia. Salvador foi indicada para sediar o Centro Internacional Transdisciplinar da Economia Criativa (CITEC), em articulação da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e do MINC. BNDES cria Departamento de Economia da Cultura em parceria com a SeCult-Desenbahia.
2007	É Criada a SECULT e firmada parceria com a DESENBAHIA, com a criação do Credibahia Cultura na RMS. O Programa Credifácil da DESENBAHIA é oferecido ao setor de serviços (inclusive para a cultura). Estratégia de redes produtivas e iniciada com foco no setor audiovisual.
2008	Estratégia de redes produtivas é aplicada nos segmentos audiovisual, editorial e musical, com a criação de GTs.
2009	Conselho do Fundo de Desenvolvimento Social Econômico - FUNDESE aprova a criação de Programa com foco na economia criativa e a estratégia de rede produtiva.
2010	Desenbahia-Secult firmam Convênio para fortalecer e profissionalizar o setor cultural e criam o Programa Credifácil Cultura com foco na economia criativa.

Fonte: www.Desenbahia, 2014.

Observamos que foi a partir de 2006 que a economia criativa passa a ser alvo do Desenbahia e, como sempre, com o objetivo de promover a cultura através da economia criativa. No ano de 2007 é criada a Secretaria da Cultura – SECULT, momento em que é firmada a parceria com o Desenbahia com o objetivo de

promover a cultura. Mesmo com o foco na economia criativa, quando observamos os projetos e editais, o alvo é a promoção da economia da cultura.

O Desenbahia nasce com a missão de oferecer soluções financeiras e técnicas para melhorar a vida da população baiana. Articulando-se, institucionalmente, com as secretarias de governo e a política de fomento estadual. É evidente, a partir de suas fontes de recursos e ações, o fomento às Micros e Pequenas Empresas - MPEs e na inclusão socioeconômica. Os recursos para esses fins vêm do Fundo de Desenvolvimento Social e Econômico – FUNDESE; do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES; dos repasses do Banco do Nordeste/FNE e dos Recursos Próprios - RP.

4.3.2 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado Da Bahia – FAPESB.

A FAPESB, instituição de direito público, foi criada em 27 de agosto de 2001, através da Lei Nº 7.888, com o objetivo de estimular e apoiar o desenvolvimento das atividades científicas e tecnológicas do Estado. A Lei Nº 8.414, de 02 de janeiro de 2003, vincula a FAPESB à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECTI.

O primeiro ano de atividade da FAPESB pode ser considerado como um tempo constitutivo e estruturante. Em 2002, a Fundação não só foi construída como instalada, fechando um ciclo de experiências e abrindo novo horizonte para política de ciência, tecnologia e inovação na Bahia.

Em 2003, a FAPESB criou a Secretaria Extraordinária de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado da Bahia – SECTI, com vistas a uma maior integração entre as ações. Nacionalmente, a FAPESB convergiu seus programas, a partir da análise de experiências bem sucedidas, em fundações congêneres.

A FAPESB é constituída por um Conselho Curador, Diretoria Geral, Científica, Inovação e Administrativa. O Conselho é composto de 12 membros, que representam as Universidades, Centros de P&D, Setor Empresarial, Comunidade Acadêmica e Governo Estadual. Em 2008 a FAPESB criou a Diretoria de Inovação – DI composta por três coordenações: Coordenação de Competitividade Empresarial – CCE; Coordenação de Desenvolvimento Tecnológico e Empreendedorismo – CDTE e a Coordenação de Apoio a Tecnologias Sociais e Ambientais – CTSA.

A Diretoria de Inovação tem o objetivo de Fomentar a inovação na perspectiva da melhoria da competitividade empresarial; do apoio ao desenvolvimento tecnológico e do empreendedorismo; e, do apoio às tecnologias sociais e ambientais para o desenvolvimento socioambiental. Essas Coordenações se reúnem uma vez por semana.

Integradas às ações implementadas pelas Fundações similares nos demais Estados da Federação e orientada pela Política de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Estado da Bahia, a FAPESB busca a inserção plena da ciência e da tecnologia na solução de problemas econômicos e sociais que afetam o desenvolvimento sustentável da economia baiana. A Fundação acredita que o estímulo à capacitação tecnológica e a ampliação do capital intelectual são os principais vetores do desenvolvimento econômico e da elevação do nível da qualificação de vida da população.

Nessa perspectiva, a SECTI, em parceria com a Universidade do Estado da Bahia – UNEB, propôs em 2013 a criação do Centro de Inovação, Empreendedorismo e Criatividade – CIEC, onde o principal eixo de atuação é a pesquisa e desenvolvimento, formação de recursos humanos e qualificação de fornecedores e a experimentação e incubação de novos negócios criativos. Seu objetivo principal é produzir e difundir conhecimento sobre economia criativa, formando e qualificando recursos humanos para este setor (Rocha, 2013).

Para a FAPESB, e no contexto da economia criativa, os segmentos criativos não se restringem apenas aos de natureza reconhecidamente “culturais”, como patrimônio, música, teatro e outros, tendo sido ampliados, contemplando, neste novo conceito, design, arquitetura e publicidade. Essa perspectiva está em comunhão com o Ministério da Cultura – MinC, com o Plano Bahia Criativa (2013) e seu escopo contempla a seguinte lógica:

- Patrimônio: abrange as atividades relacionadas à preservação de acervos culturais, além da exploração comercial de espaços de exibição desses materiais, como museus e bibliotecas, e das atividades de conservação e restauração destes.
- Artes performáticas: incluem as atividades ligadas às artes cênicas e circenses e a outros espetáculos realizados ao vivo. Fazem

parte dessa categoria não apenas os espetáculos em si, mas também as atividades de gestão dos espaços em que eles acontecem, bem como as organizações associativas de qualquer natureza que se dediquem à cultura e à arte.

- Artes visuais e artesanato: abrangem as atividades de fotografia e de criação artística, nas quais se incluem a pintura artística, a escultura e o artesanato.

- Livros e periódicos: encontram-se nesta categoria, as atividades da cadeia de produção de todos os tipos de materiais impressos (livros, jornais, revistas e outros).

- Audiovisual, música e mídias interativas: incluem atividades fabris, como a reprodução de materiais gravados (inclusive a gravação de CD e DVD) e a fabricação de instrumentos musicais (produzidos tanto artesanalmente como em larga escala). Fazem parte desta categoria, os serviços ligados a produção, pós-produção e exibição cinematográfica, bem como as atividades de rádio e televisão, responsáveis pela maior parte dos serviços de difusão de produções audiovisuais. Este item inclui o desenvolvimento de softwares e a produção de jogos eletrônicos (games), e ainda as atividades relacionadas à internet, como as de hospedagem de sites, portais e provedores de conteúdo on-line.

- Serviços criativos de base cultural: são aqueles mais orientados pela demanda de indústrias e serviços com finalidades funcionais e têm os elementos culturais como fator de produção, tais como: serviços de arquitetura; design de moda, mobiliário, objetos pessoais, joias e industrial; e atividades de agências de publicidade e propaganda.

Para que o segmento criativo possa se tornar um vetor de desenvolvimento do Estado da Bahia é necessário identificar suas principais potencialidades e desafios, pois devem subsidiar a formulação de políticas públicas capazes de fomentar e fortalecer a economia criativa no estado. A FAPESB tem direcionado recursos para o principal setor da economia criativa que é a inovação e o empreendedorismo e para

essa agência de fomento inovação representa o ponto fundamental para o desenvolvimento do setor criativo. Os dados da tabela 8 dão conta dos editais que contemplaram a temática economia criativa.

Tabela 8 - Editais da Coordenação de Desenvolvimento Tecnológico e Empreendedorismo - CDTE com temática economia criativa 2009/2014

Edital	Recursos (R\$)	%	Fontes de Recursos
013/2009	31.408,00	12,7	Apoio a educação para o empreendedorismo
018/2009	95.523,52	38,7	Apoio a criação de cursos de Espec. em inovação
010/2014	119.930,00	48,6	Apoio a criação de cursos de Espec. em inovação
Total	246.861,52	100	

Fonte: FAPESB, CDTE, 2016.

Merece destaque, no período de 2014 e 2015, a Fapesb lançar mão de um capítulo à parte com Editais de concurso ideias inovadoras. Este edital, além das tradicionais categorias voltadas à comunidade estudantil, acadêmica e dos inventores independentes, contemplou uma nova categoria – Inventores da Economia Criativa –, objetivando atender à crescente demanda deste segmento, dando espaço para temas como patrimônio, expressões culturais, artes, literatura, áudio e vídeo, moda e design, ampliando, assim, a oportunidade de participação da produção cultural, um campo emblemático para o nosso Estado.

Tal iniciativa foi produto da articulação entre a Fapesb e a Secretaria de Cultura e evidencia uma experiência exitosa na transversalidade de políticas públicas. Para a iniciativa de inventores da economia criativa a FAPESB repassou um volume de recurso na ordem de R\$ 306.861,52 a partir dos editais lançados pela Coordenação de Desenvolvimento Tecnológico e Empreendedorismo – CDTE.

No âmbito da Coordenação de Competitividade Empresarial – CCE, o tema Economia Criativa é materializado, pela primeira vez, com a integração e parceria entre a Fapesb, a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECTI, em parceria com o Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – MCTI, por intermédio da Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP, lançam o

Edital FAPESB/SECTI – 008/2016, referente ao Programa de Apoio à Pesquisa na Empresa – PAPPE -Bahia.

Embora o PAPPE seja discutido mais detidamente no próximo capítulo, enquanto política pública, empreendimentos baianos de micro e pequeno porte poderão concorrer a recursos de subvenção econômica, no valor de R\$ 21 milhões para inovação tecnológica em produtos, processos e serviços.

No âmbito da Coordenação de Competitividade Empresarial - (CCE), o Edital denominado Programa de Apoio a Pesquisa na Empresa – PAPPE Integração, representa o início do tema “Economia Criativa” em uma ação da CCE. Esse Edital (PAPPE Integração), através da Fundação de Amparo à Pesquisa – FAPESB continua com as atividades do Programa Bahia Inovação de incentivar e apoiar a melhoria da produtividade e competitividade das empresas privadas de micro e pequeno porte baianos.

A busca pelo diferencial se dá em produtos, processos e serviços tecnologicamente inovadores e que deve ser permanentemente vislumbrada e objetivo das organizações empresariais. Neste sentido, a Fundação de Amparo à Pesquisa – FAPESB, a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECTI, em parceria com o Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – MCTI, por intermédio da Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP, lançam o Edital FAPESB/SECTI – 008/2016, referente ao Programa de Apoio à Pesquisa na Empresa – Bahia Inovação.

Os dados da tabela 9 dão conta dos projetos inscritos e aprovados no período de 2014 a 20215. Neles podemos perceber que em 2014, dos 54 projetos inscritos, apenas, 29,6% passaram para a segunda fase e em 2015 dos 46, apenas, 67,4% passaram para a segunda fase.

Tabela 9 – Projetos inscritos e aprovados no PAPPE 2014/2015

Anos	Projetos inscritos	%	Projetos aprovados para a fase 2	%	Varição %
2014	54	54,0	16	34,0	29,6
2015	46	46,0	31	66,0	67,4
Total	100	100,0	47	100,0	47,0

Fonte: FAPESB, 2016

Segundo o portal da FAPESB, este Edital destina-se ao apoio de projetos de inovação tecnológica de produtos, processos e/ou serviços, oriundos de sociedades empresariais com fins lucrativos sediadas no Estado da Bahia, desde que classificadas como microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito do Contrato 03.10.0322.00 firmado entre a Fundação de Amparo do Estado da Bahia - FAPESB e a Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP.

Na Comissão de Competitividade Empresarial – CCE, foram apoiados sete projetos com a temática de jogos ou games, cujo total investido foi na ordem de R\$ 3,8 milhões e implicou em contrapartida das empresas e parceiros. Quanto à inserção da temática Economia Criativa no âmbito da Coordenação de Tecnologias Sociais e Ambientais, os documentos atestam que até o presente momento, não houve nenhum edital desta coordenação com foco na referida temática da Economia Criativa e nem projetos oriundos desta temática foram apoiados.

4.3.3 Banco do Nordeste do Brasil S/A -BNB

O BNB é uma instituição financeira estatal, constituída na forma de sociedade de economia mista, na qual 90,0% das suas ações estão sob o controle do Governo Federal Brasileiro. Sua sede é localizada na cidade de Fortaleza, Estado do Ceará. É um banco múltiplo com características de um banco de desenvolvimento e tem por finalidade promover o desenvolvimento sustentável da Região Nordeste do Brasil por meio do apoio financeiro ao agente produtivo regional.

Sua missão, segundo sua filosofia corporativa, é atuar na promoção do desenvolvimento regional sustentável, como banco público, competitivo e rentável.

O envolvimento do Banco do Nordeste do Brasil – BNB, com a economia criativa, ocorre a partir de suas iniciativas para o setor cultural em 2010, com as publicações do Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – ETENE (BNB, 2010). Nessa publicação o Banco assume, como definição de economia criativa, a ampliação do conceito de cultura

Os dados do quadro 32 revelam a realidade dos projetos patrocinados pelo Banco Nacional do Brasil S/A – BNB. Verificamos a quantidade de projetos contemplados e suas relações com a economia criativa que, nessa tese, representa a relação da inovação com o empreendedorismo. Assim, dois projetos, grifados, seriam os que mais se aproximam da economia criativa na média em que, o termo economia criativa não aparece na relação dos projetos da Bahia.

Quadro 32 - Resultado do edital de seleção de projetos para patrocínio do Banco do Nordeste na Bahia - Ano 2015

Projeto	Proponente
17ª EXPOAGRI	APRIR - Associação dos Pecuaristas da Região de Irecê
12º Encontro de Empresas Juniores da Bahia (EEJ-BA) 2015	União das Empresas Juniores do Estado da Bahia (UNIJr-BA)
14ª Feira da Agricultura Familiar	Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Santa Rita de Cássia-BA
15ª EXPONHEM	Sindicato Rural de Itanhem
15º Convenção Abf do Franchising	Associação Brasileira de Franchising-ABF
2º AGROCAUCAU – Seminário Territorial de Cacau e Chocolate	ASPECA – Associação dos Produtores Rurais da Cachoeirinha
XXXVI Exposição Agropecuária, Industrial e Comercial de Jequié e XIII Exposição Nacional	Sindicato Rural de Jequié
3ª Feira da Agricultura Familiar do Município de Santa Bárbara	Cooperativa Mista de Agricultores Familiares e Produtores de Leite de Santa Bárbara – COAFASB
5º Exposição Agropecuária Brumadense	Cooperativa Mista Agropecuária Brumadense de Responsabilidade Ltda
6º Encontro Baiano dos Laticinistas	Sindicato das Indústrias de Laticínios e Produtos Derivados do Leite do Estado da Bahia
AGROPEC Semiárido - & IV Congresso Brasileiro de Palma	Federação da Agricultura e Pecuária do Estado da Bahia
ARTPELÔ – Feira de Negócios e Arte de Salvador	Pau Viola Produções Artísticas Ltda - ME
CEO Fórum 2015	Amcham Salvador
Cozinha comunitária	Associação Comunitária dos Pequenos Criadores e Produtores Rurais da Fazenda Maçaranduba e Adjacências
ExpoTeofilândia	Município de Teofilândia
Feira do Empreendedor 2015	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Bahia (SEBRAE-BA)
Feira Interterritorial de Economia Solidária	Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável e Solidário da Região Sisaleira - Fundação APAEB
Formação profissional e geração de renda para jovens e mulheres das periferias de Salvador (BA), Bra	Cooperativa Colibris
Fortalecimento do homem do campo	Cooperativa de Apoio a Agricultura Familiar
Forum de Empreendedorismo e Inovação	RK Assessoria Gestão e Projetos

Quadro 32 - Resultado do edital de seleção de projetos para patrocínio do Banco do Nordeste na Bahia - Ano 2015

Projeto	Proponente
Frutos do Cerrado: uma possibilidade local sustentável	Associação dos Pequenos Agricultores de Cabeça da Vagem e Adjacências
Homem do Campo	Marlus Muriel Almeida Andrade
I Feira de Caprinos e Ovinos do distrito de Juremal	Associação Comunitária de Lagoa do Meio
I Festival do Doce de Leite do Distrito de Juremal	Associação Comunitária Agropastoril de Cipó
II Fórum Bahia Econômica de Desenvolvimento de Negócios	Bahia Econômica Provedor de Notícias Ltda -ME
II Jornada do Semiárido Sustentável	IDAN - Instituto de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido
III Feira de Agricultura Familiar Da Chapada Diamantina no XV Festival da Cachaça Abaíra	Prefeitura Municipal de Abaíra-Ba
III FEPASE - Feira de Produtos e Serviços Agropecuários de Seabra e Território de Identidade da Chapada Diamantina	Sindicato dos Produtores Rurais de Seabra e Região
IV Feira de Caprinos e Ovinos do distrito de Itamotinga, (Cacimba do Silva).	Cooperativa dos Empreendedores Rurais de Cacimba do Silva e Região LTDA
Patrocínio para realização da 4ª EXPOSANTANA 2015	Prefeitura Municipal de Santana-BA
Pesca Sustentável	Associação Comunitária de Cajueirinho de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável do Território do Sisal
Plantando Nossas Riquezas - I Feira agropecuária de Barra do Tarrachil-Ba	Hicaro Kinarde Gomes Ramos
PRODESO: Promoção do Desenvolvimento Sustentável no Campo	Campo Associação Humana Povo para Povo Brasil
Projeto Cooperação Empresarial para Internacionalização	Federação das Indústrias do Estado da Bahia - Centro Internacional de Negócios / CIN
Semana Baiana de Empreendedorismo e Inovação - SBEI2015	Associação Comercial e Empresarial de Feira de Santana
Semana Global de Empreendedorismo da Bahia	Associação dos Jovens Empreendedores de Salvador
VI FEBAFES - Feira Baiana da Agricultura Familiar e Economia Solidária do Estado Da Bahia.	União das Cooperativas
VII Encontro dos Produtores Rurais de Barra da Estiva e Região	Associação de Desenvolvimento Econômico e Social de Barra da Estiva
VII Encontro sobre Agricultura Familiar e Agroecologia.	Movimento de Apoio a Agricultura Familiar e a Agroecologia – AGROVIDA
VIII Feira de Caprinos e Ovinos do Distrito de Pinhões	Associação dos Produtores Rurais do Vale Rio Curaça

Fonte: BNB, 2016

Os projetos do quadro 17 fazem referência ao Estado da Bahia e merecem o registro de que nesse mesmo edital, o Banco do Nordeste do Brasil patrocinou projetos nos Estados Brasileiros e aqui selecionamos, dos totais, os que foram contemplados com a terminologia economia criativa e/ou empreendedorismo e inovação na concepção “schumpeteriana” do termo.

Na Bahia, do total de quarenta, 2 projetos de cunho criativo foram patrocinados; no Ceará, dos 38 projetos foi patrocinado 1 ligado à economia criativa; em Minas Gerais e Espírito Santos, dos 16 projetos foi patrocinado 1 e no Piauí, dos 8 projetos 1 foi patrocinado pelo Banco do Nordeste do Brasil - BNB. Os dados do quadro 33 apresentam, resumida e seletivamente, como aparecem esses projetos de economia criativa e patrocinado pelo BNB.

Quadro 33 - Resultado do edital de seleção de projetos patrocinado pelo Banco do Nordeste em Estados selecionados - Ano 2015

Projetos	Proponentes
Bahia	
Semana Baiana de Empreendedorismo e Inovação - SBEI2015	Associação Comercial e Empresarial de Feira de Santana
Forum de Empreendedorismo e Inovação	RK Assessoria Gestão e Projetos
Ceará	
Feira de Oportunidades e Negócios - Economia, Inovação e Empreendedorismo	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico – SDE
Minas Gerais / Espírito Santo	
Mapeamento, Organização e Capacitação em Gestão de Negócios e Empreendimentos Criativos.	Antonio José Raposo
Piauí	
Feira Economia Criativa do Sul do Piauí.	Associação de Teatro Cidade Cenográfica

Fonte: BNB, 2016

Destarte, o Banco do Nordeste do Brasil – BNB, em termos de economia criativa tem direcionado recursos para a economia da cultura e os editais dão conta dessa realidade. Na visita ao banco, verificamos que não há um setor específico para promover a economia criativa.

4.3.4 Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, empresa pública federal, é, hoje, o principal instrumento de financiamento de longo prazo para a realização de investimentos em todos os segmentos da economia, em uma política que inclui as dimensões social, regional e ambiental.

Desde a sua fundação, em 1952, o BNDES se destaca no apoio à agricultura, indústria, infraestrutura e comércio e serviços, oferecendo condições especiais para micro, pequenas e médias empresas. O Banco implementa linhas de investimentos sociais, direcionados para educação e saúde, agricultura familiar, saneamento básico e transporte urbano.

A missão do BNDES, portanto, é a de estimular e contribuir para o desenvolvimento das empresas criativas e dos agentes criadores, ampliar e dar mais eficiência ao mercado de bens e serviços culturais, com sustentabilidade econômica e ganhos sociais.

Historicamente, podemos dividir a atuação do BNDES, na evolução do apoio à economia cultural e criativa, em três períodos: de 1995 a 1997, patrocinando cinema e preservando patrimônio; Procult que representava crédito pioneiro para a economia da cultura, focando no setor audiovisual, e 2009 com o chamado novo BNDES, o novo Procult, voltado para novas cadeias produtivas da economia da cultura.

Em seu Planejamento Corporativo 2009/2014, o BNDES elegeu a inovação, o desenvolvimento local e regional e o desenvolvimento socioambiental como os aspectos mais importantes do fomento econômico no contexto atual e devem ser promovidos e enfatizados em todos os empreendimentos apoiados pelo Banco.

O apoio do BNDES se dá por meio de financiamentos a projetos de investimento, aquisição de equipamentos e exportação de bens e serviços. Além disso, o Banco atua no fortalecimento da estrutura de capital das empresas privadas e destina financiamentos não reembolsáveis a projetos que contribuam para o desenvolvimento social, cultural e tecnológico.

Em 2009 o BNDES consolida-se e aprofunda-se na ótica do desenvolvimento, a partir da perspectiva de um desenvolvimento econômico integrado, utilizando-se dos instrumentos de: Renúncia Fiscal (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual); Linhas de crédito (novos setores a exemplo da inovação) e recursos próprios não reembolsáveis oriundos do fundo de cultura.

Embora o foco, do BNDES, visasse as cadeias produtivas da economia criativa, o que se percebeu foi o desenvolvimento integrado das cidades históricas com mecanismos de apoio à chamada economia criativa conforme os dados do quadro 34.

Quadro 34 – Mecanismo de apoio do BNDES à economia criativa

Mecanismos	Modalidade
Crédito	- Crédito de longo prazo (PROCULT) - Cartão BNDES. - BNDES Automático.
Investimentos	- Private Equity & Venture Capital - Fundos de Investimento (Funcines) .
Grants	- Patrimônio e Acervos. - Produção de cinemas e séries de TV. - Projetos estruturantes das cadeias produtivas.
Projetos Especiais	- Parceria com o Banco do Nordeste (Edital de Cultura). - Orquestra Sinfônica Brasileira. - Implantação do Porto Mídia no Recife Antigo (em análise pelo BNDES)

Fonte: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Relatório Anual 2008.

O BNDES desenvolve alguns subprojetos que, direta ou indiretamente, influenciam a dinâmica da economia criativa enquanto área estratégica, prioritária, a exemplo de: BNDES e a Economia da Cultura; BNDES Cultura; Apoio a Projetos Culturais e BNDES Procult.

- O BNDES e a Economia da Cultura. Esse subprojeto atua no apoio ao Setor Audiovisual, concebendo a economia da cultura como um setor estratégico e dinâmico, tanto pelo ponto de vista econômico como sob o aspecto social. Suas diversas atividades geram trabalho, emprego, renda e são capazes de propiciar oportunidades de inclusão social, em particular, para jovens e minorias, devido à sua característica intrínseca de atuar com a diversidade.
- BNDES Cultura. Aqui o BNDES investe em projetos e empreendimentos culturais, aproximando o público de manifestações artísticas que expressam a cultura nacional.

- BBNDES Procult. O Programa BNDES para o Desenvolvimento da Economia da Cultura financia projetos de investimentos e planos de negócio das empresas atuantes nas cadeias produtivas da economia da cultura, como audiovisual, editorial, música, jogos eletrônicos e artes visuais e performáticas. No segmento audiovisual, as empresas podem ainda contar com recursos não reembolsáveis de forma complementar ao financiamento em casos específicos.

Isto posto, percebemos que a economia da cultura e a indústria cultural têm recebido do Estado uma maior atenção, visibilidade e financiamento público. Esse investimento passa pelas agências de fomento e a sua efetividade, eficiência e eficácia passam pelo entendimento da definição que esses órgãos têm e difundem para a sociedade: Economia da cultura e economia criativa são as mesmas atividades.

Para o BNDES, quando relacionamos economia criativa e inovação, o desenvolvimento de conteúdo para as indústrias criativas é análogo ao desenvolvimento de P&D das indústrias intensivas em tecnologia. Estas atividades e requisitos são exibidos nos dados do quadro 35.

Quadro 35 - Economia criativa e inovação, Pernambuco / Brasil, 2012

Atividades	Requisito
Linguagem artística.	Envolve alto grau de conhecimento técnico específico.
Núcleos criativos de estúdios etc.	Se organiza na forma de equipes estáveis de desenvolvimento.
Lançamentos de filmes, livros, novos personagens.	Demanda investimento com risco de performance comercial.
Direito autoral, direitos conexos, registros de marcas e patentes de personagens e formatos.	Gera direito de propriedade intelectual.
Catálogos de filmes, séries, fonogramas e títulos editoriais, licenciamento de personagens.	Gera ativo intangível com potencial de geração de receitas.

Fonte: Adaptado do ANAIS do Seminário de desenvolvimento regional: avaliação, desafios e perspectivas, Júlio Raimundo set./2012

O conceito utilizado de economia criativa, no BNDES, é o mesmo adotado pelo Ministério da Cultura – Minc e isto se justifica pelo fato

Do seu início e trajetória no mundo concreto e tangível das hidroelétricas, fábricas, hospitais, produtos agrícolas, aeronaves etc., o BNDES alcança o universo intangível da inovação, da tecnologia, da cultura e dos valores socioambientais, sempre em busca de sua meta permanente: gerar desenvolvimento sustentável e bem-estar para toda a sociedade brasileira. E a economia da cultura representa isto: não apenas sustentabilidade e inclusão social, mas também geração de renda, trabalho, emprego, ou seja, um vetor de desenvolvimento sustentável, adequado aos atuais requisitos sociais, econômicos, regionais e ambientais do País (BNDES, 2008, p,353).

Evidenciamos que o BNDES, desde a sua criação, sempre direcionou seus recursos para ações voltadas para o desenvolvimento da economia da cultura apesar de, no chamado período novo BNDES, compreender a discussão da economia criativa e a carência de investimentos que visassem à promoção do setor.

4.4. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES SOBRE AS AGÊNCIAS DE FOMENTO

A visita às agências de fomento, aqui descritas e analisadas, foi de grande valia e evidenciou a partir dos documentos que no Brasil, o termo economia criativa é utilizado para uma definição mais ampla do segmento cultural, e, embora exista uma discussão muito intensa sobre as atividades que fazem parte deste, não há um consenso, nem mundial nem nacional, sobre a questão. A definição de economia criativa, no Brasil e na Bahia tem como base o conceito estabelecido pelo Ministério da Cultura – MinC que por sua vez abriga a Secretaria da Economia Criativa - SEC.

No Brasil, o termo economia criativa é utilizado por todo o segmento criativo, Secretarias, agências de fomento, Ministérios, segundo a orientação conceitual do Ministério da Cultura – MinC, onde a economia criativa,

compreende as dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social (MINC, 2012).

No Plano Bahia Criativa e na análise da definição de economia criativa, ainda se identifica pouca adesão dos setores mais ligados à tecnologia e inovação. A maioria dos projetos e editais estão ligadas às linguagens artísticas. Por outro lado, dentre todas as agências de fomento, na Fapesb, há uma percepção maior sobre setores ligados à tecnologia e inovação (software e games).

Esta vocação, da FAPESB, para a economia criativa é evidenciada com a institucionalização de vários setores e órgãos direcionados para este setor na perspectiva “schumperiana”, ou seja, a partir da destruição criativa. Esses setores, conforme observados anteriormente foram:

- A criação, Em 2003, da Secretaria Extraordinária de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado da Bahia – SECTI;
- A criação, Em 2008, da Diretoria de Inovação – DI composta por três coordenações: Coordenação de Competitividade Empresarial – CCE; Coordenação de Desenvolvimento Tecnológico e Empreendedorismo – CDTE e a Coordenação de Apoio a Tecnologias Sociais e Ambientais – CTSA;
- A partir de 2014 criou o Concurso Ideias Inovadoras estreou uma nova categoria – Inventores da Economia Criativa
- Foi criado, em 2015, o Programa de Apoio à Pesquisa na Empresa – PAPPE -Bahia.

Esses projetos diferenciam a FAPESB das demais agências de fomento, principalmente, no tocante à tecnologia, à inovação e ao empreendedorismo. As definições do quadro 36 fazem referências aos conceitos de economia utilizados pelas agências de fomentos, Ministérios e Secretária discutidos nesta tese. Neles evidenciamos a economia criativa como propulsora da economia da cultura.

Quadro 36 – Definições e sentidos da economia criativa na agências de fomento

Agências	Definições
Desenbahia	Economia Criativa compreende as dinâmicas culturais, sociais e

Quadro 36 – Definições e sentidos da economia criativa na agências de fomento

Agências	Definições
	econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, difusão e consumo/ fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica.
MinC	Compreende as dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social (BRASIL, 2012).
SEC	Economia criativa é a cadeia de geração de valor que, através de etapas em que ocorrem sinergias com outras áreas, ativa e concretiza as reservas de valor/patrimônios intangíveis, como cultura, conhecimento, criatividade, experiências, valores (SEC, 2011, p.123).
FAPESB	Idem definição do MinC.
BNDES	Do seu início e trajetória no mundo concreto e tangível das hidroelétricas, fábricas, hospitais, produtos agrícolas, aeronaves etc., o BNDES alcança o universo intangível da inovação, da tecnologia, da cultura e dos valores socioambientais, sempre em busca de sua meta permanente: gerar desenvolvimento sustentável e bem-estar para toda a sociedade brasileira. E a economia da cultura representa isto: não apenas sustentabilidade e inclusão social, mas também geração de renda, trabalho, emprego, ou seja, um vetor de desenvolvimento sustentável, adequado aos atuais requisitos sociais, econômicos, regionais e ambientais do País (BNDES, 2008, p,353).
BNB	Idem definição do Minc.
PBC	“O Plano simboliza a vontade política do Poder Executivo de considerar a cultura como eixo estratégico de desenvolvimento, assim como a diversidade cultural, a inclusão social, a inovação e a sustentabilidade como seus princípios fundamentais. As diretrizes do Plano são as seguintes: Desenvolvimento Local e Regional, Construção e Institucionalização de Marcos Legais, Fomento a Empreendimentos Criativos e Inovadores e Formação para competências Criativas e Inovadoras”(BRASIL, 2014).
Bahia Criativa	Idem definição da SEC.

Fonte: Dados da própria pesquisa extraída dos documentos e agências de fomento, 2016.

Uma análise no quadro de definições deixa claro o papel da economia criativa em relação à economia da cultura: promovê-la. Isso é evidenciado na missão da

Secretaria da Economia Criativa – SEC, já analisada anteriormente. Urge ao Brasil, através das instituições envolvidas, definir o conceito de economia criativa ou defini-la enquanto extensão da economia da cultura. Assim será possível melhor eficiência, eficácia e efetividade das políticas públicas voltadas para esse setor.

4.5. CONSIDERAÇÕES SOBRE OS PLANOS BRASIL CRIATIVO, BAHIA CRIATIVA E ÀS AGÊNCIAS DE FOMENTO: DEFINIÇÕES NUM AMBIENTE POLISSÊMICO

Nos últimos dez anos, as agências de fomento, no Estado da Bahia, têm direcionado recursos para a economia da cultura que, por sua vez, redireciona em menor escala para a economia criativa. O conceito de economia criativa na Bahia, e particularmente na gestão do Partido dos trabalhadores – PT, tem assumido um caráter eminentemente artístico sem tratá-la como uma nova economia. Pensando assim, a crença da pesquisa que aqui propomos é considerar que as agências de fomento trazem em seus editais, definições expressas, de economia criativa, que não atendem à promoção da mesma para suplantar o paradigma da economia tradicional, cuja base é a escassez e limitação de recursos.

Entendemos, ainda, que a promoção da economia criativa, através das agências de fomento, está atrelada à sua definição, considerando a especificidade local. A partir dessa perspectiva, o conceito não dito, nos órgãos de fomentos, que se difunde para a promoção da economia criativa, a partir de seus editais, planos e relatórios são elementos fundamentais para a consolidação dessa economia na Bahia.

A indefinição do conceito, expresso, de economia criativa nos documentos dos órgãos de fomento, em muitos casos confundidos com a economia da cultura faz com que a efetividade das políticas públicas para a promoção desse segmento, não se realize. É essa a questão que foi discutida neste capítulo intitulado: Os Planos Brasil Criativo, Bahia Criativa e as agências de fomento: a definição expressa de economia criativa nos documentos oficiais.

Buscamos a análise e a interpretação do material empírico (Decretos, Leis, Editais, relatórios, Planos). Examinamos os dados coletados, procurando analisar os conteúdos e suas subjetividades conceituais, refletir sobre esses conteúdos, fazendo inferências para interpretá-los e articulá-los ao referencial teórico estudado. Essa análise interpretativa foi desenvolvida, a partir das definições que emergiram no/do percurso da pesquisa, as quais foram eixos estruturantes do diálogo entre teoria e realidade.

Percebemos, também, que apesar de, algumas instituições, fazerem parte do Grupo de Trabalho – GT que elaboraram o Plano Bahia Criativa, percebemos que as definições isoladamente, são diferentes. O que demonstra a falta de consenso na construção do conceito ou definição da economia criativa. A função da Secretaria da Economia Criativa – SEC é limitante, na medida em que ela não tem o poder de implantar políticas públicas para o próprio setor e depende das políticas voltadas para a economia da cultura que concorre com a economia criativa, a depender da abordagem utilizada. Os dados do quadro 37, em nível de constatação, exibem as definições de economia criativa a partir de instituições selecionadas.

Quadro 37 – Definições de economia criativa em instituições selecionadas

Órgãos	Definições
MinC	Ciclo de criação, produção, distribuição/difusão e consumo/fruição de bens e serviços caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica.
Sebrae	Conjunto de negócios intensivos em conhecimento e baseados no capital intelectual, cultural e na criatividade, gerando valor econômico.
UNCTAD	Ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como principais insumos.
Plano Brasil Criativo	Ciclo de criação, produção, distribuição/difusão e consumo/fruição de bens e serviços caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica.
Plano Bahia Criativa	Dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social” (BRASIL, 2012).
SEC	Cadeia de geração de valor que, através de etapas em que ocorrem sinergias com outras áreas, ativa e concretiza as reservas de valor/patrimônios intangíveis, como cultura, conhecimento, criatividade, experiências, valores (SEC, 2011, p.123).
SeCult	

Fonte: Dados levantados na pesquisa

As definições contidas no quadro 21 ratificam a abordagem da indústria cultural para definir a economia criativa e vale acrescentar que esta definição serve de orientação para outros setores e instituições. Contudo, há definições que vão de encontro às elencadas acima, visto que

O conceito de economia criativa e seu estabelecimento como uma disciplina de estudo ganhou expressão e relevância a partir dos anos 2000. Economia criativa é o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços, guardando estreita relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual. (Oliveira; Araújo; Silva, 2013, p. 6).

Essa definição apoia-se em dois conceitos basilares de economia criativa. O primeiro, definido por Howkins, quando afirma

Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘indústria criativa’ a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual. (Howkins, 2005, p. 119).

E o segundo, definido pelo Ministério de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS), atestando que as indústrias criativas são

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais). (DCMS, 2005, p.5).

Até 2001, o conceito de indústria criativa, indústria cultural e economia criativa era oriundo de uma mesma matriz conceitual: a indústria da criatividade ou da imaterialidade capaz de substituir o paradigma capitalista. A questão que norteia a economia criativa, segundo a UNCTAD (2010), é a destinação e objetivo da criatividade no tocante a arte, ciência ou economia. Uma vez estabelecida essa destinação, urge a utilização ou não, do mecanismo de propriedade intelectual.

O primeiro conceito de economia criativa definido por Howkins (2001) parte do pressuposto da existência de um produto oriundo da criatividade, capaz de gerar valor, originário da busca de solução, com teor tecnológico, valor simbólico e capaz de gerar propriedade intelectual como mecanismo de estimular e proteger a criação. Acrescentando-se, ainda, a polissemia do conceito de economia criativa

Sabemos que o conceito de economia criativa é polêmico. São diferentes países, com diferentes compreensões do conceito e, mesmo dentro no Brasil, existem divergências em relação ao seu significado. Para alguns, ele está mais relacionado a política cultural, para outros, ao campo amplo da macroeconomia. (Goldenstein, 2014, p.133).

Isto posto, advogo que a economia criativa é um ramo da economia e, como tal, deve ser tratado. Isto implica em conceber a cultura como parte integrante da economia criativa e não o contrário. O fato da economia criativa estar atrelada ao Ministério da Cultura – MinC, dificulta o seu desenvolvimento e a sua aplicabilidade. A Secretaria da Economia Criativa – SEC, deveria estar atrelada à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECTI, projetada a partir do Parque Tecnológico (Rocha, 2013).

O direcionamento de recursos, a partir de editais, através da Secretaria da Cultura – SeCult, não tem alcançado a contento a economia criativa no tocante à tecnologia de ponta (games e computadores), bem como a inovação, o empreendedorismo e as novas tecnologias. Nessa perspectiva, as políticas públicas para a economia criativa não foram efetivas e alcançaram, notadamente a partir das definições, a economia da cultura que é um dos setores da economia criativa. A eficiência, eficácia e efetividade dessas políticas serão analisadas no capítulo seguinte.

5. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA – POPEC-BA

Muito se tem discutido, ao longo das últimas décadas, sobre o que seriam políticas públicas eficientes. Assim, embora não seja o objetivo principal a discussão conceitual de políticas públicas, começaremos este capítulo destacando quatro correntes fundadoras que norteiam as discussões e tiveram origem nos Estados Unidos.

A primeira corrente, protagonizada por H. Laswell (1936), introduziu a expressão *policy analysis* (análise política pública) como forma de conciliar conhecimento científico/acadêmico com a produção empírica dos governos, com vistas a estabelecer o diálogo entre cientistas sociais, grupo de interesse e governo; Na segunda, H. Simon (1957), traz o conceito de racionalidade limitada dos decisores públicos (*pollicymakers*), evidenciando que essa limitação poderia ser minimizada pelo conhecimento racional. Para esse autor, os principais entraves para os decisores públicos são: informação incompleta ou imperfeita, tempo para a tomada de decisão e autointeresse dos decisores.

Já a terceira corrente, C. Lindblom (1979), vai de encontro a Laswell e Simon, propondo a incorporação de outras variáveis à formulação e à análise de políticas públicas, a exemplo das relações de poder e da integração entre as diferentes fases do processo decisório o que não teria necessariamente um fim ou um princípio. A racionalidade, para esse autor, é suplantada pelo papel das eleições, das burocracias, dos partidos e dos grupos de interesse.

Por fim, na quarta corrente, Easton (1965) define política pública como um sistema, ou seja, como uma relação entre formulação, resultados e o ambiente. Segundo Easton, políticas públicas recebem inputs dos partidos, da mídia e dos grupos de interesse, que influenciam seus resultados e efeitos.

No Brasil, as políticas públicas, embora sem essa denominação, podem ser divididas nas seguintes fases: até 1900, com as características de subsistência, primário-exportadora, economia dos ciclos, economia agrícola e economia escravista; de 1900 até 1960, caracterizada por mudança de agroexportador para urbano industrial. A partir daí, o Estado passa a ter responsabilidade no campo da

educação, previdência social, saúde e programas de alimentação entre outros (SILVA, 2001).

Na contemporaneidade, a participação da economia criativa no PIB brasileiro em 2010, segundo a FIRJAN, atingiu a cifra de 2,8% e com um crescimento anual de 6,1% aa, fenômeno que pressiona o Estado, a partir de suas políticas públicas, a aumentar seus investimentos no setor criativo a gerar emprego.

Os dados da tabela 10 exibem a situação do emprego e dos salários nos setores criativos dos Estados da Federação onde percebemos que a Bahia ocupa o sétimo lugar em termos de geração de emprego e o período 2013 a 2015 representou uma redução de 9,2% nos postos de empregos criativos e uma retração salarial de 4,7%, evidenciando a necessidade de políticas públicas para a Economia criativa.

Tabela 10 - Empregos formais e salários na área criativa de Consumo por UF – 2013 e 2015

UF	Emprego			Salário (R\$) ^(a)		
	2013	2015	Variação (%)	2013	2015	Variação (%)
SP	153.345	154.074	0,5	6.265	6.183	-1,3
RJ	39.846	36.939	-7,3	7.888	7.183	-8,9
MG	33.619	31.717	-5,7	4.561	4.275	-6,3
RS	26.873	26.328	-2,0	3.999	3.877	-3,1
PR	22.158	22.873	3,2	4.648	4.597	-1,1
SC	19.979	21.289	6,6	3.774	3.772	-0,1
BA	13.186	11.975	-9,2	4.964	4.733	-4,7
CE	10.870	11.087	2,0	3.257	3.120	-4,2
PE	10.321	9.398	-8,9	5.462	4.684	-14,2
DF	8.873	8.550	-3,6	8.325	8.400	0,9
GO	7.333	7.429	1,3	4.308	4.100	-4,8
ES	5.384	5.166	-4,0	4.484	4.274	-4,7
PA	3.845	3.731	-3,0	5.717	5.559	-2,8
PB	3.055	3.196	4,6	4.554	4.370	-4,0
MT	2.845	2.987	5,0	4.029	3.911	-2,9
AM	3.048	2.961	-2,9	4.807	4.478	-6,8
RN	2.783	2.831	1,7	4.097	3.860	-5,8
MS	2.602	2.558	-1,7	4.776	4.493	-5,9

Fonte: FIRJAN, 2016, P.21.

(a) A preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).

O quadro geral dos conceitos e definições que envolvem economia criativa, geralmente, constitui uma referência em relação com a qual se desenhou, gradualmente, o Plano Nacional de Cultura – PNC, O Plano Brasil Criativo e o Plano Bahia Criativa. O significado da economia criativa no Brasil varia, ao longo do tempo, segundo variaram as orientações e a eficácia desses Planos e Programas ou, ainda, segundo seu desenho é adaptado ou não, para atender a determinado seguimento.

Entendemos políticas públicas, conforme os manuais específicos, como um conjunto de ações e decisões do governo, voltadas para a solução (ou não) de problemas da sociedade. No nosso caso, quais as ações que o Governo adotou, a partir de suas ações, metas, Leis, Decretos e planos, para promover a economia criativa em nível estratégico de desenvolvimento.

Neste capítulo consideram-se, de modo exemplificativo, algumas referências desses Planos para a Economia criativa, tal como eles se formaram no Brasil e na Bahia. Distinguem-se efeitos indiretos e diretos, tomando-se dados indicativos desse movimento, desde o final da década de 2000. Para esse fim, reúnem-se referências da participação dos componentes gastos para a economia criativa na despesa pública na Bahia, de participação de despesas em infraestrutura em geral e logo, em territórios de identidades e cultura, por serem os setores mais diretamente ligados às despesas com a economia criativa.

Na argumentação, sobre políticas públicas, desenvolvida neste capítulo o Decreto 12354/10 de 25 de agosto de 2010, Institui o Programa Territórios de Identidade Municipal; a Lei nº 12.343/10 institui o Plano Nacional de Cultura – PNC; o Decreto nº 7.743 de 01 de julho de 2012 que Instituiu as Secretarias: da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC); o Decreto 14.529/13 que institui o grupo de trabalho Bahia Criativa e os editais, são fundamentais à compreensão das políticas públicas para a economia criativa.

Esses são fatores essenciais da instabilidade, refletindo a necessidade de maior capacidade operacional não só do setor criativo como também políticas culturais.

Essas políticas culturais sofreram alteração com o processo de “impeachment” da Presidente Dilma Russel e a instituição da Medida Provisória nº 726 de 12 de maio de 2016 que altera a Lei 10.683 de 28 de maio 2003 que dispõe sobre a

organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências.

Destarte, nos é conveniente apresentar as principais mudanças do Governo, suas – prováveis - implicaturas nos Planos e direcionamento de políticas públicas para o setor criativo. Em linhas gerais, essa Medida tem o cunho de redução dos gastos públicos e redução ministerial de 32 para 22 ministérios, implicando, também, em novas competências, extinções, transformações e criações conforme os dados dos quadros 38 e 39.

Quadro 38 - Transferências e competências na Medida Provisória 726/2016

DA \ DO (S)	PARA
Secretarias de Aviação Civil e de Portos da Presidência da República para o Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil.	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil.
Controladoria-Geral da União.	Ministério da Transparência, Fiscalização e Controle.
Ministério da Transparência, Fiscalização e Controle.	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações.
Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos em Ministério da Igualdade e Direitos Humanos.	Ministério da Justiça e Cidadania.
Ministério do Desenvolvimento Agrário	Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário.
Ministério da Cultura.	Ministério da Educação e Cultura.
Casa Militar da Presidência República	Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República.

Fonte: <<http://www.planalto.gov.br> Acesso em: 12 de maio de 2016, 14h30min.

Merece destaque o fato de que em maio de 2016, a partir das pressões dos profissionais da cultura e artistas, a Medida Provisória nº 728 recriou o Ministério da Cultura, extinto pela MPV 726/2016, e Criou a Secretaria Especial dos Direitos da Pessoa com Deficiência na estrutura do Ministério da Justiça e Cidadania. Extinguindo os cargos do Grupo-Direção e Assessoramento Superiores (DAS). Assim,

É importante, ressaltar a esse respeito, que um país que durante muitos anos esteve submetido a um regime autoritário, como o Brasil, e que tem se tornado progressivamente democrático não pode prescindir de modos de tomada de decisão e implementação de políticas específicas. Suas características, suas dimensões assim como as estruturas decisórias, amplitude/seletividade de tópicos e inclusão/exclusão de atores sociais e outras variáveis, devem ser consideradas a partir dos modelos teóricos disponíveis (gerados em países de capitalismo avançado) com o objetivo de produzir abordagens adaptadas à nossa realidade (Cavalcanti, 2011, p, 2).

Esse processo de reivindicação, por parte dos atores, artistas e mídia, levou 13 dias e no dia 25 de maio de 2016 o então Presidente Michel Temer, promulgou a Medida Provisória nº 728 e retirou o cargo (DAS), alegando tratar-se de contenção de despesa e enxugamento da máquina pública. Na Bahia, em Salvador, O Prefeito Antônio Carlos Magalhães Neto – ACM Neto, anuncia para o seu segundo mandato (2017) três novas Secretarias, mudanças de atribuições para umas e mudança de nomes para outras.

QUADRO 39 - Artigos e ministérios extintos transformados e criados no Brasil segundo a Medida Provisória 726 de 12 de maio de 2016

MINISTÉRIOS		
Art. 1º EXTINTOS	Art. 2º TRANSFORMADOS	Art. 3º CRIADOS
I – a Secretaria de Portos da Presidência da República; II – a Secretaria de Aviação Civil da Presidência da República; III – a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; IV – a Controladoria-Geral da União; V - o Ministério da Cultura; VI – o Ministério das Comunicações; VII – o Ministério do Desenvolvimento Agrário; VIII - Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos IX – a Casa Militar da Presidência República	I – o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior em Ministério da Indústria, Comércio e Serviços; II – o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação em Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações; III – o Ministério da Educação em Ministério da Educação e Cultura; IV – o Ministério do Trabalho e Previdência em Ministério do Trabalho; o Ministério da Justiça em Ministério da Justiça e Cidadania; VI – o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome em Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário; VII – o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão em Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão; VIII - o Ministério dos Transportes em Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil;	I - o Ministério da Transparência, Fiscalização e Controle; II – o Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República.

Fonte: <[http:// www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br) acesso em: 12 de maio de 2016, 14h30min

As novas Secretarias são: Trabalho, Esporte e Lazer; Políticas para as Mulheres, Infância e Juventude; e Comunicação. Paralela às novas pastas ocorrem as funções modificadas da Secretaria, Municipal de Urbanismo que passa a se

chamar Secretaria de Desenvolvimento e Urbanismo; da Infraestrutura, Habitação e Defesa Civil que passa a denominar-se Infraestrutura, Obras Públicas e Habitação e a da Cidade Sustentável que passa a ser, também, de Inovação. Cabe salientar que as Secretarias de Desenvolvimento Trabalho e Emprego e a de Relações Institucionais serão extintas (Correio da Bahia 22/12/2016).

Vale salientar que o objetivo da discussão dos planos e das Medidas Provisórias não é descrevê-los na sua integridade e, sim, correlacioná-lo à economia criativa e suas implicações. Estando a Secretaria da Economia Criativa – SEC à mercê do Ministério da Cultura – MinC, torna-se necessário, algumas vezes, correlacionar as políticas públicas para a cultura com àquelas direcionadas à economia criativa.

5.1. PROGRAMA TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE MUNICIPAL E SEUS EFEITOS NA ECONOMIA CRIATIVA

O Governo do Estado da Bahia, através do Decreto 12354/10 de 25 de agosto de 2010, institui o Programa Territórios de Identidade Municipal. No mesmo decreto em seu art.3º institui o Conselho Estadual de Desenvolvimento Territorial CEDETER. O Governo do Estado tem apoiado desde 2007, os 27 territórios de identidades da Bahia, primeiro reconhecendo-os como unidades de planejamento (realização do Plano Pluri Anual Participativo), para facilitar a descentralização de políticas públicas e depois, fazendo convênios com diversas organizações que atuam na articulação dos Territórios.

Todo este esforço está focado na superação da pobreza como principal desafio da sociedade brasileira e, para tanto, é necessário um novo paradigma resultante de um novo modelo de desenvolvimento, pautado em novas relações entre o Estado e Sociedade, para a concretização e implementação de políticas públicas. Nesta perspectiva, e em consonância com o Ministério de Desenvolvimento Agrícola, este Plano de Desenvolvimento Territorial contempla as quatro principais dimensões dos processos de desenvolvimento: econômica, sociocultural e ambiental.

Este documento relaciona-se com as políticas adotadas na proposição de uma articulação através da qual se torne possível viabilizar o desenvolvimento

sustentável dos territórios, a partir das dimensões sócio cultural, educacional, ambiental, econômica, lidas no âmbito institucional. Estrategicamente, o Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável– PTDS visa orientar os Programas Federais, Projetos de Políticas Públicas e Ações Governamentais para o desenvolvimento rural sustentável nos Territórios de Identidade da Bahia, a partir das dimensões elencadas anteriormente. Da mesma maneira, serve como instrumento de negociação e diálogo com as instituições promotoras do desenvolvimento territorial; contribui na integração das políticas públicas no território; fomenta o debate sobre o desenvolvimento rural sustentável, vislumbrando a identificação de novos eixos aglutinadores; viabilizando o controle social das políticas públicas e empoderamento da sociedade civil.

O PTDS foi pensado para ser elaborado e atualizado de cinco em cinco anos e é resultado de um amplo processo de sensibilização, mobilização e construção coletiva e vem contemplar a decisão dos governos federal e estadual de democratizar e universalizar o acesso dos Territórios às políticas públicas, numa perspectiva de gestão social participativa e compartilhada.

Além disso, as políticas de nível nacional, passam a ter um caráter territorial, o que exigirá destes atores sociais capacidade de discussão e mobilização na disputa direta por estas políticas e o controle social de sua aplicação, para que contemple suas aspirações.

Sobre o controle social na governança e políticas do território afirma que

o acompanhamento das ações e dos projetos da política, a ser feito pelos atores sociais, constitui expressão de participação, empoderamento e co-responsabilidade, atribuições dos atores sociais na gestão do território. O controle social é, pois, o complemento estratégico da gestão social do território e eixo fundamental da estratégia. (PERICO, 2009, p.101).

É neste contexto que surgem as oficinas focais a partir das dimensões: sociocultural educacional; socioeconômica; ambiental; político-institucional e ambiental. Esta metodologia consistiu na separação por município da sociedade civil organizada que ali se encontrava para identificar os pontos fortes e pontos fracos de suas localidades bem como, propor implementação de Políticas Públicas que possibilite a transformação de pontos fracos em pontos fortes e com isso fomentar o crescimento e o desenvolvimento local fruto de um processo participativo, por localidade, e depois socializado na plenária geral para consolidação e aprovação.

Indo ao encontro das concepções de Rubim (2005); Miguez (2009); Furtado (1984) e Santos (2000), percebemos ao longo das gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira no Ministério da Cultura - MinC (2003–2010), ações que foram desenvolvidas na área de formação em organização da cultura atrelada à perspectiva do desenvolvimento sustentável a partir da territorialidade e suas implicações. Assim, os cursos, oficinas e programas desenvolvidos nos territórios tinham essa vertente: estimular o território. Os dados do quadro 40 mostram-nos algumas dessas ações e os setores que as promoveram.

QUADRO 40 - Cursos, oficinas e programas desenvolvidos pelo Ministério da Cultura – MinNC. Por setores 2003/2010 – BAHIA – BRASIL

CURSO / OFICINAS / PROGRAMAS	SETOR
Capacitação de Empreendedores e Agentes Culturais	SEFIC - Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura
Curso de Capacitação de Gestores Culturais	SEFIC - Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura
Curso de Formação e Realização Audiovisual - Revelando os Brasis Ano III	SAV - Secretaria do Audiovisual
Curso piloto para formação de gestores culturais	SAV - Secretaria de Articulação Institucional
Curso: Produção Cultural Programa Monumenta O Empreendedor no Mercado Audiovisual Globalizado	SAV - Secretaria do Audiovisual
Oficina de Capacitação do Edital Microprojetos Mais Cultura	FUNART - Fundação Nacional de Artes
Oficina de Desenho Criativo de Produção doctviv	SAV - Secretaria do Audiovisual
Oficina do Prêmio Cultura Viva	SCC - Secretaria da Cidadania Cultural
Oficina para Desenvolvimento de Projetos doctviv	SAV - Secretaria do Audiovisual
Oficina para Formatação de Projetos doctviv	SAV - Secretaria do Audiovisual
Oficina Temática: Democratização do acesso à produção e à fruição culturais	PROEX–Cultura Programa de Extensão Universitária
Oficina Temática: Gestão de equipamentos culturais	PROEX - Cultura - Programa de Extensão Universitária
Oficina: Incubação de grupos de cultura	PROEX - Cultura - Programa de Extensão Universitária
Oficinas de capacitação para o Prêmio Culturas Populares 2009 - Mestre Dona Izabel	SID - Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural
Oficinas de gestão cultural (Feira Música Brasil 2009)	FUNART - Fundação Nacional de Artes
Oficinas de Negócios da Música	SPC - Secretaria de Políticas

QUADRO 40 - Cursos, oficinas e programas desenvolvidos pelo Ministério da Cultura – MinNC. Por setores 2003/2010 – BAHIA – BRASIL

CURSO / OFICINAS / PROGRAMAS	SETOR
	Culturais
Oficinas de produção musical (Feira Música Brasil 2009)	FUNART - Fundação Nacional de Artes
Oficinas para Desenvolvimento de Projetos AnimaTV	SAV - Secretaria do Audiovisual
Oficinas para Formatação de Projetos AnimaTV	SAV - Secretaria do Audiovisual
Oficinas sobre Diversidade Cultural	SPC - Secretaria de Políticas Culturais
Programa de Capacitação em Projetos Culturais	SEFIC - Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura
Programa Nacional de Formação e Capacitação de Recursos Humanos	SBM - Sistema Brasileiro de Museus

Fonte: Disponível em: <<http://www.organizacaocultural.ufba.br/>>. Acesso em: 14 dez. 2013.

Desse modo, procuramos mostrar neste estudo que a construção e uma especial atenção, na implementação de Políticas Públicas, a partir dos Planos de Desenvolvimento dos Macros Territórios podem, e devem, se constituir de base para a elaboração de políticas para os territórios. Assim, cabe acrescentar as perspectivas dos PTDS, resumidamente, para os próximos anos nos macroterritórios.

A Lei 13.214 de 29 de dezembro de 2014 dispõe sobre os princípios: da dignidade humana; do desenvolvimento sustentável; da solidariedade; da justiça social e ambiental; da função socioambiental da propriedade; da participação social e da cooperação. Sobre as diretrizes: estabelecer estratégias de desenvolvimento territorial sustentável e solidário; fomentar a coesão social e reduzir as desigualdades territoriais; valorizar o potencial de desenvolvimento dos territórios de identidade; respeitar a diversidade cultural e territorial; promover a sustentabilidade dos recursos naturais; promover a inserção competitiva dos territórios baianos; estimular o desenvolvimento da democracia participativa e promover a ação integrada dos entes federados.

Quanto aos objetivos, fundamentado no Artigo quinto da referida Lei, a política de desenvolvimento territorial do Estado da Bahia será implantada, basicamente, a partir do Plano Pluri Anual – PPA; da Lei de Diretrizes Orçamentária – LDO; da Lei Orçamentaria Anual - LOA e dos planos territoriais de desenvolvimento sustentável e

solidário e dos setores. Em síntese, esta Lei trata da política de desenvolvimento territorial do Estado da Bahia, instituindo o Conselho Estadual de Desenvolvimento Territorial – CEDETER e os Colegiados Territoriais de Desenvolvimento Sustentável – CODETER.

Crendo que a economia criativa se apresenta como desdobramento da política cultural, urge fazer uma reflexão sobre a origem dessa relação, enquanto vetor de desenvolvimento nos territórios. A economia criativa brasileira foi desenvolvida de modo a se adequar com a realidade nacional, além de ter na sua origem a assimilação da importância da diversidade da cultura. Para isso, essa economia é baseada em quatro princípios: diversidade cultural, sustentabilidade, inclusão social e inovação.

A diversidade cultural é responsável por nutrir os valores, já que ela cria um país com variedades, sendo muito importante no desenvolvimento sustentável de um país. A economia criativa deve, portanto, ser construída, tendo como base de valorização, a proteção, a promoção das diversidades culturais, sociais, econômicas criativas e territorial de uma nação.

O Decreto 12.354/10 dividiu a Bahia em seis macrorregiões e 27 territórios de identidade conforme os dados do quadro 41.

Quadro 41 - Macroterritórios, territórios de identidade e municípios - Bahia. 2012

MACROTERRITÓRIO	TERRITÓRIO DE IDENTIDADE	MUNICÍPIOS
MACRO CENTRO	Bacia do Jacuípe	Baixa Grande, Capela do Alto Alegre, Gavião, Ipirá, Mairi, Nova Fátima, Pé de Serra, Pintadas, Quixabeira, Riachão do Jacuípe, São José do Jacuípe, Serra Preta, Várzea da Roça e Várzea do Poço.
	Chapada Diamantina	Abaíra, Andaraí, Barra da Estiva, Boninal, Bonito, Ibicoara, Ibitiara, Iraquara, Itaetê, Jussiape, Lençóis, Marcionílio Souza, Morro do Chapéu, Mucugê, Nova Redenção, Novo Horizonte, Palmeiras, Piatã, Rio de Contas, Seabra, Souto Soares, Utinga, Wagner, Iramaia

Quadro 41 - Macroterritórios, territórios de identidade e municípios - Bahia. 2012

MACROTERRITÓRIO	TERRITÓRIO DE IDENTIDADE	MUNICÍPIOS
	Irecê	América Dourada, Barra do Mendes, Barro Alto, Cafarnaum, Canarana, Central, Gentio do Ouro, Ibipecta, Ibititá, Ipupiara, Irecê, Itaguacú da Bahia, João Dourado, Jussara, Lapão, Mulungu do Morro, Presidente Dutra, São Gabriel, Uibaí, Xique-Xique
	Piemonte da Diamantina	Caem, Capim Grosso, Jacobina, Mirangaba, Ourolândia, Saúde, Serrolândia, Umburanas, Várzea Nova, Miguel Calmon
	Piemonte do Paraguaçu	Boa Vista do Tupim, Iaçú, Ibiquera, Itaberaba, Itatim, Lajedinho, Macajuba, Mundo Novo, Piritiba, Rafael Jambeiro, Rui Barbosa, Santa Terezinha, Tapiramutá
MACRO LESTE	Litoral Norte-Agreste Baiano	Acajutiba, Alagoinhas, Aporá, Araçás, Aramari, Cardeal da Silva, Catu, Conde, Crisópolis, Entre Rios, Esplanada, Inhambupe, Itanagra, Itapicuru, Jandaíra, Mata de São João, Olindina, Ouriçangas, Pedrão, Pojuca, Rio Real, Sátiro Dias
	Recôncavo	Cabaceiras do Paraguaçu, Cachoeira, Castro Alves, Conceição do Almeida, Cruz das Almas, D. Macedo Costa, Governador Mangabeira, Maragogipe, Muniz Ferreira, Muritiba, Nazaré, Santo Amaro, Santo Antonio de Jesus, São Felipe, São Félix, São Francisco do Conde, São Sebastião do Passe, Sapeaçu, Saubara, Varzedo
	Região Metropolitana de Salvador	Camaçari, Candeias, Dias D'Ávila, Itaparica, Lauro de Freitas, Madre de Deus, Salinas das Margaridas, Salvador, São Francisco do Conde, Simões Filho, Vera Cruz
MACRO NORTE	Itaparica	Abaré, Chorrochó, Glória, Macururé, Paulo Afonso, Rodelas
	Piemonte Norte do Itapicuru	Andorinha, Antonio Gonçalves, Caldeirão Grande, Campo Formoso, Filadélfia, Jaguarari, Pindobaçu, Ponto Novo,

Quadro 41 - Macroterritórios, territórios de identidade e municípios - Bahia. 2012

MACROTERRITÓRIO	TERRITÓRIO DE IDENTIDADE	MUNICÍPIOS
		Senhor do Bonfim
	Portal do Sertão	Água Fria, Amélia Rodrigues, Anguera, Antonio Cardoso, Conceição da Feira, Conceição do Jacuípe, Coração de Maria, Feira de Santana, Ipecaetá, Irará, Santa Bárbara, Santanópolis, Santo Estevão, São Gonçalo dos Campos, Tanquinho, Teodoro Sampaio, Terra Nova
	Semi-Árido Nordeste II	Ajustina, Antas, Banzaê, Cícero Dantas, Cipó, Coronel João Sá, Euclides da Cunha, Fátima, Heliópolis, Jeremoabo, Nova Soure, Novo Triunfo, Paripiranga, Pedro Alexandre, Ribeira do Amparo, Ribeira do Pombal, Santa Brígida, Sítio do Quinto
	Sertão do São Francisco	Campo Alegre de Lourdes, Canudos, Casa Nova, Curaçá, Juazeiro, Pilão Arcado, Remanso, Sento Sé, Sobradinho, Uauá
	Sisal	Araci, Barrocas, Biritinga, Candéal, Cansanção, Conceição do Coité, Ichu, Itiúba, Lamarão, Monte Santo, Nordestina, Queimadas, Quijingue, Retirolândia, Santa Luz, São Domingos, Serrinha, Teofilândia, Tucano, Valente
MACRO OESTE	Bacia do Paramirim	Boquira, Botuporã, Caturama, Érico Cardoso, Ibipitanga, Macaúbas, Paramirim, Rio do Pires, Tanque Novo
	Bacia do Rio Corrente	Brejolândia, Canápolis, Cocos, Coribe, Correntina, Jaborandi, Santa Maria da Vitória, Santana, São Félix do Coribe, Serra Dourada, Tabocas do Brejo Velho
	Oeste (Bacia do Rio Grande)	Angical, Baianópolis, Barreiras, Buritirama, Catolândia, Cotegipe, Cristópolis, Formosa do Rio Preto, Luis Eduardo Magalhães, Mansidão, Riachão das Neves, Santa Rita de Cássia, São Desidério, Wanderley

Quadro 41 - Macroterritórios, territórios de identidade e municípios - Bahia. 2012

MACROTERRITÓRIO	TERRITÓRIO DE IDENTIDADE	MUNICÍPIOS
	Velho Chico	Barra, Bom Jesus da Lapa, Brotas de Macaúbas, Carinhanha, Feira da Mata, Ibotirama, Igaporã, Malhada, Matina, Morpará, Muquém do São Francisco, Oliveira dos Brejinhos, Paratinga, Riacho de Santana, Serra do Ramalho, Sítio do Mato
MACRO SUDOESTE	Médio Rio de Contas	Aiquara, Apuarema, Barra do Rocha, Boa Nova, Dário Meira, Gongogi, Ibirataia, Ipiaú, Itagi, Itagiba, Itamari, Jequié, Jitaúna, Manoel Vitorino, Nova Ibiá, Ubatã
	MédioSudoeste	Caatiba, Firmino Alves, Ibicuí, Iguai, Itambé, Itapetinga, Itarantim, Itororó, Macarani, Maiquinique, Nova Canaã, Potiraguá, Santa Cruz da Vitória
	Sertão Produtivo	Brumado, Caculé, Caetité, Candiba, Contendas do Sincorá, Dom Basílio, Guanambi, Ibiassucê, Ituaçu, Iuiu, Lagoa Real, Livramento de Nossa Senhora, Malhada de Pedras, Palmas de Monte Alto, Pindaí, Rio do Antonio, Sebastião Laranjeiras, Tanhaçu, Urandi
	Vale do Jiquiriçá	Amargosa, Brejões, Cravolândia, Elísio Medrado, Irajuba, Itaquara, Itiruçu, Jaguaquara, Jiquiriçá, Lafaiete Coutinho, Lagedo do Tabocal, Laje, Maracás, Milagres, Mutuípe, Nova Itarana, Planaltino, Santa Inês, São Miguel das Matas, Ubaí
	Vitória da Conquista	Anagé, Aracatu, Barra Choça, Belo Campo, Bom Jesus da Serra, Caetanos, Cândido Sales, Caraíbas, Condeúba, Cordeiros, Encruzilhada, Guajeru, Jacaraci, Licínio de Almeida, Maetinga, Mirante, Mortugaba, Piripá, Planalto, Poções, Presidente Jânio Quadros, Ribeirão do Largo, Tremedal, Vitória da Conquista
MACRO SUL	Baixo Sul	Aratuípe, Cairu, Camamu, Gandu, Igrapiúna, Ituberá, Jaguaripe, Nilo Peçanha, Pirai do Norte, Presidente Tancredo Neves, Taperoá, Teolândia,

Quadro 41 - Macroterritórios, territórios de identidade e municípios - Bahia. 2012

MACROTERRITÓRIO	TERRITÓRIO DE IDENTIDADE	MUNICÍPIOS
		Valença, Wenceslau Guimarães, Ibirapitanga
	Costa do Descobrimento	Belmonte, Eunápolis, Guaratinga, Itabela, Itagimirim, Itapebi, Santa Cruz de Cabrália e Porto seguro
	Extremo Sul	Alcobaça, Caravelas, Ibirapuã, Itamarajú, Itanhém, Jucuruçu, Lajedão, Medeiros Neto, Mucuri, Nova Viçosa, Prado, Teixeira de Freitas, Vereda.
	Litoral Sul	Almadina, Arataca, Aurelino Leal, Barro Preto, Buerarema, Camacã, Canavieiras, Coaraci, Floresta Azul, Ibicaraí, Ilhéus, Itabuna, Itacaré, Itajudo Colônia, Itajuípe, Itapé, Itapitanga, Jussari, Maraú, Mascote, Pau Brasil, Santa Luzia, São José da Vitória, Ubaitaba, Una, Uruçuca

Fonte: SEI, 2012

Nesses dados temos os territórios e seus devidos municípios que se articulam, a partir de suas identidades, para a construção de seus Planos Territoriais de Desenvolvimento Sustentável – PTDS, considerando suas dimensões socioculturais, educacional, ambiental e econômica. É na dimensão sociocultural que ocorre o investimento na área cultural que, direta ou indiretamente, contemplará o setor criativo.

Muitos foram os investimentos nos territórios de identidade no Estado da Bahia com o foco cultural. Uma análise da ocupação nos setores criativos, segundo os dados do quadro 42, dá conta de que a região metropolitana é a que mais gerou emprego no setor criativo (46,4%), chegando a suplantando os setores tradicionais (27,0%). Também merece destaque o fato dos territórios: Região metropolitana de Salvador, Portal do Sertão, Vitória da Conquista, Costa do Descobrimento e Litoral Sul, auferirem, conjuntamente, 66,3% dos ocupados em setores criativos, ao passo

que, nesse território, em termos globais, a participação do setor criativo é de 2,83% dos ocupados na Bahia.

Quadro 42 - Distribuição dos Ocupados na Economia Criativa, por Territórios de Identidade, Bahia – 2010

TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
Bacia do Jacuípe	97.636	1,67	2.363	1,43
Chapada Diamantina	146.627	2,51	1.728	1,04
Irecê	157.328	2,69	2.391	1,44
Piemonte da Diamantina	95.171	1,63	1.595	0,96
Piemonte do Paraguaçu	97.854	1,68	1.697	1,02
LitoralNorte- AgresteBaiano	241.449	4,13	4.000	2,41
Recôncavo	235.991	4,04	3.956	2,39
RegiãoMetropolitana de Salvador	1.574.506	26,96	76.795	46,36
Itaparica	62.793	1,08	1.483	0,90
PiemonteNorte do Itapicuru	101.863	1,74	1.631	0,98
Portal do Sertão	393.122	6,73	12.229	7,38
Semi-ÁridoNordeste II	163.572	2,80	4.639	2,80
Sertão do São Francisco	188.927	3,23	3.254	1,96
Sisal	244.870	4,19	4.749	2,87
Bacia do Paramirim	65.372	1,12	786	0,47
Bacia do Rio Corrente	72.905	1,25	868	0,52
Oeste (Bacia do Rio Grande)	160.665	2,75	2.830	1,71
Velho Chico	131.254	2,25	2.027	1,22
Médio Rio de Contas	138.431	2,37	2.696	1,63
MédioSudoeste	99.484	1,70	2.412	1,46
SertãoProdutivo	192.384	3,29	3.208	1,94

Quadro 42 - Distribuição dos Ocupados na Economia Criativa, por Territórios de Identidade, Bahia – 2010

TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
Vale do Jiquiriçá	126.538	2,17	1.399	0,84
Vitória da Conquista	288.218	4,93	6.099	3,68
BaixoSul	154.298	2,64	2.625	1,58
Costa do Descobrimento	144.604	2,48	6.187	3,73
ExtremoSul	171.656	2,94	3.556	2,15
LitoralSul	293.560	5,03	8.454	5,10
TOTAL	5.841.078	100	165.656	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Cabe salientar que nos territórios de identidade, os investimentos no setor criativo passam pelo setor cultural e, a partir daí, a define como de economia criativa e o mesmo é difundido pela Secretaria da Cultura – SeCult que é o órgão que executa as políticas voltadas para os territórios. Destarte, a definição de economia criativa, protagonizada pelo Ministério da Cultura – MinC está voltada para a promoção da indústria cultural e cultura das artes, a partir da economia criativa.

5.1.1 Considerações Preliminares sobre os Territórios de Identidade e a Economia Criativa

Isso posto, vislumbramos alguns desafios para a economia criativa nos territórios de identidades da Bahia: o primeiro é a dificuldade no levantamento de informações e dados sobre a economia criativa, pois, os dados nacionais não são suficientes para um maior entendimento das características e potencialidades desse setor. A ausência de pesquisas que abranjam os diferentes setores criativos dificulta a análise de oportunidades a serem incentivadas por meio de políticas públicas.

O segundo, implica na articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, em virtude da disponibilização de recursos a esses setores. Atualmente, no país, os empréstimos se constituem apenas por tomadores de créditos atuantes em setores tradicionais da economia.

O terceiro é a educação para competências criativas, essa temática se tornou muito importante pelo fato de que a construção de saberes na economia criativa não se baseia apenas no tecnicismo, mas abrange também, matérias multidisciplinares e transdisciplinares, incorporando atitudes, habilidades sociais e de comunicação, capacidade de articulação, entre outros.

O quarto é a Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos. Pois, é de fundamental importância que se criem políticas públicas que se adequem às diferentes necessidades do setor de economia, onde para um artesão, a prioridade é a criação de uma distribuição eficiente que leve seus produtos a determinado lugar, já para empresas de jogos eletrônicos, a prioridade é ter uma internet rápida que facilite seu serviço.

E, por fim, o quinto desafio é a Criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos. A sua importância vem do fato de não existir marcos legais tributários.

5.2. PLANO NACIONAL DE CULTURA – PNC...CAMINHOS PARA A ECONOMIA CRIATIVA

A importância da cultura enquanto instância de desenvolvimento social vem sendo reconhecida e discutida em decorrência da proliferação de estudos e práticas que levam em conta os seus diversos desdobramentos. A secularização e crescente autonomização da cultura como um campo social de atuação, possibilitou o surgimento de instituições, públicas e privadas, profissionais diferenciados e uma estrutura organizacional instalada em um complexo sistema cultural.

Tal autonomização – que não deve ser confundida com isolamento, nem com desarticulação ou desconexão com o social – implica na constituição da cultura enquanto campo singular, o qual articula e inaugura: instituições, profissões, atores, práticas, teorias,

linguagens, símbolos, ideários, valores, interesses, tensões e conflitos, como sempre assinalou Pierre Bourdieu em seus textos acerca da cultura (Rubim, 2007a: 141).

As políticas culturais devem compreender o sistema em sua totalidade articulada para tratar da existência de um sistema cultural, complexo e contemporâneo, Albino Rubim (apud Rubim, 2005:16)

Há ações que buscam uma maior descentralização, como os Pontos de Cultura (que fazem parte do programa Cultura Viva), mas “a ausência de uma política consistente de formação de pessoal qualificado para atuar na organização da cultura (...) continua sem solução e consiste em um dos principais obstáculos para a institucionalização do Ministério e uma gestão mais qualificada e profissionalizada” (Rubim, 2007b:30).

Para resolver a questão da qualificação e profissionalização o Ministério da Cultura – MinC criou, em 2015, a Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural – Sefac, que tem a missão de promover e articular políticas públicas de Cultura com as políticas de Educação. Para além da educação e qualificação, essa Secretaria visa fazer a interlocução entre Cultura e Desenvolvimento Social, Ciência e Tecnologia e Inovação, Juventude, Infância, entre outras áreas, nos três níveis federativos, a fim de difundir uma cultura de participação social, a partir dos chamados territórios educativos, principalmente, em áreas de vulnerabilidade social. Nesse momento, a economia da cultura suplanta a economia criativa, a partir das novas atribuições.

Devemos registrar a ausência de preocupação e ações que visem, também, promover e incluir a economia criativa nesse processo, até porque envolve as variáveis chaves da economia criativa a exemplo de ciência, tecnologia e inovação. Percebe-se o surgimento de uma nova economia da cultura. Essa nova secretaria atuará na formação de gestores, de agentes culturais e de conselheiros de cultura.

Quando nos referimos a políticas públicas para o desenvolvimento sustentável é preciso perceber, como sinaliza MIGUEZ (2009), que a Cultura é um recurso para promover a inclusão social, para requalificar centros urbanos, para potencializar o turismo, para estimular o crescimento econômico, etc. Recurso, enfim, para ativar políticas que se ocupam do desenvolvimento.

Ainda na busca de relacionar cultura ao desenvolvimento local e sustentável, percebemos que a relação cultura-desenvolvimento estabelecido é muito bem estabelecido por Furtado (1984), na medida em que, não se restringe às artes e se aproxima de conceitos mais amplos definidos pela Sociologia e pela Antropologia. Cultura seria, então, a forma como cada sociedade se organiza simbolicamente, portanto, possuiria uma dimensão totalizadora e sistêmica.

Ao longo das gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira no MinC (2003–2010), podemos elencar algumas ações que foram desenvolvidas na área de formação em organização da cultura, como pode ser visto nas informações dispostas no Quadro 40 (*Cursos, oficinas e programas desenvolvidos pelo Ministério da Cultura – MinNC. Por setores 2003/2010 – BAHIA – BRASIL*), apresentado na subseção 5.1.

A economia da cultura guarda relação direta com a economia criativa, a ponto de suplantá-la e ser utilizada para promovê-la. Ao relacionarmos a cultura com a criatividade, temos um elemento polissêmico, agregando-se a outro, dificultando cada vez mais a percepção das suas especificidades. Se buscarmos o conceito de economia da cultura, na literatura, temos que a mesma é um ramo da economia que tem, por finalidade, analisar os impactos da cultura sobre os fatos e fenômenos econômicos. Por analogia, a economia criativa representa um ramo da economia que visa analisar o impacto da criatividade sobre os fatos e fenômenos econômicos. O conceito de cultura evoluiu e hoje

Em uma concepção mais abrangente, a definição de cultura pode ser atribuída a um conjunto de práticas que é resultado da interação que os seres humanos fazem entre si e com o espaço físico em que estão inseridos. Tais práticas podem abarcar desde a noção de moral, ética, conjunto de leis, modo de produção econômico, até questões que tangenciam o âmbito mais comportamental, simbólico, lingüístico e artístico. (EAGLETON, 2003, p. 4).

No Brasil, o Plano Nacional de Cultura – PNC abriga as expectativas e ações para o desenvolvimento da economia criativa a partir do Decreto nº 7.743 de 01 de julho de 2012 que Instituiu as Secretarias: da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC) no Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília. Veremos, adiante, que esse momento é o marco legal do Plano Brasil Criativo que será alvo de discussão no item seguinte.

Na discussão conceitual de cultura não podemos perder a perspectiva de Throsby (2001) que

discute que há duas formas de considerar a expressão cultura. A primeira descreve as atitudes, crenças, morais, costumes, valores e práticas que são comuns ou divididos por um grupo, seja ele um grupo político, geográfico ou religioso. A segunda definição tem um sentido mais funcional, denotando certas atividades que são desenvolvidas pelas pessoas, cujo produto está relacionado com os aspectos intelectual/ criativo, moral e artístico da vida humana. (FERREIRA NETO, et al, 2012).

Nessa mesma direção e na busca de relacionar cultura ao desenvolvimento local e sustentável, percebemos que a relação cultura-desenvolvimento estabelecida é muito bem solidificada por Furtado (1984) não se restringindo, apenas, às artes e se aproxima de conceitos mais amplos definidos pela Sociologia e pela Antropologia. Cultura seria então, a forma como cada sociedade se organiza simbolicamente, portanto, possuiria uma dimensão totalizadora e sistêmica.

Outra concepção importante para o entendimento do crescimento e desenvolvimento local é a de Santos (2000) quando estabelece que as técnicas “contemporâneas” são objetos que se subordinam às lógicas globais e os territórios estão à mercê dos agentes hegemônicos, utilizados para produzir e seguir as políticas daqueles que detêm o poder. As oficinas focais, desenvolvida nesta pesquisa, busca subverter essa ordem possibilitando a intervenção do sujeito objeto de políticas públicas.

Vale salientar que esses cursos e oficinas desenvolvidos pelo Ministério da Cultura abrangem, apenas, as cidades históricas a exemplo de Cachoeira, São Felix e Santo Amaro. Dessa forma é preciso identificar as potencialidades econômicas culturais dos demais municípios e promover políticas que fomentem o crescimento local. Essas identificações possibilitarão a tomada de decisão e aprimoramento do Programa. Segundo as diretrizes políticas adotadas pela Secretaria de Desenvolvimento Territorial os

[...] espaços físicos, geograficamente definidos, geralmente contínuos, compreendendo cidades e campos caracterizados por critérios multidimensionais, tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se podem

distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial. (SEPLAN, 2010)

A gestão de políticas públicas pautadas no desenvolvimento sustentável, no estímulo às parcerias, na articulação entre as demandas sociais, na promoção de capacidades e na participação em todos os níveis se refere a esta definição.

Segundo estudiosos e o próprio Plano, o ponto de partida do Plano Nacional de Cultura – PNC vem de um processo evolutivo que tem início em 2003, conforme dados do Quadro 43, onde percebemos ações a curto e a longo prazo que estão programadas até 2020. Em linhas gerais, a Lei nº 12.343/10 institui o Plano Nacional de Cultura - PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais - SNIIC e dá outras providências.

Quadro 43 - Evolução cronológica do Plano Nacional de Cultura 2003/2020

Período	Momento
2003-2005	Articulação política e participação social
2006-2008	Informações, diretrizes gerais e debate público
2009-2010	Aprovação no Congresso
2011-2012	Metas, monitoramento e SNIIC
2013-2014	Planos territoriais, setoriais e revisão do PNC
2014-2020	Monitoramento e novo PCN

Fonte: Disponível em <<http://www.pnc.culturadigital.br/>>. Acesso em: 13/8/2013 21h30min.

O Plano Nacional de Cultura (PNC) representa um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas que visa orientar o poder público na formulação de políticas culturais em consonância com o artigo 215 da Constituição Federal e foi criado pela Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Seu objetivo é orientar o desenvolvimento de programas, projetos e ações culturais que garantam a valorização, o reconhecimento, a promoção e a preservação da diversidade cultural existente no Brasil.

Os eixos norteadores desse Plano estão pautados na dimensão cultural a partir de três elementos fundamentais: a cultura como expressão simbólica; a cultura como

direito de cidadania; a cultura como potencial para o desenvolvimento econômico. Esse Plano é composto de 36 estratégias, 274 ações e 53 metas. Cabe ressaltar que a construção do Plano se deu a partir da realização de fóruns, seminários e consultas públicas, tendo como elemento fundante a 1ª Conferência Nacional de Cultura (2005), fruto das conferências em nível municipal e estadual.

O Decreto nº 5.520/2005 reestruturou o Conselho Nacional de Políticas Culturais e este órgão faz parte do Ministério da Cultura – MinC, com vistas a colaborar na formulação de políticas públicas e promover a articulação e o debate entre a sociedade civil e os governos Municipais, Estaduais e Federal. Outro fato que merece destaque no Plano Nacional de Cultura – PNC foi a criação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), cujo objetivo é reunir dados referentes a política cultural. A alimentação desse banco de dado se dá, a partir da adesão dos estados e das cidades, via sistema próprio: Sistema Nacional de Cultura – SNC e para tanto, esses estados e municípios precisam, obrigatoriamente, elaborar seus respectivos planos de cultura. Quanto à vigência do Plano Nacional de Cultura, o período é de 10 anos, o que implica em sua validade até 02 de dezembro de 2020.

Quem coordena o Plano Nacional de Cultura é o Ministério da Cultura – Minc, com a responsabilidade de monitorar as ações necessárias a sua concretude. A cultura na agenda dos municípios, dos estados e de outros órgãos se dá através de Leis. Merece destaque o fato do Plano, segundo a Lei 12.342/2010, ser um processo contínuo e periodicamente revisado. Esse processo de monitoramento se dá através do Ministério da Cultura – MinC e do Conselho Nacional de Política Cultural – CNPC, referenciados pelo Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC.

Em linhas gerais, o Plano Nacional de Cultura – PNC compreende cinco capítulos, com vistas a desenvolver diretrizes, estratégias e ações para consolidá-lo:

- Capítulo I – Do Estado: Fortalecer a função do Estado na institucionalização das políticas culturais. Intensificar o planejamento de programas e ações voltadas ao campo cultural e consolidar a execução de políticas públicas para a cultura;

- Capítulo II – Da Diversidade: Reconhecer e valorizar a diversidade, proteger e promover as artes e expressões culturais;
- Capítulo III – Do Acesso: Universalizar o acesso dos brasileiros à arte e à cultura, qualificar ambientes e equipamentos culturais para a formação e fruição do público, permitir aos criadores o acesso às condições e meios de produção rural;
- Capítulo IV – Do desenvolvimento sustentável: ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico, promover as condições necessárias para a consolidação da economia da cultura e induzir estratégias de sustentabilidade nos processos culturais;
- Capítulo V – Da Participação social: ampliar a organização de instâncias consultivas, construir mecanismos de participação da sociedade civil e ampliar o diálogo com os agentes culturais e criadores.

No tocante às 53 metas do Plano Nacional de Cultura – PNC, os dados do quadro 8 dão conta das respectivas metas e suas diretrizes para o Brasil.

Ao observarmos as informações contidas no Quadro 44, percebemos que as metas que se valem do termo criativo, apenas, três representam, significativamente metas voltadas para a abordagem da economia criativa enquanto estratégia de desenvolvimento: a meta 7, que pretende mapear 100,0% dos segmentos culturais com cadeias produtivas da economia criativa; a meta 8, que pretende reconhecer 110 territórios criativos e a meta 38, vislumbrando a necessidade de implantar uma instituição pública federal de promoção e regulação de direitos autorais implantadas. Contudo, vale o registro de que essa instituição conterà setor específico que trate dos direitos autorais das culturas.

Quadro 44 - Metas e diretrizes do Plano Nacional de Cultura no Brasil 2010-2020

Metas	Diretrizes
1	Sistema Nacional de Cultura institucionalizado e implementado, com 100% das Unidades da Federação (UF) e 60% dos municípios com sistemas de cultura institucionalizados e implementados.
2	100% das Unidades da Federação (UF) e 60% dos municípios atualizando o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC).
3	Cartografia da diversidade das expressões culturais em todo o território brasileiro realizada.

Quadro 44 - Metas e diretrizes do Plano Nacional de Cultura no Brasil 2010-2020

Metas	Diretrizes
4	Política nacional de proteção e valorização dos conhecimentos e expressões das culturas populares e tradicionais implantada.
5	Sistema Nacional de Patrimônio Cultural implantado, com 100% das Unidades da Federação (UF) e 60% dos municípios com legislação e política de patrimônio aprovadas.
6	50% dos povos e comunidades tradicionais e grupos de culturas populares que estiverem cadastrados no Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), atendidos por ações de promoção da diversidade cultural.
7	100% dos segmentos culturais com cadeias produtivas da economia criativa mapeadas.
8	110 territórios criativos reconhecidos.
9	300 projetos de apoio à sustentabilidade econômica da produção cultural local.
10	Aumento em 15% do impacto dos aspectos culturais na média nacional de competitividade dos destinos turísticos brasileiros.
11	Aumento em 95% no emprego formal do setor cultural.
12	100% das escolas públicas de educação básica com a disciplina de Arte no currículo escolar regular com ênfase em cultura brasileira, linguagens artísticas e patrimônio cultural.
13	20 mil professores de Arte de escolas públicas com formação continuada.
14	100 mil escolas públicas de educação básica desenvolvendo permanentemente atividades de Arte e Cultura.
15	Aumento em 150% de cursos técnicos, habilitados pelo Ministério da Educação (MEC), no campo da Arte e Cultura com proporcional aumento de vagas.
16	Aumento em 200% de vagas de graduação e pós-graduação nas áreas do conhecimento relacionadas às linguagens artísticas, patrimônio cultural e demais áreas da cultura, com aumento proporcional do número de bolsas.
17	20 mil trabalhadores da cultura com saberes reconhecidos e certificados pelo Ministério da Educação (MEC).
18	Aumento em 100% no total de pessoas qualificadas anualmente em cursos, oficinas, fóruns e seminários com conteúdo de gestão cultural, linguagens artísticas, patrimônio cultural e demais áreas da cultura.
19	Aumento em 100% no total de pessoas beneficiadas anualmente por ações de fomento à pesquisa, formação, produção e difusão do conhecimento.
20	Média de 4 livros lidos fora do aprendizado formal por ano, por cada Brasileiro.
21	150 filmes brasileiros de longa-metragem lançados ao ano em salas de cinema.
22	Aumento em 30% no número de municípios brasileiros com grupos em atividade nas áreas de teatro, dança, circo, música, artes visuais, literatura e artesanato.
23	15 mil Pontos de Cultura em funcionamento, compartilhados entre o governo federal, as Unidades da Federação (UF) e os municípios integrantes do Sistema Nacional de Cultura (SNC).
24	60% dos municípios de cada macrorregião do país com produção e circulação de espetáculos e atividades artísticas e culturais fomentados com recursos públicos federais.

Quadro 44 - Metas e diretrizes do Plano Nacional de Cultura no Brasil 2010-2020

Metas	Diretrizes
25	Aumento em 70% nas atividades de difusão cultural em intercâmbio nacional e internacional.
26	12 milhões de trabalhadores beneficiados pelo Programa de Cultura do Trabalhador (Vale Cultura).
27	27% de participação dos filmes brasileiros na quantidade de bilhetes vendidos nas salas de cinema.
28	Aumento em 60% no número de pessoas que frequentam museu, centro cultural, cinema, espetáculos de teatro, circo, dança e música.
29	100% de bibliotecas públicas, museus, cinemas, teatros, arquivos públicos e centros culturais atendendo aos requisitos legais de acessibilidade e desenvolvendo ações de promoção da fruição cultural por parte das pessoas com deficiência.
30	37% dos municípios brasileiros com cineclube.
31	Municípios brasileiros com algum tipo de instituição ou equipamento cultural, entre museu, teatro ou sala de espetáculo, arquivo público ou centro de documentação, cinema e centro cultural, na seguinte distribuição: 35% dos municípios com até 10 mil habitantes com pelo menos um tipo; 20% dos municípios entre 10 mil e 20 mil habitantes com pelo menos dois tipos; 20% dos municípios entre 20 mil e 50 mil habitantes com pelo menos três tipos; 55% dos municípios entre 50 mil e 100 mil habitantes com pelo menos três tipos; 60% dos municípios entre 100 mil e 500 mil habitantes com pelo menos quatro tipos; 100% dos municípios com mais de 500 mil habitantes com pelo menos quatro tipos.
32	100% dos municípios brasileiros com ao menos uma biblioteca pública em funcionamento.
33	1.000 espaços culturais integrados a esporte e lazer em funcionamento.
34	50% de bibliotecas públicas e museus modernizados.
35	Gestores capacitados em 100% das instituições e equipamentos culturais apoiados pelo Ministério da Cultura.
36	Gestores de cultura e conselheiros capacitados em cursos promovidos ou certificados pelo Ministério da Cultura em 100% das Unidades da Federação (UF) e 30% dos municípios, dentre os quais, 100% dos que possuem mais de 100 mil habitantes.
37	100% das Unidades da Federação (UF) e 20% dos municípios, sendo 100% das capitais e 100% dos municípios com mais de 500 mil habitantes, com secretarias de cultura exclusivas instaladas.
38	Implantação de uma instituição pública federal de promoção e regulação de direitos autorais implantadas.
39	Sistema unificado de registro público de obras intelectuais protegidas pelo direito de autor implantado.
40	Disponibilização na internet dos seguintes conteúdos, que estejam em domínio público ou licenciados: 100% das obras audiovisuais do Centro Técnico do Audiovisual (CTAv) e da Cinemateca Brasileira; 100% do acervo da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB); 100% dos inventários e das ações de reconhecimento realizadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico

Quadro 44 - Metas e diretrizes do Plano Nacional de Cultura no Brasil 2010-2020

Metas	Diretrizes
	Nacional (Iphan); 100% das obras de autores brasileiros do acervo da Fundação Biblioteca Nacional (FBN); 100% do acervo iconográfico, sonoro e audiovisual do Centro de Documentação da Fundação Nacional das Artes (Cedoc/Funarte).
41	100% de bibliotecas públicas e 70% de museus e arquivos disponibilizando informações sobre seu acervo no SNIIC.
42	Política para acesso a equipamentos tecnológicos sem similares nacionais formuladas.
43	100% das Unidades da Federação (UF) com um núcleo de produção digital audiovisual e um núcleo de arte tecnológica e inovação.
44	Participação da produção audiovisual independente brasileira na programação dos canais de televisão, na seguinte proporção: 25% nos canais da TV aberta; 20% nos canais da TV por assinatura.
45	450 grupos, comunidades ou coletivos beneficiados com ações de Comunicação para a Cultura Meta 46) 100% dos setores representados no Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) com colegiados instalados e planos setoriais elaborados e implementados.
46	100% dos setores representados no Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) com colegiados instalados e planos setoriais elaborados e implementados.
47	100% dos planos setoriais com representação no Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) com diretrizes, ações e metas voltadas para infância e juventude.
48	Plataforma de governança colaborativa implementada como instrumento de participação social com 100 mil usuários cadastrados, observada a distribuição da população nas macrorregiões do país.
49	Conferências Nacionais de Cultura realizadas em 2013 e 2017, com ampla participação social e envolvimento de 100% das Unidades da Federação (UF) e 100% dos municípios que aderiram ao Sistema Nacional de Cultura (SNC).
50	10% do Fundo Social do Pré-Sal para a cultura.
51	Aumento de 37% acima do PIB, dos recursos públicos federais para a cultura.
52	Aumento de 18,5% acima do PIB da renúncia fiscal do governo federal para incentivo à cultura.
53	4,5% de participação do setor cultural brasileiro no Produto Interno Bruto.

Fonte: <http://www.minc.gov.br> Plano Nacional de Cultura 15/07/2014 20h25min

Numa análise da situação de como se encontram essas três metas, a partir do site do Ministério da Cultura – MinC, verificamos que na meta 7, há estudos e projetos em desenvolvimento na Fundação Nacional do Índio (Funai) e no Ministério do Meio Ambiente (MMA) sobre algumas cadeias produtivas da economia das culturas. Espera-se, que esta meta represente, a partir de seu desdobramento, estudos e projetos que serão utilizados como marco inicial dos mapeamentos.

Na meta 8, os territórios criativos compreendem bacias criativas, cidades criativas e bairros criativos. A política de institucionalização de territórios criativos está em processo de desenvolvimento no âmbito do Ministério da Cultura - MinC. Quanto à meta 38, o Ministério da Cultura encontra-se criando a instituição em estudo.

5.2.1. Considerações Preliminares sobre o Plano Nacional de Cultura – PNC: Caminhos para a Economia Criativa

O Ministério da Cultura financia projetos culturais por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/91), a Lei Rouanet, a Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93) e também por editais direcionados a determinados setores, lançados periodicamente. A Constituição Federal de 1988, nos Artigos de 215 a 217, contempla o Plano Nacional de Cultura e, ao longo dos anos, verificamos algumas emendas que foram propostas para atender a dinâmica da diversidade sócio cultural.

Segundo o Art. 215, o Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais. Segundo o § 1º o Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. No § 2º, temos que a lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

Em 10 de agosto de 2005, a Emenda Constitucional nº 48 publicada no Diário Oficial da União (DOU), ficou assim explicitado: o § 3º da lei estabelecendo Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à:

- I - defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;
- II - produção, promoção e difusão de bens culturais;
- III - formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;
- IV - democratização do acesso aos bens de cultura;

V - valorização da diversidade étnica e regional.

Vale destaque o fato da discussão da indústria criativa e da economia criativa, a primeira desde 1994 e a segunda desde 2001, tempo em que a economia criativa, já, poderia ser contemplada no Plano Nacional de Cultura – PNC, considerando a inovação, as novas tecnologias e o empreendedorismo. Quanto à origem da indústria criativa temos,

...é exatamente da Austrália que vem o primeiro olhar mais atento da academia sobre o tema economia criativa e das indústrias criativas. A Austrália, vale lembrar, pode ser considerada como uma espécie de foundingfather da temática das indústrias criativas pois foi o Governo Australiano que, em 1994, desenvolveu o conceito de Creative Nation como base de uma política cultural voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país, conceito que acabou rapidamente alcançando o Reino Unido e levou o New Labour, o assim chamado novo Partido Trabalhista inglês, no manifesto pré-eleitoral de 1997, a identificar as indústrias criativas como um setor particular da economia e a reconhecer a necessidade de políticas públicas específicas que potencializassem o seu expressivo ritmo de crescimento. (MIGUEZ, 2006, p.5)

No mesmo ano, Rocha (2006) parte do pressuposto de que alguns setores da economia como música, cinema, designer, publicidade e propaganda se agregam em um novo setor e potencializam um novo ramo da economia, agregando valores, com capacidade de gerar renda, alicerçado na criatividade e inovação que passa a ser o elemento chave desse modelo criativo. Para esse autor, ideias geram produtos, serviços e valores materiais e imateriais que passam a ser consumidos em escalas crescentes pela população mundial.

Em 19 de dezembro de 2003, a Emenda Constitucional nº 42 acrescentou o Inciso, alterou o Artigo 216 onde o patrimônio cultural brasileiro é constituído por bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

Lei nº 8394, de 30.12.1991, que dispõe sobre a preservação, organização e proteção dos acervos documentais privados dos presidentes da República e dá outras providências.

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

§ 1º - O poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação.

§ 2º - Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem.

Lei nº 8159, de 8.1.1991, que dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências.

§ 3º - A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.

Lei nº 8313 de 23.12.1991, que restabelece princípios da Lei nº 7.505 (1) , de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC e dá outras Providências.

§ 4º - Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei.

§ 5º - Ficam tombados todos os documentos e os sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos.

§ 6º - É facultado aos Estados e ao Distrito Federal vincular a fundo estadual de fomento à cultura até cinco décimos por cento de sua receita tributária líquida, para o financiamento de programas e projetos culturais, vedada a aplicação desses recursos no pagamento de:

I - despesas com pessoal e encargos sociais;

II - serviço da dívida;

III - qualquer outra despesa corrente não vinculada diretamente aos investimentos ou ações apoiados." (NR).

Em 29 de novembro de 2012, a Emenda Constitucional nº 71 publicada no Diário Oficial da União (DOU de 30/11/2012), acrescentado o Artigo 216-A, explicitando no Inciso § 1º que: O Sistema Nacional de Cultura, organizado em regime de colaboração, de forma descentralizada e participativa, institui um processo de gestão e promoção conjunta de políticas públicas de cultura, democráticas e permanentes, pactuadas entre os entes da Federação e a sociedade, tendo por objetivo promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais.

§ 1º O Sistema Nacional de Cultura fundamenta-se na política nacional de cultura e nas suas diretrizes, estabelecidas no Plano Nacional de Cultura, e rege-se pelos seguintes princípios:

I - diversidade das expressões culturais;

II - universalização do acesso aos bens e serviços culturais;

III - fomento à produção, difusão e circulação de conhecimento e bens culturais;

IV - cooperação entre os entes federados, os agentes públicos e privados atuantes na área cultural;

V - integração e interação na execução das políticas, programas, projetos e ações desenvolvidas;

VI - complementaridade nos papéis dos agentes culturais;

VII - transversalidade das políticas culturais;

VIII - autonomia dos entes federados e das instituições da sociedade civil;

IX - transparência e compartilhamento das informações;

X - democratização dos processos decisórios com participação e controle social;

XI - descentralização articulada e pactuada da gestão, dos recursos e das ações;

XII - ampliação progressiva dos recursos contidos nos orçamentos públicos para a cultura.

§ 2º Constitui a estrutura do Sistema Nacional de Cultura, nas respectivas esferas da Federação:

I - órgãos gestores da cultura;

II - conselhos de política cultural;

III - conferências de cultura;

IV - comissões intergestores;

V - planos de cultura;

VI - sistemas de financiamento à cultura;

VII - sistemas de informações e indicadores culturais;

VIII - programas de formação na área da cultura; e

IX - sistemas setoriais de cultura.

§ 3º Lei federal disporá sobre a regulamentação do Sistema Nacional de Cultura, bem como de sua articulação com os demais sistemas nacionais ou políticas setoriais de governo.

§ 4º Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios organizarão seus respectivos sistemas de cultura em leis próprias.

Isso posto, observamos ao longo desse período e Emendas Constitucionais, um olhar pouco expressivo para a economia criativa que, desde 2001, já vinha sendo discutida. Se houvesse o interesse de se estabelecer a economia criativa enquanto estratégia de desenvolvimento: as Emendas Constitucionais (nº 42, 48 e 71) promoveriam as mudanças, verdadeiramente, necessárias à promoção e difusão da economia criativa, considerando a diversidade cultural. Diversidade essa que segundo Rubim

Necessário se faz não só perceber as potencialidades inscritas – ainda não realizadas, nem automáticas – na economia criativa, mas lutar para que o seu desenvolvimento aconteça orientado por valores como: socialização das oportunidades, expansão das liberdades, desconcentração dos empreendimentos, respeito à diversidade cultural, construção colaborativa, justiça social, solidariedade, democratização da sociedade etc...(RUBIM, 2014 p. 79)

Nesse mesmo raciocínio, Miguez (2007) assevera que a economia criativa trata dos bens e serviços baseados em textos, simbólicos e imagens e refere-se ao conjunto distinto de atividades assentadas na criatividade, no talento ou na habilidade individual, cujos produtos incorporam propriedade intelectual e abarcam do artesanato tradicional as complexas cadeias produtivas das indústrias culturais.

Outro ponto que merece destaque e reflexão é o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC). Visto que a economia criativa está por ele gerenciada, cabe um sistema ou um subsistema que aporte indicadores, próprios, da economia criativa. Na verdade, o melhor seria estabelecer o Sistema Nacional de Economia Criativa – SISNEC, este sistema teria informações por estados e municípios e seria alimentado pelo próprio município ou Estado. Numa perspectiva globalizada, avançaríamos para o Sistema Internacional de Economia Criativa – SINTEC, seguindo a mesma lógica do SISNEC, só que em âmbito internacional.

Na concepção de Deheinzelin (2012), a economia criativa é uma cadeia.

Esse conceito encontra-se no Plano da Secretaria de Economia Criativa – SEC do Ministério da Cultura da seguinte forma:

Economia criativa é a cadeia de geração de valor que, através de etapas em que ocorrem sinergias com outras áreas, ativa e concretiza as reservas de valor/patrimônios intangíveis, como cultura, conhecimento, criatividade, experiências, valores (SEC, 2011, p.123).

Na perspectiva nacional, segundo o Ministério da Cultura – MinC, a economia criativa,

compreende as dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social (BRASIL, 2012).

Diante das duas definições, percebemos que há divergência conceitual da dimensão micro para a dimensão macro. Isto posto, é preciso estabelecer um

conceito único para as devidas dimensões para que a política voltada para este setor seja mais eficaz.

5.3. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA – POPEC – BA

A partir da década de 2000, houve uma proliferação das discussões acerca da “Economia Criativa”, fruto dos desdobramentos da obra de John Howkins⁴, sendo alvo de discussões mais aprofundadas nos países componentes do G8⁵, que provocou, no caso específico, uma crescente necessidade da busca de referências e banco de dados sobre o tema, fazendo com que a demanda por pesquisa sobre “Economia Criativa” crescesse de forma acentuada, privilegiando, no Brasil, o setor cultural em detrimento de outros setores. Desse contexto, podemos observar, pelo menos, duas constatações: 1) Continuamos ainda, na atualidade, sem uma política de formação específica para a “Economia Criativa”; 2) A ausência de avaliações das políticas voltadas para a “Economia Criativa” de uma forma geral.

Vale destacar, nesse cenário contemporâneo, que a “Economia Criativa” está contemplada na lei vigente do Plano Nacional de Cultura - PNC nº 12.243/12. Porém, não basta atrelar a “Economia Criativa” à cultura, apenas, pois essa economia vai muito mais além do que a questão cultural. Por outro lado, entendemos que investir no setor criativo, não depende apenas de políticas públicas, mas, sobretudo da conscientização sobre a relevância do papel da “Economia Criativa”, sua função social e suas implicações na sustentabilidade sócio econômica para os diversos segmentos da sociedade.

Neste contexto, a “Economia Criativa” desempenha um importante papel, não apenas por ser ela própria um fator dessas desigualdades, mas, sobretudo, por contribuir na construção dos sujeitos autônomos e senhores dos seus destinos. Assim, ao pensarmos nas Políticas Públicas para o recôncavo, vemos na “Economia Criativa” a possibilidade de emancipação daqueles que delas se utilizam. Portanto, as políticas públicas que visem à democratização do acesso e, em particular, na

⁴ The creative economy: how people make money from ideas. London: Penguin UK, 2001.

⁵ Estados Unidos, Japão, Alemanha, Reino Unido, França, Itália e o Canadá (antigo G7) mais a Rússia.

Bahia no período 2000 a 2013, concorrem para o sucesso das demais políticas públicas.

Assim, refletimos sobre as políticas públicas, em especial o Decreto n.7.743/12, voltadas para a “Economia Criativa” e suas implicações, considerando a eficácia, a eficiência e a efetividade da gestão das políticas públicas criativas (PPC). Essas políticas são oriundas da Lei 12.243 de 02.12. 2012 que institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, culminando no decreto 7.743 de 01.07.2012 que evidencia uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.), com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC), originando, também, o Decreto 14.529/13 que institui o grupo de trabalho Bahia Criativa.

Para enriquecimento da discussão dessa análise, é preciso compreender as definições acerca da eficiência, eficácia e efetividade, elaboradas por estudiosos da área, pois, essa compreensão é condição necessária à análise da gestão, uma vez que a concepção é norteadora das práticas e efetividade das Políticas Públicas Para a Economia Criativa na Bahia – POPEC-Ba. Segundo Chiavenato (2000)

Eficácia é uma medida de alcance de resultados, enquanto eficiência é uma medida da utilização dos recursos nesse processo.(...) A eficiência está voltada para a melhor maneira pela qual as coisas devem ser feitas ou executadas(métodos), a fim de que os recursos(pessoas, máquinas, matérias-primas) sejam aplicadas da forma mais racional possível.(CHIAVENATO, 2000, p. 177/178).

Por conseguinte, para Leon C. Magginson, Donald C. Mosley e Paul H. Pietri Jr, *apud* Castro (2006),

Eficiência é a capacidade de ‘fazer as coisas direito’, é um conceito matemático: é a relação entre insumo e produto (input e output). Um administrador eficiente é o que consegue produtos mais elevados (resultados, produtividade, desempenho) em relação aos insumos (mão-de-obra, material, dinheiro, máquinas e tempo) necessários à sua consecução. Em outras palavras, um administrador é considerado eficiente quando minimiza o custo dos recursos usados para atingir determinado fim. Da mesma forma, se o administrador consegue maximizar os resultados com determinada quantidade de insumos, será considerado eficiente (MAGGINSON, *et al*, 1998, p. 11 *apud* CASTRO, 2006, p. 4)

No entanto, para os autores referidos, “eficácia é a capacidade de fazer as coisas certas, ou de conseguir resultados, inclusive com a escolha dos objetivos

mais adequados e os melhores meios para alcançá-los” (MAGGINSON, *et al*, 1998, p. 11 *apud* CASTRO, 2006, p. 4). Nessa perspectiva, Motta e Bresser-Pereira (2004), assim definem eficiência: “ato eficiente ou produtivo é aquele que não só é coerente em relação aos fins visados, como também exige o mínimo de esforço, custos, que pode ser entendidos como maximização dos resultados. Hely Lopes Meireles (2011), *apud* Castro (2006), diz que:

O Princípio da Eficiência exige que a atividade seja exercida com presteza, perfeição e rendimento funcional. É o mais moderno princípio da função administrativa, que já não se contenta em ser desempenhada apenas com legalidade, exigindo resultados políticos para o serviço público e satisfatório atendimento das necessidades da comunidade e seus membros. (MEIRELES, 2011 *apud* CASTRO, 2006, p. 6).

De acordo com Torres (2004) a eficácia se relaciona basicamente com o alcance dos objetivos desejados pela ação estatal, pouco se importando com os meios e mecanismos utilizados para atingir tais objetivos.

Embora existam muitas críticas em função da relevância que a administração burocrática atribui a eficiência, em virtude do apego aos processos, meios e formas, deve-se observar que não se chega a bons resultados sem atenção e aprimoramento dos processos (AZEVEDO E LOUREIRO, 2003).

Dessa forma, a inserção do Princípio da Eficiência dentre aqueles que devem nortear a Gestão Pública, reforça a necessidade de utilização do modelo burocrático descrito por Weber (1968) nas empresas públicas, em função da necessidade de controle, racionalidade, legalidade, formalidade, dentre outros fatores.

Com relação à efetividade, de acordo com Aragão (1997, p. 107), diz respeito à relação, ao longo do tempo, entre os resultados alcançados e os objetivos pretendidos, sendo, muitas vezes, descrita como uma dimensão qualitativa do resultado (o valor social do produto). Dessa forma compreende-se que quanto mais as políticas públicas alcançam resultados que foram previamente definidos, mais efetiva será.

Nessa mesma direção e buscando ampliar a discussão, são indicadas três dimensões acerca da efetividade, que são a adequação, a equidade e a propriedade pública. Na primeira dimensão é verificado se os resultados apresentados correspondem às necessidades que deram origem à ação; na segunda é observado se a ação implementada e os resultados alcançados permitiram a distribuição justa dos recursos e dos benefícios, enquanto a terceira dimensão refere-se ao fato de as

ações empreendidas serem capazes de satisfazer as exigências e demandas da sociedade. (ARAGÃO, 1997, p. 107, apud MOTTA Paulo (s.d.)).

Dessa maneira, é possível perceber que a efetividade da adoção de políticas públicas em uma determinada localidade, está relacionada à eficiência e à eficácia, uma vez que na difusão das políticas devem ser empreendidas ações que visem a economia de tempo, mão-de-obra, materiais, bem como o alcance dos objetivos sociais. A efetividade pode representar uma consequência da eficiência e da eficácia.

O Plano Bahia Criativa, elaborado pelo grupo instituído pelo Decreto n. 14.529/13, traz as seguintes diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa: objetivos; diretrizes estratégicas para a economia criativa na Bahia; linha de atuação para fortalecimento da economia criativa do Estado da Bahia e a carteira de iniciativas para a economia criativa na Bahia. É a partir dessas diretrizes que foram direcionados recursos para a economia criativa e os territórios de identidades, possibilitando a análise das práticas e efetividade das Políticas Públicas Para a Economia Criativa na Bahia – POPEC-Ba, conforme veremos a seguir.

O Governo do Estado da Bahia, em parceria com outras instituições, estabeleceu linhas que podem ser programas, projetos ou ações estratégicas. Os dados do quadro 48 evidenciam as linhas de atuação, recursos financeiros e as expectativas direcionados para os territórios criativos. Neles podemos perceber que dos recursos direcionados para informação e reflexão; formação e qualificação; fomento especializado; promoção e territórios criativos, este último é contemplado com 48,3% do recurso total de R\$651.972.480,60, perfazendo o valor de R\$314.978.051,70, com o objetivo de articular iniciativas em torno de determinado território, considerando o seu potencial criativo.

Vale ressaltar, também, que do recurso total das linhas, 33,6% é direcionado para a formação e qualificação de profissionais que atuem na produção, circulação e distribuição de bens criativos. Estas duas linhas totalizam 81,9% do recurso total, restando, apenas, 18,1% para informação e reflexão 0,7%, com o objetivo de produzir informações e sistematizar dados sobre economia criativa; fomento especializado 12,6%, com vistas a fomentar ações para o segmento criativo com foco na dimensão da economia da atividade cultural e promoção, 4,8%, na

expectativa de promover ações em níveis regional, nacional e internacional do segmento criativo.

Ressalte-se que, quando da análise da tabela 6 (*Territórios criativos para a economia criativa na Bahia, recursos e fontes de recursos*), evidenciamos que 97,7% do recurso total R\$307.748.051,70 foi destinado aos distritos culturais e, apenas, 2,3% para os demais vetores: Clusters tecnológicos (0,7%); Cidades criativas (0,1%) e territórios criativos (1,5%). Assim, os investimentos para a área fundante da economia criativa são muito pequenos para um Estado que pretende utilizá-lo enquanto vetor de desenvolvimento nos territórios baianos.

Nessa vertente, compreender a importância dessas linhas de atuação do Plano Bahia Criativa e dos territórios criativos é imprescindível, pois essa multiplicidade de ações e recursos, indispensáveis à uma promoção de mudança de paradigma, se constrói num processo, a partir da difusão das políticas públicas, envolvendo eficiência, eficácia e efetividade. Assim, nos permitimos afirmar que, para compreender a concepção de políticas públicas para a economia criativa e para dar-lhe sentido, faz-se necessário entender o seu processo na dinâmica territorial, considerando que esse processo dinâmico para o território está implicado nas diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia.

Na contemporaneidade, a política pública é resultado da herança do Estado que tínhamos no passado, visto que, em 1920, 70,0% da população vivia no campo e 30% na cidade, consolidando-se como economia agrícola até 1930. A partir de 1950, a situação se inverte e 70,0% da população vive na cidade e 30% no campo. De 1920 a 1980, o Estado era desenvolvimentista, conservador, autoritário e centralizador. Cabe salientar que, desde o começo do século, o Estado optou, politicamente, pela industrialização.

Assim, refletimos sobre as políticas públicas, em especial o Decreto Nº 7.743/12, voltadas para a “Economia Criativa” e suas implicações, considerando a eficácia, a eficiência e a efetividade da gestão das Políticas Públicas Criativas (PPC). Essas políticas são oriundas da Lei 12.243 de 02.12. 2012 que institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, culminando no Decreto Nº 7.743 de 01.07.2012 que evidencia uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.), com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC), originando, também, o Decreto Nº14.529/13 que

institui o grupo de trabalho Bahia Criativa. Vale dizer que a matriz programática do Plano Plurianual – PPA, para o período 2012-2015 e instituído pela Lei N° 12.504 de 29/12/2011, sinaliza para as dimensões: educação superior no século XXI; envelhecimento ativo; ciências, tecnologia e inovação; desenvolvimento cultural; modernização da gestão pública e relação Governo sociedade, contemplando o setor criativo na ciência, tecnologia e inovação e desenvolvimento cultural.

Na discussão do termo indústria voltada para a criatividade, percebemos que até 1930 não se usava o termo observando os editais da Secretaria da Cultura do Estado da Bahia – SeCult/Ba (órgão que abriga a Secretaria da Economia Criativa – SEC), no período 2010 a 2014, apenas 3,5% foram direcionados para a economia criativa. Priorizou-se a cultura em nome da economia criativa.

Outro fato que merece reflexão no tocante aos recursos direcionados para a promoção da cultura, e conseqüentemente para a economia criativa, já havia sido evidenciado nas informações apresentadas na subseção 4.2.1, mais especificamente no Quadro 30, que dispõe sobre os editais da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, no período de 2010 a 2014.

Os Editais da Secretaria da Cultura do Estado da Bahia – SeCult-Ba evidenciam a abordagem utilizada para a promoção da economia criativa no Estado: a indústria cultural. Isso acontece pelo fato da economia criativa estar contida na economia da cultura e não o inverso. O aprofundamento do debate sobre quais órgãos deveriam cuidar do tema, merece intensificação e representa estratégia para a sua promoção.

Para possibilitar a elaboração de políticas públicas para a economia criativa, foram criados alguns mecanismos informacionais que possibilitam a percepção da realidade do tema no Brasil e na Bahia. Os dados do Quadro 45 dão conta dessa realidade.

Quadro 45 – Brasil: Ações promotoras e complementares para a implantação de políticas públicas para a economia criativa

Iniciativa	Objetivo	Situação
Plano da SEC	Políticas, diretrizes e ações para a Economia Criativa (2011-2014)	Vencido e sem avaliação.
Criativas Birôs	Atendimento e dar suporte a	Falta integração entre os

Quadro 45 – Brasil: Ações promotoras e complementares para a implantação de políticas públicas para a economia criativa

Iniciativa	Objetivo	Situação
	profissionais e empreendedores que atuam nos setores criativos brasileiros, por meio da oferta de informação, capacitação, consultorias e assessorias técnicas, entre outros serviços voltados para a qualificação da gestão de projetos, produtos e negócios de micro e pequenos empreendimentos criativos. Em convênio com o PRONATEC,	Estados. Em convênio com o PRONATEC, implantará mais 13 birôs. Atualmente os estados são: Amazonas (UFAM), Bahia (UFBA), Brasília (UnB), Goiás (UFGO), Rio de Janeiro (UFF) e Rio Grande do Sul (UFRGS).
Incubadora de economia criativa	Desenvolver ações de apoio, de capacitação e fomento a iniciativas de economia criativa.	As ações são voltadas eminentemente para a economia da cultura.
Centro Internacional da Economia Criativa – CIEC	Difundir e integrar ações, nacionais e internacionais, para o desenvolvimento da economia criativa.	Não foi implantado. O local escolhido para a sede foi a Bahia.
Observatório Brasileiro de Economia Criativa – OBEC	Produção e difundir pesquisas, dados e informações sobre a Economia Criativa brasileira, bem como pelo estímulo ao debate.	Tenta articular as ações dos observatórios estaduais.
Rede de Economia Criativa – REC Brasil	Visa unir o conceito e práticas fomentando projetos e estimulando interessados em inovação, criatividade e educação.	Funcionando.

Fonte: dados da própria pesquisa em 2015.

Esses dados mostram as ações do Ministério da Cultura – MinC, para perceber a economia criativa no Brasil e cada Estado estabelece suas diretrizes para potencializar o desenvolvimento da economia da cultura, a partir da economia criativa. O mais crítico, ao nosso ver, é a falta de planejamento e estratégias para a economia criativa com o Plano da Secretaria Criativa e não se percebe nenhuma mobilização em atualizá-lo para o próximo período.

Outro fato que nos salta aos olhos é a não implantação do Centro Internacional de Economia Criativa – CIEC, que desde 2006 deveria ser implantado com vistas a suprir uma lacuna muito importante, pois,

Atualmente, não há nenhum organismo internacional dedicado exclusivamente a tratar das questões específicas das indústrias criativas que afetam o mundo em desenvolvimento. O CIEC preencherá esta lacuna e atuará como um centro de conhecimento e ponto focal a fim de promover sinergias e engajar os vários segmentos da área das indústrias criativas em um diálogo produtivo. O CIEC servirá, assim, como uma instituição mediadora e como um centro especializado para assistir aos governos na formulação de políticas nacionais, regionais e internacionais apropriadas, e dar apoio e prestar serviços aos artistas, criadores e empreendedores da área criativa. O CIEC atuará através de parcerias público-privadas internacionais, oferecendo assistência técnica e jurídica no intuito de promover o potencial das indústrias criativas nos países em desenvolvimento. O propósito do CIEC é ser uma organização flexível, aberta a todos os países e a parceiros do setor privado, organizações governamentais e não-governamentais nacionais e internacionais, universidades, centros de pesquisa, fundações e instituições sem fins lucrativos (MIGUEZ, 2010, p. 4)

Quanto a essas ações no Estado da Bahia, as informações contidas no quadro 46 relata essa realidade. Nelas percebemos que fruto da situação nacional, o local passa pelas mesmas situações. Merece destaque a implantação do parque tecnológico da Bahia que pretende funcionar à semelhança do porto tecnológico de Recife que é referência nos estados nordestinos.

Quadro 46 - Bahia: Ações promotoras e complementares para a implantação de políticas públicas para a economia criativa

Iniciativa	Objetivo	Situação
Plano da SEC	Políticas, diretrizes e ações para a Economia Criativa (2011-2014)	Vencido e sem avaliação.
Plano Bahia Criativa	Diretrizes e iniciativa para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia.	Carente de avaliação dos objetivos alcançados.
Criativas Birôs/Ba	Atendimento e dar suporte a profissionais e empreendedores que atuam nos setores criativos brasileiros, por meio da oferta de informação, capacitação, consultorias e assessorias técnicas, entre outros serviços voltados para a qualificação da gestão de projetos, produtos e negócios de micro e pequenos empreendimentos criativos.	Foi implantado em 2012. Em parceria com o SEBRAE e esteve voltado para o projeto QUALICULTURA.
Parque Tecnológico da	Contribuir para o aumento da	Pendente da construção

Quadro 46 - Bahia: Ações promotoras e complementares para a implantação de políticas públicas para a economia criativa

Iniciativa	Objetivo	Situação
Bahia (SECTI)	competitividade da Bahia e do Brasil no campo da economia criativa, contribuindo para o desenvolvimento humano, econômico e social sustentável do país.	da segunda etapa e abrigo das incubadoras de economia criativa.
Incubadora de economia criativa	Desenvolver ações de apoio, de capacitação e fomento a iniciativas de economia criativa.	As ações são voltadas eminentemente para a economia da cultura.
Observatório de economia criativa da Bahia	Produzir e difundir, pesquisas, informações e notícias sobre a Economia Criativa.	OBEC-BA conta com seis polos regionais de articulação, irradiação e apoio. Através de parcerias estabelecidas com os campi da UFBA (Salvador, Vitória da Conquista e Barreiras) e entidades associadas ao projeto (UFRB de Cachoeira e Santo Amaro, Prefeitura de Lençóis, SECULT-BA etc

Fonte: dados da própria pesquisa em 2015.

No Brasil, por exemplo, as políticas públicas para a economia criativa ficam a cargo do Ministério da Cultura, distando de outros países. Na Indonésia, há o Ministério do Turismo e da Economia Criativa. Na Argentina, a economia criativa fica a cargo do Ministério do Desenvolvimento. Sem uma definição clara da economia criativa e da indústria criativa, investimos na economia da cultura, que faz parte da economia criativa, e esperamos promove-la.

A resolução da polissemia da definição da economia criativa e indústria cultural não será resolvida unindo as duas, no mesmo ministério. Isso tende a aumentar cada vez mais. O que precisamos é da criação do Ministério da Economia Criativa – MINEC, onde estaria a Secretaria da Economia Criativa -SEC, a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECTI. Caberia a esse ministério a elaboração e implantação de políticas públicas para a economia criativa.

É nessa perspectiva que vislumbramos o repensar dos desafios e potencialidades da economia criativa a partir de políticas públicas, em que o grande

desafio, segundo Hanaque e Menezes (2000) é o de buscar uma melhor avaliação das políticas públicas no tocante a eficiência, eficiência e efetividade. Entendemos que essas iniciativas devem ser congruentes com a política de Estado para a economia criativa e, conseqüentemente uma amplitude do conceito de arte, economia criativa e economia cultural.

Isso posto, vislumbramos alguns desafios para a economia criativa nos territórios de identidades da Bahia (conforme o Plano da SEC 2011-2014): o primeiro é a dificuldade no levantamento de informações e dados sobre a economia criativa, pois, os dados nacionais não são suficientes para um maior entendimento das características e potencialidades desse setor. A ausência de pesquisas que abranjam os diferentes setores criativos dificulta a análise de oportunidades a serem incentivadas por meio de políticas públicas.

O segundo implica na articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, em virtude da disponibilização de recursos a esses setores. Atualmente, no país os empréstimos se constituem apenas por tomadores de créditos atuantes em setores tradicionais da economia.

O terceiro é a educação para competências criativas. Essa temática se tornou muito importante pelo fato de que a construção de saberes na economia criativa não se baseia apenas no tecnicismo, mas abrange também, matérias multidisciplinares e transdisciplinares, incorporando atitudes habilidades sociais e de comunicação, capacidade de articulação entre outros.

O quarto é a Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos. Pois, é de fundamental importância que se crie políticas públicas que se adaptem às diferentes necessidades do setor de economia, onde para um artesão, a prioridade é a criação de uma distribuição eficiente que leve seus produtos a determinado lugar, já para empresas de jogos eletrônicos a prioridade é ter uma internet rápida que facilite seu serviço.

E, por fim, o quinto desafio é a Criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos. A sua importância vem do fato de não existir marcos legais tributários,

5.3.1 Considerações Preliminares sobre as Políticas Públicas para a Economia Criativa - POPEC - BA

Ao pensarmos nas Políticas Públicas, vemos na economia criativa possibilidade de promover a inclusão, de gerar renda, de desenvolvimento local sustentável e de mudança de paradigma. Portanto, as políticas do Ministério da Cultura – MinC, que visem à democratização do acesso aos bens criativos e, em particular, à promoção da economia criativa, concorrem para o sucesso das demais políticas públicas. Na pesquisa que ora propomos, entre todas as políticas dessa natureza, elegemos o Programa Território de Identidade; o Plano Nacional de Cultura - PNC; o Plano da Secretaria da Economia Criativa – SEC e o Plano Bahia Criativa, seus limites e suas potencialidades de promover a economia criativa.

O fato concreto é que pouco se investiu no Brasil na economia criativa conforme se pretende: utilizá-la enquanto estratégia de desenvolvimento. O que temos feito, e ao longo dos capítulos anteriores, temos mostrado, é a promoção ou ampliação da economia cultural através da economia criativa.

Segundo Catteli et all (1995) “gestão pode ser entendida como o processo em que o gestor leva a empresa a uma situação objetivada a partir de uma situação atual, através do processo de tomada de decisão que conduz a empresa a sua missão”. Isso posto, a missão e a visão são os elementos fundamentais para que a gestão seja alcançada de forma eficiente e efetiva. Quando observamos a visão da Secretaria da Economia Criativa – SEC, fica mais nítida a sua função e para que foi criada.

Quanto aos objetivos temos:

Como a missão da Secretaria da Economia Criativa está diretamente associada ao cumprimento da Estratégia 4 – “Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável”, fez-se necessária a definição de objetivos alinhados às diretrizes componentes desta mesma estratégia. Um ponto importante é compreender que, em função da ampliação do escopo da Economia da Cultura para Economia Criativa, essas diretrizes também foram ampliadas. Onde se lê, portanto, trabalhador da cultura, leia-se trabalhador criativo. Onde se lê economia da cultura, leia-se economia criativa. (Plano da Secretaria da Economia Criativa – SEC, 2011 a 2014, p. 39).

Quando avaliamos o Plano Bahia Criativa, este, também, nos sinaliza a concepção de economia criativa no país,

No Brasil, o conceito de economia criativa tem sido utilizado para designar a dimensão econômica presente no segmento cultural. Este engloba criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o ativo intelectual como principais recursos produtivos. A economia criativa é, portanto, a economia do simbólico, a qual se alimenta dos talentos criativos, que se organizam, individual ou coletivamente, para produzir bens criativos (Plano Bahia Criativa, Bahia criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia, 2014. p.16).

A gestão está voltada para o atendimento das necessidades dos diversos grupos da sociedade e a garantia da sobrevivência. O contínuo atendimento destas necessidades, através da otimização dos resultados, exprime o grau de atendimento da eficácia, ou seja, no cumprimento da sua missão. No Plano Bahia Criativa, temos que

Nos últimos onze anos (2003-2013), no MinC, colocou-se a dimensão econômica como um elemento-chave da política cultural. A criação da Diretoria de Economia da Cultura no BNDES, a instituição da Secretaria de Economia Criativa no MinC (SEC/Minc) e a elaboração do plano de ações da Economia Criativa para os anos 2011-2014, são claras as manifestações do desejo do governo federal de dar maior atenção à implantação de políticas públicas que possam alavancar o setor no Brasil (Plano Bahia Criativa, Bahia criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia, 2014. p.17).

Sentimos, no processo de mobilização de competência, falta de alguns elementos fundamentais de políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa. Os órgãos federais (SEC; Criativas Birôs; Incubadora de economia criativa) não conseguem articular ações para interagir e criar sinergia entre as atividades desenvolvidas nos Estados. As informações contidas no Quadro 47 sinalizam algumas ações estratégicas de políticas públicas para a promoção da economia criativa.

Quadro 47 – Ações estratégica de políticas públicas para economia criativa na perspectiva da estratégia de desenvolvimento

Ações	Objetivos
Criação do Ministério de Economia Criativa – MINEC.	Desenvolver a economia criativa no Brasil e promover políticas públicas para o setor.
Criação do setor de economia criativa no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual	Mensurar a economia criativa a partir do

Quadro 47 – Ações estratégica de políticas públicas para economia criativa na perspectiva da estratégia de desenvolvimento

Ações	Objetivos
– INPI.	estudo da propriedade intelectual.
Definição política da abordagem que se utilizará no Brasil para promover a economia criativa e segui-la.	Definir economia criativa (cultural ou econômica) e investir no setor rumo a mudança de paradigma.
Redefinição da missão, visão e objetivos do Plano da Secretaria da Economia Criativa – PSEC.	Tornar a gestão de políticas públicas eficientes e eficazes no direcionamento de recursos através de Editais e linha de crédito.
Constituir o Parque Tecnológico em Polo Tecnológico de economia criativa.	Aumentar a competitividade empresarial das empresas e incubadoras criativas.
Política tributária de estímulo à economia criativa.	Isenção fiscal às empresas criativas do polo tecnológico e demais setores.

Fonte: Dados da própria pesquisa. 2016.

As ações estratégicas do quadro 12 são ações que visam o estabelecimento da economia criativa enquanto estratégia de desenvolvimento e assumindo a economia criativa como pertencente do ramo da economia e não, apenas, da cultura. A polissemia dos termos indústrias criativas e indústrias culturais possibilitou, ao longo desses 15 anos, o direcionamento dos recursos da economia criativa para a economia da cultura. No capítulo seguinte: Economia criativa no Brasil: inquietações e buscas de uma definição que considere a realidade local, buscaremos o aprofundamento desse tema.

6. ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: INQUIETAÇÕES E BUSCAS DE UMA DEFINIÇÃO ALTERNATIVA

Nesse momento, a pesquisa realizada chega ao ápice/culminância, pois possibilita ao pesquisador travar reflexões sobre o objeto investigado, confrontando-o com as discussões teóricas e exigindo-lhe posicionamentos críticos diante das descobertas. Assim, não é uma etapa que se realiza automaticamente, exige percepção, criatividade e criticidade, para que o trabalho não seja mera compilação de dados ou opiniões sobre um determinado tema.

Para Minayo (1994) a análise de dados centra-se em três objetivos básicos. O primeiro, busca estabelecer uma compreensão dos dados coletados; o segundo busca confirmar ou não os pressupostos da pesquisa ou respostas às questões formuladas; e o terceiro é a ampliação do conhecimento sobre a temática em questão, articulando-a ao contexto cultural da qual faz parte. Nesse veio, podemos afirmar que essa etapa evidencia o alcance, ou não, dos objetivos propostos, aponta as lacunas e apresenta elementos que foram contemplados.

A economia criativa, desde a época em que surgiram as primeiras reflexões, vem sendo debatida, na sua expressiva maioria, por estudiosos da área econômica e cultural. Ainda que envolva as demais áreas do conhecimento, a ausência de uma definição, claramente explícita, e possibilita o tratamento da economia criativa como economia da cultura ou expansão desta.

Desse processo evolutivo, das discussões sobre economia criativa, o que sempre emergiu foi o reconhecimento, em suas respectivas áreas, de que o assunto vai mais além da economia da cultura, porém os documentos oficiais do Governo, Leis, Decretos e Editais, conforme observado nos capítulos anteriores, não priorizaram a economia criativa, e sim, um dos setores criativos que é a cultura e toda sua ramificação.

Principalmente a partir da década de 90, houve uma proliferação das reflexões e entendimentos acerca da indústria cultural e da indústria criativa, fruto dos desdobramentos das produções e discussões do Reino Unido sobre a temática indústria da criatividade, liderados pela Austrália. Destarte, a análise da indústria

criativa, segundo Ministério de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS), assume uma conotação sinônima à indústria cultural, pois são,

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais). (DCMS, 2005, p.5).

Ademais, diversos outros aspectos inquietadores e instigantes evidenciam a necessidade de definir o entendimento das economias criativas e contribuem como justificativas adicionais dessa tese, tais como: a) ausência de clareza na definição; b) má interpretação e utilização do termo economia criativa; c) ausência de artigos que tratem o termo na devida dimensão do que venha a ser economia criativa; d) ausência de articulação entre economia criativa e economia da cultura e indústrias criativas e indústrias culturais, a despeito da indissociabilidade entre elas.

Buscando refletir sobre tais inquietações, o objetivo central deste capítulo é, investigar, no material empírico, como, quando e se aparece a definição de economia criativa, tencionando com as tensões existentes entre práticas, definições e significados. Ainda numa tentativa de desvelamento do objeto aqui investigado, outros desejos emergiram das nossas reflexões, a saber: a) Identificar os termos coincidentes; b) Analisar a evolução do conceito de economia criativa; c) Compreender em que dimensão aparecem as abordagens das indústrias criativas na definição.

6.1. PRÁTICAS, DEFINIÇÕES E SIGNIFICADOS DE ECONOMIA CRIATIVA NO MATERIAL EMPÍRICO

Para enriquecimento dessa análise, é preciso compreender a concepção das abordagens da economia criativa para o exercício epistemológico da definição, tendo em vista que essa compreensão é condição necessária à análise da questão, uma vez que a concepção é norteadora das práticas e “orienta as políticas públicas” no Brasil e na Bahia para o setor criativo.

Segundo Howkins (2001), a economia criativa representa uma solução para responder questões referentes à demanda da sociedade relativa a economia, a cultura, ao conhecimento, a tecnologia, a inovação e ao empreendedorismo, seus componentes, seu desenvolvimento e seu emprego. Na sua concepção, a economia criativa busca criar para resolver. Por outro lado

A Uma rápida mirada histórica sugere fortemente esta possibilidade de podermos compreender a economia criativa enquanto uma ampliação contemporânea da economia da cultura do mesmo modo, e por razões semelhantes, que esta última, a economia da cultura, pode ser compreendida como uma extensão dos limites que circunscreveram, até poucas décadas atrás, a economia das artes. Com efeito, a cultura, no passado, não chegou a despertar qualquer interesse muito especial nos teóricos da economia. A aproximação entre estes dois campos, refletia, quase sempre, mais um interesse pessoal sobre o mundo das artes e menos, ou quase nada, o reconhecimento, pelos economistas, das atividades artístico-culturais como um objeto capaz de acionar estudos e pesquisas (Miguez, 2007, p. 8).

Avaliando, estrategicamente a ampliação da cultura para o significado da economia criativa, temos a seguinte reflexão:

Assim, de forma oportunista, foram englobadas todas as indústrias que mobilizavam de maneira direta ou indireta uma criatividade cultural na produção de bens materiais com finalidades mais de ordem funcional que cultural (moda, publicidade, design, etc) sob a denominação de indústrias criativas. Ou seja, aquelas atividades (...) que empregam a criatividade artística como forma de agregar valor e diferenciação a produtos de outra natureza, tendo a geração de lucro como objetivo maior (Botelho, 2011, p. 83).

Quando analisamos as definições de economia criativa, atestamos que o viés utilizado no Brasil e na Bahia é o de criatividade, voltada para a promoção da cultura. Os dados do quadro 48 evidenciam a composição do material empírico, de onde constatamos essa realidade.

Quadro 48 - Procedência e material empírico da tese

Abordagens	Planos	Agências	Secretarias
Howkins; Florida; DCMS; Caves; Florida; UNCTAD; Landry	Brasil Criativo (Decreto nº 7.743/2012); Bahia Criativa (Lei nº 14.529/2013); ; Nacional de Cultura (Lei nº 12.243/2012); Editais.	FAPESB; BNDS; Banco do Nordeste; Desenhahia.	Secretaria da Economia Criativa - SEC e Secretaria da Cultura – SeCult

Fonte: Dados da própria pesquisa

Antes de entrarmos nas fontes empíricas da economia criativa, precisamos fazer algumas considerações sobre os modelos de classificação da mesma e seus respectivos focos. As informações contidas no quadro 49, dão conta dessa realidade. Vale salientar que existem outros modelos e que estes são os mais conhecidos e utilizados.

Quadro 49 - Modelos de classificação da indústria criativa e focos

Modelos	Defensores	Foco dos modelos
<i>Modelo do DCMS do RU</i>	DCMS, 1998	“indústrias criativas” aquelas que necessitam de criatividade, habilidade e talento, com potencial para a geração de riquezas e empregos por meio da exploração de sua propriedade intelectual (DCMS, 2001).
<i>Modelo de textos simbólicos</i>	Hesmondhalgh, 2002	Essa abordagem enxerga as artes “eruditas” ou “sérias” como sendo o território do estabelecimento social e político, e, portanto, foca a atenção na cultura popular.
<i>Modelo de círculos concêntricos</i>	Throsby, 2001	O modelo afirma que ideias criativas são originadas das artes criativas centrais na forma de som, texto e imagem, e que essas ideias e influências se externalizam através de uma série de camadas ou “círculos concêntricos”, com a proporção do conteúdo cultural ao conteúdo comercial sendo diminuída conforme se afasta do centro.
<i>Modelo de direitos autorais da Ompi</i>	Organização Mundial da Propriedade Intelectual, 2003	O foco recai, assim, na propriedade intelectual como sendo a materialização da criatividade que foi utilizada na criação dos produtos e dos serviços incluídos na classificação. Faz-se uma distinção entre as indústrias que realmente produzem a propriedade intelectual e aquelas que são necessárias para veicular os produtos e serviços ao consumidor.

Fonte: Adaptado da UNCTAD, 2010, p. 36.

Dos quatro modelos de classificação da indústria criativa, de onde saiu o conceito de economia criativa, o modelo de círculos concêntricos é o que tem sido mais utilizado no Brasil, fruto da percepção da economia criativa como ampliação do conceito de economia cultural. Essa afirmação apoia-se no fato de que,

Quanto ao conceito de *economia criativa*, existem interpretações múltiplas e seu sentido deriva das chamadas *indústrias criativas*. Convém entender tais indústrias e sua implicação na própria noção de economia criativa. Pode-se considerar que, segundo alguns autores, o conceito de indústria criativa resulta numa ampliação dos

setores abrangidos pelas chamadas *indústrias culturais* – que dizem respeito a uma lógica industrial de produção e comercialização de *produtos culturais* 12, que visa ao consumo imediato, massivo e com foco no entretenimento, cujos valores econômicos da venda sobressaem aos seus valores simbólicos (Reis, 2008, pp. 16-22, 2008).

Leitão (2007), salienta que

Há vários conceitos de “economia da cultura”. E mesmo outras expressões, com diferenças conceituais que muitas vezes têm fundo político. Os americanos, por exemplo, pensam em termos de “economia do copyright”. Os ingleses, de “indústrias criativas”. Os escandinavos, de “economia da experiência”. Há pesquisadores que falam em “economia do conteúdo”. A cultura está presente em várias atividades (Leitão, 2007, p.3).

As principais abordagens de economia criativa estão no quadro 50.

Quadro 50 - Síntese das principais abordagens da economia criativa.

ABORDAGENS	REFERÊNCIAS
Economia criativa seria uma abordagem holística e multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, resultante de uma mudança gradual de paradigma.	Edna dos Santos-Duisenberg (2011) UNCTAD.
Economia criativa abrange além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles.	Hartley (2005)
[...] Economia criativa. Ao que tudo indica, trata-se de uma nova denominação que vem se afirmando no discurso dos profissionais envolvidos com a área cultural no Brasil – administradores públicos, produtores, gestores, entre outros – em substituição àquilo que se convencionou chamar de indústria cultural.	Machado (2007, p.83)
As atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial.	Declaração do Milênio das Nações Unidas (2000)
Diferentemente da economia tradicional “taylorista”, a economia criativa se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades.	Leitão (2011, p.14)
A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria [...]	Ministério da Cultura (p.24)
Em todas as atividades realizadas pelo homem existe um grau maior ou menor de criatividade e, nos mais simples gestos de comunicação entre os seres humanos, é clara a presença de	Caiado (Coord) (2011, p. 11)

Quadro 50 - Síntese das principais abordagens da economia criativa.

ABORDAGENS	REFERÊNCIAS
elementos culturais. No entanto, se convencionou chamar Economia Criativa aquelas manifestações humanas ligadas à arte em suas diferentes modalidades, seja ela do ponto de vista da criação artística em si, como pintura, escultura e artes cênicas, seja na forma de atividades criativas com viés de mercado, como design e publicidade.	
Economia Criativa é o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.”	Caiado (Coord) (2011, p. 15)
A capacidade da Economia Criativa de gerar novos produtos e serviços “transborda” para atividades inovadoras em outras empresas e organizações dentro e fora do setor, gerando encadeamentos nas cadeias produtivas, potencializando inovações em outros setores.	Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade. (p. 140)

Fonte: Economia Criativa ou Indústria Criativa: Delimitação de um Conceito em Construção. Serafim et al, 2013.

A discussão do modelo de direitos autorais da Organização Mundial de Propriedade Intelectual – OMPI, sempre esteve nas rodas de debates, culturais, com o senso da privatização dos produtos oriundos da criatividade. Vale dizer que tudo que é fundamentado na criatividade está sujeito à propriedade intelectual, voltando-se ao dinamismo da economia do conhecimento que visa à apropriação dos ativos intangíveis. Indústria cultural implica em direito autoral e indústria criativa em propriedade intelectual⁶.

A estratégia de comparação, utilizada na análise e interpretação das definições de economia criativa para os dados da tese colhidos nas abordagens e literatura, nos Planos, nas agências e nas Secretarias, durante todo o percurso, um diálogo constante entre os diversos resultados colhidos, levando-se em consideração as especificidades de cada um em que, tecnicamente, as elaborações são absolutamente distintas, conforme recomenda Minayo (2005). A autora lembra que a

⁶ Alguns exemplos de modalidade de economia criativa podem ser vistos no Quadro 12, apresentado da subseção 2.3.

diversidade de métodos e fontes para estudar um mesmo problema, necessariamente, não tem como resultado sua integração, os conflitos são naturais, mesmo quando se procura atuar conjuntamente. Entretanto, na pesquisa relacionada a esta tese, houve mais integração que conflitos, variando a potência de uma fonte e de outra conforme a natureza do resultado.

Essa integração foi demonstrada quando discutimos o Quadro 16, que apresentou as abordagens, os defensores e as perspectivas conceituais, possibilitando uma análise comparativa e a que se propõem essas abordagens, uma vez que, por se tratar de dados qualitativos, há diversas conotações. A comparação feita aqui, teve como objetivo colocar em evidência as definições das abordagens e suas implicaturas na percepção da economia criativa, como uma das formas de atestar a qualidade do estudo de caso, conforme o critério da “confiabilidade” postulado por Yin (2010, p. 68), servindo, também, para ressaltar a presença ou não da propriedade intelectual e da cultura em cada uma dessas abordagens.

Para os defensores da promoção da economia da cultura enquanto estratégia de desenvolvimento a percepção de que

“Economia cultural” é a aplicação de análise econômica a todas as artes criativas e cênicas e às indústrias patrimoniais e culturais, sejam de capital aberto ou fechado. Ela se preocupa com a organização econômica do setor cultural e com o comportamento dos produtores, consumidores e governos nesse setor (UNCTAD, 2010, p. 35).

Essa concepção é rejeitada pelo fato de não atender aos anseios do setor cultural que há anos clama em se constituir no eixo de desenvolvimento do país e isso ocorre com o surgimento das indústrias criativas. Vale dizer que no Brasil e na Bahia adotou-se a abordagem da indústria criativa por representar uma maior relação com a cultura. Contudo, ao referir-se a economia criativa o governo faz alusão a utilizá-la,

enquanto *estratégia de desenvolvimento*, que se dá no reconhecimento da criatividade e do *capital humano* como proposta de um novo modelo de desenvolvimento multidimensional e na forma “(...) como as mudanças econômicas e em especial as novas tecnologias alteram os elos de conexão entre a cultura (das artes ao entretenimento) e a economia, abrindo um leque de oportunidades econômicas baseadas em empreendimentos criativos (...) [pelos quais] a economia criativa promoveria a geração de renda e emprego” (Idem, p.28). Nesse sentido, a concepção de economia

criativa afasta-se da ideia comercial das indústrias criativas e surge como uma proposta de desenvolvimento articulado, que tem na prática econômica – dos empreendimentos e negócios criativos, inclusive culturais –, amparada pelo uso das novas tecnologias, a alavanca de sua engrenagem (Reis, 2008, pp.27-29).

O fato é que se desejamos considerar economia criativa enquanto ampliação da economia da cultura, devemos assumir e defini-la como nessa perspectiva para que as políticas públicas voltadas para esse segmento seja mais efetiva e amplie seu raio de ação. Isso implica em articular as novas tecnologias, em toda sua dimensão, à economia da cultura.

A opção, pela definição de economia criativa, como ampliação do conceito de economia cultural fica patente quando analisamos as definições de economia criativa nas agências de fomento, nos Planos e nas Secretarias. As informações do quadro 51 mostra essa realidade.

Quadro 51 - Brasil: Definições de economia criativa nas agências de fomento 2016

Agências	Definições
PBC	O Plano simboliza a vontade política do Poder Executivo de considerar a cultura como eixo estratégico de desenvolvimento, assim como a diversidade cultural, a inclusão social, a inovação e a sustentabilidade como seus princípios fundamentais. As diretrizes do Plano são as seguintes: Desenvolvimento Local e Regional, Construção e Institucionalização de Marcos Legais, Fomento a Empreendimentos Criativos e Inovadores e Formação para competências Criativas e Inovadoras (BRASIL, 2014).
MinC	Compreende as dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social (BRASIL, 2012).
SEC	Economia criativa é a cadeia de geração de valor que, através de etapas em que ocorrem sinergias com outras áreas, ativa e concretiza as reservas de valor/patrimônios intangíveis, como cultura, conhecimento, criatividade, experiências, valores (SEC, 2011, p.123).
FAPESB	Idem definição do MinC.
BNDES	Do seu início e trajetória no mundo concreto e tangível das hidroelétricas, fábricas, hospitais, produtos agrícolas, aeronaves etc., o BNDES alcança o universo intangível da inovação, da tecnologia, da cultura e dos valores socioambientais, sempre em busca de sua meta permanente: gerar desenvolvimento sustentável e bem-estar para toda a sociedade brasileira. E a economia da cultura representa isto: não apenas sustentabilidade e inclusão social, mas também geração de renda,

Quadro 51 - Brasil: Definições de economia criativa nas agências de fomento 2016

Agências	Definições
	trabalho, emprego, ou seja, um vetor de desenvolvimento sustentável, adequado aos atuais requisitos sociais, econômicos, regionais e ambientais do País (BNDES, 2008, p,353).
BNB	Idem definição do Minc.
Desenbahia	Economia Criativa compreende as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, difusão e consumo/ fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica.
Bahia Criativa	Idem definição da SEC.

Fonte: Dados da própria pesquisa extraída dos documentos e agências de fomento, 2016.

Isso posto, verificamos a supremacia da economia da cultura enquanto vetor de desenvolvimento e a economia criativa fica na dependência das políticas culturais. Isto implica em inverter valores quando na verdade a economia da cultura é parte da economia criativa e não o contrário.

Na análise dos dados do quadro 53, no que se refere às definições de economia criativa no Ministério, Planos e Secretarias, houve a incorporação da propriedade intelectual, que pertencia à definição originária de economia criativa e agora integra a definição de economia da cultura da Secretaria da Cultura – SeCult.

Quadro 52 - Brasil: Definições de economia criativa nos órgãos de fomento 2016

Órgãos	Definições
Ministério da Cultura – MinC / Plano Brasil Criativo – PBC	Compreende as dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social (BRASIL, 2012).
Plano Bahia Criativa	Dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social” (BRASIL, 2012).
Secretaria da Economia Criativa	Cadeia de geração de valor que, através de etapas em que ocorrem sinergias com outras áreas, ativa e concretiza as reservas de valor/patrimônios intangíveis, como cultura, conhecimento, criatividade,

Quadro 52 - Brasil: Definições de economia criativa nos órgãos de fomento 2016

Órgãos	Definições
– SEC	experiências, valores (SEC, 2011, p.123).
PNC	Ídem SEC
Secretaria da Cultura – SeCult	A economia da cultura é uma ação dinâmica estratégica e criativa, tanto pelo ponto de vista econômico como sob o aspecto social. Norteada por ideias, conceitos e valorização da geração de propriedade intelectual, as atividades da economia da cultura geram trabalho, emprego, renda e são capazes de propiciar oportunidades de inclusão social, devido a sua atuação com a diversidade. As indústrias culturais e a economia criativa são, cada vez mais, componentes fundamentais da economia em uma sociedade do conhecimento e o potencial da economia da cultura na Bahia precisa ser compreendido e estar necessariamente inscrito no processo de desenvolvimento. (http://www.cultura.ba.gov.br . <Acesso em 17/7/2016 11h 33min >)

Fonte: Dados levantados na pesquisa

Isto ocorre, segundo Minayo (2005), pela própria exigência do processo de construção do conhecimento em que o melhor método é aquele que melhor se adéqua a reconstrução teórica da realidade e o material empírico demonstrou isso. Os dados colhidos nas diferentes fontes ao serem comparados pelo processo da comparação/triangulação permitiram o olhar numa perspectiva global, facilitando a exploração do espectro de opiniões e diferentes representações acerca do assunto estudado.

6.2. PARA ONDE CAMINHA A ECONOMIA CRIATIVA?

Buscando refletir sobre as inquietações da definição de economia criativa, que na maioria das vezes, é definida como ampliação da economia da cultura ou a própria economia da cultura numa outra dimensão, definimos economia da cultura como a análise da relação entre cultura e os fenômenos econômicos. A partir dessa definição atribuiremos, inicialmente, o mesmo raciocínio para a economia criativa que será a análise da relação entre criatividade e os fenômenos econômicos.

Assim, as discussões e análises apresentadas nessa tese expressam a realidade da definição da economia criativa à luz dos teóricos e autores

referendados na temática em questão, num diálogo com o material empírico, numa tentativa de compreensão dos desafios que são postos à essa definição, principalmente no tocante a elaboração de políticas públicas necessários a promoção da economia criativa ou da cultura como alternativa a um modelo pós-fordista.

Ao longo da tessitura dos capítulos dessa tese muitas pistas foram reveladas sobre o futuro da economia criativa. Ou melhor, Como a economia criativa vem sendo tratada enquanto política pública do Brasil a partir das abordagens conceituais expressas no material empírico. Identificamos e comparamos as definições, de economia criativa, expressas nos documentos oficiais e na literatura.

Até então chegamos à constatação de que pouco se fez para a promoção da economia criativa no Brasil. O que o governo fez, até o momento, foi adotar a economia criativa enquanto expansão da economia cultural e, estrategicamente, alavancar o setor cultural que na nossa perspectiva representa um dos seguimentos da economia criativa, deixando de lado as demais economias criativas: Economia Criativa Econômica – ECE e a Economia Criativa Social – ECS, que serão dimensionadas a seguir.

A percepção de economia da cultura é tida como o ramo da economia que estuda a relação entre cultura e os fenômenos econômicos. Aqui não entramos no mérito conceitual do termo cultura e seus aspectos polissêmicos. Contudo, a economia da cultura, por já ter o seu conceito claramente definido, conseguiu estabelecer os parâmetros da indústria cultural. Ou seja, sabendo-se o que é economia da cultura é possível mensurar a indústria cultural.

Com a economia criativa foi o processo inverso. Ao invés de se definir a economia criativa definiu-se primeiro a indústria criativa que muitas vezes foram e são confundidas com a indústria cultural que ao longo do tempo caminhava em outra direção. Segundo Duarte, apud Silva (2010)

Tal denominação [Indústria Cultural] evoca a ideia, intencionalmente polêmica, de que a cultura deixou de ser uma decorrência espontânea da condição humana, na qual se expressaram tradicionalmente, em termos estéticos, seus anseios e projeções mais recônditos, para se tornar mais um campo de exploração econômica, administrado decima para baixo e voltado apenas para os objetivos supramencionados de produzir lucros e de garantir

adesão ao sistema capitalista por parte do público (DUARTE, 2007, p. 9).

O fato é que, seguindo a mesma linha de raciocínio e que advogamos, a economia criativa é o ramo da economia que estuda a relação entre criatividade e os fenômenos econômicos. Cabe salientar, também, a existência da polissemia do termo criatividade, mas relacionada à economia criativa traz em seu entorno a necessidade da inovação para materializá-la e a que fim se destina.

Isto posto, analisando o aspecto multidimensional da criatividade, cabe-nos estabelecer qual dimensão estamos analisando: na perspectiva da criatividade, da economia, da cultura, da tecnologia ou da inovação? Para a UNCTAD (2010) é a partir da interação entre os capitais humano, cultural, social, estrutural ou institucional que a criatividade se manifesta na busca de rendimentos e resultados.

O eixo central de diferença entre a economia da cultura e a economia criativa é a inovação, o empreendedorismo e a propriedade intelectual, pois, se tirarmos essas características da economia criativa as definições das mesmas se igualam. Ao longo do tempo o que percebemos, desde 1994, é que indústria criativa e indústria cultural são as mesmas coisas e a definição tanto de economia, quanto de industrial criativa ou cultural se aproximam a ponto de se inverter a lógica: a economia da cultura está dentro da economia criativa e não o contrário.

A criatividade é a base para a definição da economia criativa e deve envolver suas especificidades no tocante à ciência, à tecnologia, à economia e à cultura. Destarte, a economia criativa até o presente momento seria um campo das ciências econômicas que visa analisar, por meio de propriedade intelectual, os impactos das criatividades científicas, tecnológicas, econômicas e culturais na economia. Em outras palavras e segundo Keynes: a Eficiência Marginal do Capital criativo.

Contudo é fato, incontestável, de que existe a economia da cultura e existe a economia criativa. Vejamos suas particularidades conceituais de cada uma e suas implicações na contemporaneidade.

A economia da cultura, inicialmente, era definida como o ramo da economia que estuda a relação entre a cultura e os fenômenos econômicos. Aqui a cultura implica em costumes, crenças compartilhadas e preferências de grupos de pessoas.

Esse conceito evoluiu e hoje (2016), segundo o site da Secretaria da Cultura da Bahia – SeCult-Ba, é

Uma das áreas econômicas de maior desenvolvimento no mundo contemporâneo é a cultura. A economia da cultura é uma ação dinâmica, estratégica e criativa, tanto pelo ponto de vista econômico como sob o aspecto social. Norteada por ideias, conceitos e valorização da geração da propriedade intelectual, as atividades da economia da cultura geram trabalho, emprego, renda e são capazes de propiciar oportunidades de inclusão social, devido à sua atuação com a diversidade. As indústrias culturais e a economia criativa são, cada vez mais, componentes fundamentais da economia em uma sociedade do conhecimento e o potencial da economia da cultura na Bahia precisa ser compreendido e estar necessariamente inscrito no processo de desenvolvimento (<http://www.cultura.ba.gov.br>, 2017).

Fica claro, então, a mudança conceitual da economia da cultura que, estrategicamente ou não, buscando manter a economia criativa atrelada às suas dimensões incorporou, até, a propriedade intelectual que tanto incomodava os defensores da cultura.

A economia criativa, por analogia ao conceito de economia da cultura, é o ramo da economia que estuda a relação entre a criatividade e os fenômenos econômicos. Aqui, criatividade implica em criatividade científica, criatividade econômica, criatividade cultural e criatividade tecnológica. Segundo o Plano oficial do governo

Na sociedade do conhecimento e das novas tecnologias, a economia da cultura vem se ampliando, transfigurando- -se em uma economia criativa. Essa nova economia, que ultrapassa as linguagens artísticas e as culturas populares, passa a dominar novos segmentos (novas mídias, games, softwares) e a agregar novos valores às indústrias tradicionais (design, arquitetura, moda), tomando hoje grande importância nas diversas regiões do planeta. É a dimensão simbólica da produção humana, desta feita, que será elemento fundamental na definição econômica desses novos bens e serviços. (SEC, 2011-2014, p, 45).

Isto posto, mais um documento oficial atribui sinonímia da economia da cultura com a economia criativa ainda que se discuta um conceito em construção. No Brasil e na Bahia estabeleceu-se que a economia criativa e a economia da cultura têm as mesmas definições nas suas subjetividades.

A criatividade é a base para a definição da economia criativa e deve envolver suas especificidades no tocante à ciência, à tecnologia, à economia e à cultura.

Destarte, a economia criativa, na perspectiva desta tese, é um ramo da economia que tem por finalidade avaliar os impactos da economia criativa cultural (ECC), da economia criativa econômica (ECE) e da economia criativa social (ECS) na economia, por meio de propriedade intelectual ou não.

A partir dessa definição transcenderemos para as indústrias criativa culturais, para as indústrias criativas econômicas e para as indústrias criativas sociais, cada produção procedente das suas respectivas cadeia produtiva: econômica, cultural ou social. Ou seja, o produto final definirá se cultural, econômica ou social.

Merece destaque estabelecer que a Economia Criativa Cultural (ECC) refere-se à economia da cultura; a Economia Criativa Econômica (ECE) está envolvida diretamente com a inovação, empreendedorismo e, principalmente, a propriedade intelectual; a Economia Criativa Social (ECS) articula-se com as tecnologias sociais e a Propriedade Intelectual (PI) não se faz presente nessa modalidade de economia criativa.

Vale dizer, um produto pode estar revestido de duas modalidades de economias criativas, mas não compreenderá as três modalidades, pois a propriedade intelectual em linhas gerais, não dialoga por definição com as Tecnologias Sociais (TS). Esta perspectiva apoia-se no fato de que

De acordo com a definição adotada pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad), a economia criativa tem o potencial de fomentar o crescimento econômico, a criação de empregos e os ganhos de exportação, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Ao abarcar aspectos econômicos, culturais, tecnológicos e sociais, a economia criativa tem ligações entrelaçadas com a economia geral nos níveis macro e micro, por isso, a dimensão de desenvolvimento (Duisenberg, 2008, p.58).

Essa crença parte do pressuposto de que a economia criativa é um ramo da economia e não da cultura, embora a cultura se materialize a partir da criatividade na sua essência. Assim, a definição alternativa proposta implica em particularizar a criatividade em econômica, cultural e social.

Assim, entendemos que a economia criativa caminha para o compartilhamento de diversas economias criativas, atendendo às suas respectivas especificidades: cultural, econômica ou social. Nesse novo pensar da economia criativa implica na

criação do Ministério da Economia Criativa – MENECA e novas atribuições para o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI, que mesmo em tenso debate sobre a economia criativa, não tem e nunca teve, um setor com essa temática.

7. CONCLUSÕES

Chegar ao contexto final da tese, em busca de “algumas ponderações” sobre esse percurso, foi uma rica e instigante experiência, haja vista que é nesse momento que emergem as lacunas, dificuldades, conquistas e possibilidades de novas investigações. Além disso, vivenciamos na prática um exercício de construção e desconstrução, articulando teoria e prática, que nos possibilitou uma visão mais alargada e sensível sobre a temática, nos fazendo amadurecer um pouco mais nos posicionamentos frente a essa discussão.

Ao longo do percurso foi necessário inferir diagnósticos, fazer análises, triangular fontes, fazer comparações e fazer interpretações para que pudéssemos estabelecer um diálogo entre a teoria, tida como o alicerce, e a prática explicitada nos órgãos de fomento, nos editais, na literatura, nas secretarias, nos Planos, nos Decretos e Leis. Nesses termos, é possível afirmar que os objetivos foram atingidos satisfatoriamente, por contemplar as aspirações e desejos na busca de conhecer, investigar, identificar e comparar as abordagens conceituais, de economia criativa, expressas nos documentos oficiais e na literatura, com vistas a perceber, a partir do estudo de caso, como a economia criativa vem sendo tratada enquanto política pública do Brasil a partir das abordagens conceituais expressas nos documentos oficiais do Governo.

Nesse contexto dinâmico e complexo da tese é imprescindível salientarmos alguns elementos significativos que foram encontrados ao longo da investigação em resposta às questões norteadoras dessa pesquisa. Cada capítulo nos brindou com descobertas, pontos de vistas e/ou reflexões que consubstanciaram a base da tese aqui defendida: a economia criativa tem sido tratada, no Brasil e na Bahia, como sustentáculo à promoção da economia/indústria cultural.

No capítulo 1, apresentamos as opções epistemológicas e metodológicas utilizadas nesta tese. Indicamos, também, o espaço temporal no qual a pesquisa se desenvolveu, bem como o local onde os dados foram coletados e sob que circunstância se deu. Em linhas gerais os momentos foram as seguintes:

Levantamento bibliográfico analítico e estudo documental. Aqui, percebemos a origem histórica do conceito de economia criativa e sua dimensão internacional. Aqui, foram feitos contatos com instituições nacionais e internacionais que subsidiaram o trabalho, objetivando conseguir o apoio necessário à elaboração e efetivação da pesquisa e delimitação dos conceitos fundamentais, utilizados nesta tese. De posse dos dados, lançamos mãos do método dedutivo que oportuniza realizar comparações, com a finalidade de verificar similitudes e explicar fenômenos acerca do tema.

Apresentamos o universo empírico, deste estudo, que foi composto pelas agências de fomento e seus representantes; Plano Nacional de Economia Criativa e o Plano Bahia Criativa. O período analisado foi a gestão do Partido dos Trabalhadores – PT, momento em que se iniciou as discussões da definição do termo economia/indústria criativa e os Planos; Decretos; Leis e nas agências de fomento foram de grande valia para sua concretude.

A construção do referencial teórico, com vistas a perceber como os autores classificavam a economia criativa no Brasil, foi feita com o suporte da pesquisa bibliográfica nos espaços acadêmicos ou nos espaços governamentais.

A percepção da definição, de economia criativa, expressa nas políticas públicas, foi construída a partir dos Editais; dos Planos das seguintes agências de fomento: Secretaria de Economia Criativa – SEC; Secretaria da Cultura – SeCult; Banco do Nordeste do Brasil – BNB; Agência de Desenvolvimento da Bahia – Desenhahia; Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia - FAPESB e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES.

Outro ponto relevante desse capítulo foi a sustentação epistemológica fundamentada nas epistemologias do sul e o pensamento abissal. O Brasil segue, passo à passo, o que foi realizado na Austrália e Reino Unido, sem considerar que, naquele país, o processo de desindustrialização estava presente e no Brasil é o contrário. Essa corrente foi de fundamental importância, pois, além de discutir e privilegiar os conhecimentos locais que não podem ser descartados, fundamenta-se na perspectiva dialética que foi discutida, também, neste capítulo.

No capítulo 2 refletimos sobre as origens históricas da definição de economia criativa, suas abordagens, das teorias e filosofias da criatividade, até a

contemporaneidade e dialogamos com as concepções clássicas da teoria econômica na busca de encontrar sinalizações de economia criativa. Neste capítulo, começamos, embrionariamente, a sinalizar com o pensamento da divergente definição entre economia criativa e economia da cultura.

Mostramos, que, estrategicamente, foi positivo para a economia/indústria da cultura, correlacionar-se com a nova concepção de economia: economia/indústria criativa. É dessa necessidade, valorização da economia da cultura, que a abordagem utilizada para o termo economia/indústria criativa, associa-se e passa a ser a mesma utilizada para definir os dois termos. Até mesmo o elemento diferenciador entre as duas especificidades, economia criativa e economia cultural, passa a ser utilizada, também, pela economia da cultura: a propriedade intelectual.

Destarte, evidenciamos, nesse capítulo que a economia criativa assumia, a cada momento, o papel de promotora da economia da cultura e essa concepção será levada aos órgãos oficiais do Governo, para seus editais, Leis, Decretos e Planos.

Com o objetivo de demarcar a diferença e seu raio de ação, elaboramos, no capítulo 3, a análise através do percurso histórico da destruição criativa (*the processo of creative destruction*) que, segundo o seu criador, Schumpeter (1934), representa o empreendedorismo e a inovação, atuando na economia enquanto promotores do desenvolvimento econômico, a partir da teoria do ciclo.

Neste capítulo, percebemos que a tecnologia que se adequa aos empreendedores criativos voltados para a área cultural, na sua maioria, é a tecnologia social em função de seus baixos custos de acessibilidade e a produção, em baixa escala, de seus produtos. Neste momento a perspectiva schumpeteriana de crédito, capital e taxas de juros não está voltada, e nem alcançam, os pequenos empreendedores. Nessa conjuntura a propriedade intelectual, direitos advindos da criação do intelecto humano, não é concebida como deveria e a busca do paradigma da economia criativa, como novo modo de produção fruto de políticas de crédito governamental, não é alcançada.

A título de enriquecer este capítulo, apresentamos uma experiência empreendedora e inovadora nos quilombos brasileiros, no período escravocrata que se materializou em contraposição ao modo de produção capitalista. Para além do

modo de produção dos quilombos, temos o “design” ou a funcionalidade daquela alternativa produtiva. Vale dizer que o quilombo era um paradigma de intangibilidade, pelos produtos criados, produzidos e vendidos externamente, e um modelo de sustentabilidade quando mantinha com qualidade de vida, renda e a fixação dos produtores nos seus espaços. A tecnologia ali praticada era a social.

Outra discussão que recorreremos nesse capítulo, por se tratar de inovação, foi a teoria da difusão da inovação de Roger (2003), dialogando com a teoria de Schumpeter (1934), visto que nos interessava saber como se daria a difusão de políticas públicas para a economia criativa na Bahia e sob quais condições. Nessa etapa, correlacionando a polissemia/sinonímia entre economia criativa e economia cultural, das cinco etapas estabelecidas pela teoria da difusão, a concepção de que se trata de um segmento amplo, porém, com resistência à inovação, foi o que prevaleceu no processo inicial da cultura para aceitar a produção em alta escala dos produtos culturais.

No capítulo 4, decorrente da discussão no capítulo anterior sobre a teoria da difusão da inovação, identificamos as definições, de economia criativa, expressas no Plano Brasil Criativo, no Plano Bahia Criativa, nos Decretos e Leis e nas agências de fomento. A partir da análise dos documentos oficiais, através da análise documental e da comparação, ficou claro que os documentos oficiais consideram a economia criativa como ampliação do conceito de cultura e o fato da Secretaria de Economia Criativa – SEC, está na tutela do Ministério da Cultura – MinC, deixa claro que não há a intenção de mudar esta realidade. Dessa forma, o novo, que é a economia criativa, não é explorado na sua plenitude e com a perspectiva da qual foi criado: gerar emprego, gerar renda, possibilitar a inclusão e promover a sustentabilidade.

A indefinição do conceito, expresso, de economia criativa nos documentos dos órgãos de fomento, em muitos casos confundidos com a economia da cultura, faz com que a efetividade das políticas públicas para a promoção desse segmento, não se realize. É essa a questão que foi discutida neste capítulo intitulado: Os Planos Brasil Criativo, Bahia Criativa e as agências de fomento: a definição expressa de economia criativa nos documentos oficiais.

O capítulo 5 apresentou, primeiramente, as transformações políticas ocorridas no país que culminou no primeiro momento com o “impeachment” da presidente Dilma Russef e a extinção do Ministério da Cultura – Minc, que abriga a Secretaria

da Economia Criativa – SEC, mas, por pressão e reclame da sociedade essa interrupção durou, apenas, dezesseis dias.

Ao analisar as diversas ações que o governo promoveu para esse segmento, a partir do material empírico utilizado nessa tese, evidencia-se a utilização das medidas como promotora da economia da cultura, do que a consolidação da economia criativa enquanto estratégia de desenvolvimento.

A missão, visão e objetivos da Secretaria da Economia Criativa – SEC, que deveria promover a economia criativa como um todo, são provas incontestes da utilização da economia criativa como sustentáculo da economia da cultura, pois

A Secretaria da Economia Criativa será a pasta responsável pelo reposicionamento do Ministério da Cultura no Governo Federal, contribuindo de forma efetiva e eficaz para tornar a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do Estado brasileiro . (Plano da Secretaria da Economia Criativa – SEC, 2011 a 2014, p. 39).

Quanto aos objetivos tivemos:

Como a missão da Secretaria da Economia Criativa está diretamente associada ao cumprimento da Estratégia 4 – “Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável”, fez-se necessária a definição de objetivos alinhados às diretrizes componentes desta mesma estratégia. Um ponto importante é compreender que, em função da ampliação do escopo da Economia da Cultura para Economia Criativa, essas diretrizes também foram ampliadas. Onde se lê, portanto, trabalhador da cultura, leia-se trabalhador criativo. Onde se lê economia da cultura, leia-se economia criativa. (Plano da Secretaria da Economia Criativa – SEC, 2011 a 2014, p. 39).

Quando avaliamos o Plano Bahia Criativa, este, também, nos sinaliza a concepção de economia criativa no país,

No Brasil, o conceito de economia criativa tem sido utilizado para designar a dimensão econômica presente no segmento cultural. Este engloba criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o ativo intelectual como principais recursos produtivos. A economia criativa é, portanto, a economia do simbólico, a qual se alimenta dos talentos criativos, que se organizam, individual ou coletivamente, para produzir bens criativos (Plano Bahia Criativa, Bahia criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia, 2014. p.16).

E o Plano Bahia Criativa, vai além,

Nos últimos onze anos (2003-2013), no MinC, colocou-se a dimensão econômica como um elemento-chave da política cultural. A criação da Diretoria de Economia da Cultura no BNDES, a instituição da Secretaria de Economia Criativa no MinC (SEC/Minc) e a elaboração do plano de ações da Economia Criativa para os anos 2011-2014, são claras as manifestações do desejo do governo federal de dar maior atenção à implantação de políticas públicas que possam alavancar o setor no Brasil (Plano Bahia Criativa, Bahia criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia, 2014. p.17).

A expectativa é de que a avaliação e atualização do Plano de gestão da Secretaria da Economia Criativa – SEC, traga novas perspectivas contemplando os demais segmentos que não seja, apenas, o da cultura. Pois o plano anterior 2011-2014 está vencido e não houve sinalização de atualizá-lo.

Os Editais, por exemplo, são exemplos claros do entendimento da economia da cultura, sinônimo, da economia criativa sem distinguir que a economia da cultura é um dos setores da economia criativa, mas, não é o todo. A tecnologia, a inovação e o empreendedorismo são os principais protagonistas na ambiência da economia criativa e devem ser tratados dessa forma.

O capítulo 6 tencionou a correlação e comparação existente entre práticas, definições e significados da economia criativa para compreender em que dimensão e abordagens eles aparecem. Tomando como referência o tradicional, conceito de economia da cultura e fazendo a devida analogia, partimos da definição de que a ela, inicialmente, era definida como o ramo da economia que estuda a relação entre a cultura e os fenômenos econômicos.

Para além desse conceito, inicial, hoje a economia da cultura constitui-se na possibilidade de um novo paradigma, em substituição ao paradigma pós-fordista e aproxima-se, cada vez mais, da definição de economia criativa, estabelecendo que,

A economia da cultura é uma ação dinâmica estratégica e criativa, tanto pelo ponto de vista econômico como sob o aspecto social. Norteadas por ideias, conceitos e valorização da geração de propriedade intelectual, as atividades da economia da cultura geram trabalho, emprego, renda e são capazes de propiciar oportunidades de inclusão social, devido a sua atuação com a diversidade. As indústrias culturais e a economia criativa são, cada vez mais, componentes fundamentais da economia em uma sociedade do conhecimento e o potencial da economia da cultura na Bahia precisa ser compreendido e estar necessariamente inscrito no processo de desenvolvimento. (<http://www.cultura.ba.gov.br>. <Acesso em 17/7/2016 11h 33min >).

A criatividade é a base para a definição da economia criativa e deve envolver suas especificidades no tocante à ciência, à tecnologia, à economia e à cultura. Destarte, a economia criativa até o presente momento seria um campo das ciências econômicas que visa analisar, por meio de propriedade intelectual, os impactos das criatividades científicas, tecnológicas, econômicas e culturais na economia.

Seguindo a mesma linha de raciocínio conceitual observamos que a economia criativa, no primeiro momento, é o ramo da economia que estuda a relação entre a criatividade e os fenômenos econômicos. A questão básica é definir a dimensão da criatividade ou em que bases se encontram: artística cultural, econômica ou social. Isto posto, fomos ao encontro de que economia criativa são,

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais). (DCMS, 2005, p.5).

Neste capítulo, evidenciamos que a economia criativa, na perspectiva desta tese, é um ramo da economia que tem por finalidade avaliar os impactos da economia criativa cultural (ECC), da economia criativa econômica (ECE) e da economia criativa social (ECS) na economia, por meio de propriedade intelectual ou não.

É nessa perspectiva que vislumbramos o repensar da definição de economia criativa, em que o grande desafio, é perceber que

as mudanças impostas pela globalização, pelas novas tecnologias de informação e comunicação, pela desmaterialização da economia, pelo aperfeiçoamento de processos gerenciais na esfera pública e privada, pelo aumento do tempo livre, entre outras permitiram a emergência de um novo modelo de sociedade. (Rocha, 2013, p.6).

Com base no que foi exposto, reafirmamos a necessidade de repensar a definição de economia criativa no seu aspecto fundamental que é se constituir enquanto estratégia de desenvolvimento em substituição do modelo pós-fordista. A

economia criativa não conseguirá fazer frente às legítimas demandas da economia brasileira, sendo utilizada, apenas, como promotora de uma das economia/indústria criativa que é o caso da economia/indústria cultural.

A caminhada a qual percorremos na realização deste trabalho foi muito significativa e permeada de construções e ressignificações de definições, descobertas e validação em torno da problemática da abordagem conceitual, de economia criativa, nos documentos oficiais do governo, as política públicas voltadas para este setor e mobilização de recursos elegem a economia criativa como substituta do paradigma pós-industrial. Desse modo, a comparação e o cruzamento das fontes apontaram significativas inferências que, inegavelmente, poderão servir de base para as novas discussões.

A nossa tese inicial, que consistia na ideia de que no Brasil e na Bahia a concepção de economia/indústria criativa é a ampliação do conceito de economia/indústria cultural e que estrategicamente os gestores não intencionam separá-la da cultura e, sim, aproximá-las, inviabiliza tratá-la como estratégia de desenvolvimento em substituição ao modelo pós-fordista, foi ratificada pelos resultados da pesquisa e são apresentados logo em seguida.

Aspectos a serem considerados a partir dos achados dessa pesquisa:

1) Duas economias polissêmicas. A adoção de que existe duas economias (criativa e cultural) implica na necessidade de maior clareza entre as devidas definições para que as políticas públicas e os recursos financeiros sejam eficientes. A trajetória reflexiva desse trabalho, nos permitiu compreender armadilhas conceituais e que inegavelmente estão a serviço de privilegiar um dos setores da economia criativa: o setor cultural;

2) O que buscamos. A falta de clareza da definição de economia/indústria criativa, enquanto área estratégica de desenvolvimento, tem levado à manutenção e perpetuação do modelo que queremos substituir e um único setor da economia criativa – o setor cultural – não poderá fazê-lo. Deste modo, realizam a promoção da economia/indústria cultural através da economia/indústria criativa e o direcionamento dos editais não contemplam a inovação, a tecnologia de ponta e o empreendedorismo, elementos centrais da economia/indústria criativa;

3) Tudo é criativo. O termo criativo passou a ser banalizado, sem qualquer relação com a economia, com a cultura ou com a criatividade. Um exemplo dessa natureza pode ser dado com o termo contabilidade criativa, que é definida como falcatrua, quando na verdade, contabilidade criativa, na nossa perspectiva, é a contabilidade nacional da produção criativa. Citando outro exemplo, recorro à cartilha do empreendedor criativo, no site do SEBRAE. Nela não há nada de diferente entre um empreendedor normal e um criativo, configurando-se, apenas, em estratégia de “marketing” para atender ao modismo da criatividade.

4) Uma decisão política. É preciso separar a economia/indústria criativa da economia/indústria cultural ou permaneceremos na polissemia dos termos e não atingiremos o objetivo estratégico que pode ser: eleger a cultura como estratégia de desenvolvimento e investir, consideravelmente, no setor, ou eleger a economia/indústria criativa, compreendendo a Economia/indústria cultural parte integrante da mesma.

5) A urgência de um ministério. Assumimos que a economia criativa na perspectiva da economia/indústria cultural gera emprego, inclusão e sustentabilidade em um dos setores da economia criativa: na economia/indústria cultural - ECC. É preciso considerar as outras economias/indústrias criativas que nesta tese são as economias/indústrias criativas econômicas - ECE e as economias/indústrias criativas sociais – ECS. Assim, advogamos a necessidade da criação do Ministério da Economia Criativa – MINEC, para articular as ações dessas três economias criativas e onde se instalaria a Secretaria da Economia Criativa – SEC; Por fim

6) Carência de novas diretrizes. O Plano de Gestão da Secretaria da Economia criativa expirou (2011-2014) e precisa de novos direcionamentos para o próximo período. Esse novo direcionamento implica em uma nova missão, nova visão e novos objetivos voltados para a economia/indústria criativa como um todo, envolvendo todas as demais áreas. Esses achados trazem uma importante contribuição no sentido de evidenciar as fragilidades conceituais em torno da definição das economias/indústrias criativas, uma vez que as políticas públicas e seus editais não têm garantindo a eficiência, eficácia e a efetividade das mesmas. O que temos vivenciado é a promoção de um dos setores da economia/indústria criativa, em detrimento dos demais, como ocorreu na Austrália e Reino Unido, fruto da desindustrialização e vontade política de promover a cultura.

Deste modo, as economias/indústrias criativas culturais, econômicas e sociais, continuam sendo a bandeira de luta que justifica o estímulo à continuidade de pesquisas relacionadas à constituição de políticas voltadas para este setor. Contudo, é preciso um melhor direcionamento para ajudar no processo de promoção da substituição ao paradigma pós-fordismo para o paradigma da economia da criatividade ou do intangível.

Os aspectos evidenciados nesse trabalho nos convidam a uma reflexão em torno do material empírico que tem sido um documento balizador de políticas públicas, nas agências de fomentos e secretarias no Brasil e na Bahia, mostrando a urgente necessidade de retomar uma discussão que vem desde 1998 e ainda apresenta divergências e polissemias em torno das definições e conceitos de economias/indústrias criativas.

Espero sinceramente, ao final desse percurso de doutorado, contribuir com um debate maior a partir do objeto de estudo desta tese e os dados encontrados para se pensar e ressignificar o papel da economia criativa no cenário brasileiro. É preciso reelaborar o pensamento de que economia/indústria criativa e economia/indústria cultural são análogas e fazer ressoar a existência de várias economias/indústrias criativas. A reconhecer a economia criativa como alicerce do novo paradigma fundamentado na geração de emprego e renda, na inclusão, na sustentabilidade, cumprindo o seu papel sócio econômico.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. **Criatividade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1993.

ARAGÃO, Cecília Vescovi de. **Burocracia, eficiência e modelos de gestão pública: um ensaio**. Revista do Serviço Público Ano 48. Número 3, 1997.

ASKERUD, Pernille. REIS, A. C. F. (org). As indústrias criativas: perspectivas da região Ásia-Pacífico. In: **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

AZEVEDO, Clovis Bueno de. LOUREIRO, Maria Rita. **Carreiras públicas em uma ordem democrática: entre os modelos burocrático e gerencial**. In: Revista do Serviço Público – RSP, ano 34, número 1, jan-mar, 2003.

BAHIA. **Bahia Criativa: Diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia**. Salvador: Governo da Bahia. 2014.

_____. Decreto nº 14.529, de 04 junho de 2013. Institui o grupo de trabalho Bahia Criativa e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado da Bahia**, Salvador, 05 de junho de 2013.

_____. BAHIA. Decreto nº 12.354, de 25 de agosto de 2010. Institui o Programa Territórios de Identidade e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado da Bahia**, Salvador. 26 de ago. 2010.

BAKUNIN, Mikhail. **“La réaction en Allemagner”** (A reação na Alemanha), Lisboa: Assírio & Alvim, 1942.

BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições. 1977.

BAUER, M.W. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BENDASSOLLI, Pedro. WOOD Jr, Thomaz. KIRSCHBAUM, Charles. CUNHA, Miguel. (Coord.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo, Atlas, 2009(a).

_____. **Indústrias criativas**: definição, limites e possibilidades. RAE, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009(b).

BNB, Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – ETENE. In: **Informe Indústria e Serviços Criatividade e Cultura**: aspectos econômicos ano IV – Nº 15, julho 2010.

BNB, **Balanco Social 2008**, Disponível em:

<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/o_banco/relacao_acionistas/docs/balanco_social_2008.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2014, Fortaleza, BNB, 2009.

BNB, **Crediamigo**: Conheça o crediamigo, Disponível em:

<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Produtos_e_Servicos/Crediamigo/gerados/O_que_e_objetivos.asp?idtr=crediamigo>. Acesso em: 25 jun. 2010c.

BNB, **Cresce Nordeste – Cultura**, Disponível em:

<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Produtos_e_Servicos/Cresce_Nordeste/gerados/cresce_nordeste_cultura.asp?idTR=crescene>. Acesso em: 25 jul 2014.

BNB, **Cultura**, Disponível em:

<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Cultura/Principal/gerados/principal_cultura.asp>. Acesso em: 25 ago. 2015.

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. **Relatório Anual**. Rio de Janeiro: periódicos, 2008.

BOTELHO, Isaura. Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão. In.: **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.

BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: MICELI, Sérgio (org.). **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

BRASIL, **As metas do Plano Nacional de Cultura**. Brasília, Ministério da Cultura, 2012.

BRASIL. Decreto nº 7.743, de 31 de maio de 2012. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo do Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério da Cultura. **Diário Oficial da União**, Brasília. 01 de jun. 2012.

BRASIL. Decreto nº 7.743, de 31 de maio de 2012. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério da Cultura. **Diário Oficial da União**, Brasília. 01 de jun. 2012.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**. Brasília, 2012. 145p.

BRASIL. Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC e dá outras providências. **Diário oficial da União**, Brasília, 3 dez. 2010. Disponível em http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/lei%2012.343-2010?OpenDocument>, acesso em 21.01.2013.

BRASIL. Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. **Diário oficial da União**, Brasília, 12 jan. 2016. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2016/lei/l13243.htm>. Acesso em 20 out. 2016.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **Crise econômica e reforma do Estado no Brasil**. São Paulo, Editora 34, 1996. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/papers/1996/96.ReformaDaAdministracaoPublica.pdf>>. Acesso em 20 out. 2016.

BRITISH COUNCIL (United Kingdom). **Mapping the creative industries: the UK context**. London, Oct. 2005.

BUITRAGO, P. Felipe; DUQUE, Iván. La economía naranja: una oportunidad infinita. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo, 2013. Disponível em <<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38143978>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

CAIADO, A. S. C. (Coord.). **Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade**. São Paulo: FUNDAP, 2011. 160 p.

CANTILLON, Richard. **An essay on Economic Theory**. Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute. 2010.

CASTELLS, M. **The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture**. Malden, MA: Blackwell, 2000.

CASTRO, Rodrigo Batista de, Eficácia, eficiência e efetividade na administração pública. **Anpad**, Salvador, 2006. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-apsa-1840.pdf>>. Acesso em 16 de out. 2012.

CASTRO, Yeda Pessoa de. *Falares Africanos na Bahia: um vocabulário Afro-brasileiro*. Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Letras/Topbooks Editora, 2001.

CAVALCANTI, Paula Arcoverde. O estado da política pública de educação: alguns aportes teóricos. IN: **V Jornada Internacional de Políticas Públicas: Estado, desenvolvimento e crise do capital**. São Luis do Maranhão, 23 a 26 de novembro 2011.

CAVES, Richard. *Creative industries; contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press, 2001.

_____. *Creative industries*. Cambridge: Harvard University Press, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. *Introdução à teoria geral da administração*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CHILDE, V, Gordon. *A Evolução Cultural do Homem*. Zahar Editores. Rio de Janeiro. 1966.

CORNFORD, J; CHARLES, D. *Culture Cluster Mapping and Analysis: A Draft Report for ONE North East*. Centre for Urban and Regional Development Studies, University of Newcastle upon Tyne, UK, 2001. Disponível em: <<http://goo.gl/iYiiO>>. Acesso em 04 set. 2012.

CUNHA, Silvio Humberto dos Passos. *Um retrato fiel da Bahia: sociedade-racismo-economia na transição para o trabalho livre no recôncavo açucareiro, 1871-1902*. 2004. Tese (Doutorado em Economia) - Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

DAGNINO, Renato P (org.) *Tecnologia social e economia solidária: construindo pontes [documento de trabalho do curso Gestão Estratégica em Tecnologia Social]*. Campinas: Gapi/Unicamp, 2012. mimeo. Jesus & Costa TS: referencial teórico Tecnologia social & políticas públicas.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS). *Creative industries mapping document*. London: HMSO, 2001.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS). **Creative Industries Mapping Document 1998**. London, 1998. Disponível em <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>>. Acesso em 10 dez. 2014.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS) [United Kingdom]. **Creative Industries Mapping Document 2005**. London, 2005. Disponível em <http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm>. Acesso em: 7 jul. 2014.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT – DCMS. Creative Industries Division (United Kingdom). **Developing entrepreneurship for the creative industries**. London, Sep. 2006. Disponível em <http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2006/entrepreneurship_ci.htm>. Acesso em: 21 jul. 2014.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS). **Creative Britain: new talents for the new economy**. London: DCMS, 2008. 77 p. Disponível em <http://www.agcas.org.uk/agcas_resources/62-Creative-Britain-New-Talents-for-the-New-Economy>. Acesso em: 17 mai. 2014.

DEHEINZELIN, Lala. **Economia criativa, inovação e oportunidades**. Cadernos de Economia Criativa: Economia Criativa e Desenvolvimento Local. SEBRAE-ES, 2011.

_____. **Desejável mundo novo: vida sustentável, diversa e criativa em 2042**. São Paulo, 2012.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 2000.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro. Editora Elsevier, 2005.

DRUCKER, Petter. **Inovação e Espírito empreendedor**. 1 Edição. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria cultural: uma introdução**. Rio de Janeiro: FGV de Bolso, 2007.

EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora UNESP, 2003

EASTON, David. **A Systems Analysis of Political Life**. New York: Wiley. 1965.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2001.

FEDERAÇÃO DAS INDUSTRIAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). Relatório sobre a cadeia produtiva da indústria criativa no Brasil, FIRJAN, Rio de Janeiro, 2014, *mimeo*.

_____. **A cadeia da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2012.

_____. **A cadeia da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016.

FEENBERG, Andrew. **O que é a filosofia da tecnologia**. In: NEDER, Ricardo T. A teoria crítica de Andrew Feenberg. Brasília: Observatório do Movimento pela

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietário – gerentes de pequenos negócios**. Tradução de Maria Letícia Galizzi e Paulo Luz Moreira. Revista de Administração. São Paulo, v. 34. N. 2, p.05-28, abr./jun. 1999. Disponível em: <http://www.rausp.usp>. Acesso em 16 de julho de 2013.

FLORIDA, Richard, **The Rise of the creative class**. Basic books, 2002.

_____. **The Rise of the Creative Class: The Flight of the Creative Class**, Basic books, 2005.

_____. **A ascensão da classe criativa...e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Tradução Ana Luiza Lopes. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.

_____. **Competing in the age of talent: quality of place and the new economy**. A Report Prepared for the R. K. Mellon Foundation, Heinz Endowments, and Sustainable Pittsburgh, 2000.

FRAGA, Laís. Autogestão e tecnologia social: utopia e engajamento. In: BENINI, Édi A., FARIA, Maurício S., NOVAES, Henrique T., et al. (orgs.) **Gestão pública e sociedade: fundamentos e políticas públicas de economia solidária**. 2v. São Paulo: Outras Expressões, 2011. p.101-24.

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

GIRARDI, Sandra. Inovação na Administração Pública Municipal: um estudo de caso em municípios do Estado da Santa Catarina (Dissertação). Curitiba, Universidade Federal do Paraná - UFPR, 2010.

GOLDENBERG, M. A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 1999.

GOLDENSTEIN, Lídia. Trocando experiências para aprofundar o debate no Brasil. In: BRITISH COUNCIL. What the Rule of Design Innovation Policy?/Qual o papel do design na política de inovação? London: São Paulo: BRITISH COUNCIL, 2014.

GORGULHO, Luciane Fernandes. GOLDSTEIN, Marcelo. ALEXANDRE, Patrícia Vieira Machado. MELLO, Gustavo Affonso Taboas de. **A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável.** BNDES Setorial 30, p. 299 – 355, 2010.

GREENWALD, Bruce; STIGLITZ, Joseph. Externalities in economies with imperfect information and incomplete markets. Quarterly Journal of Economics 101: 1986.

HART, Stuart L. Capitalism at the Crossroads: The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's Most Difficult Problems, 2005

HARTLEY, J. **Creative Industries.** London: Blackwell, 2005. **Histórico Recente:** Economia criativa. Disponível em: <<http://goo.gl/mXg0s>>. Acesso em: 15 out. 2012.

HESMONDHALGH, David. The Cultural Industries. London: Sage, 2002.

_____. *The Cultural Industries.* London and Thousand Oaks, CA: Sage (1st and 2nd edns), 2007.

HOWKINS, J. **The mayor's commission on the creative industries.** In: The creative economy: how people make Money from ideas. London: Penguin UK, 2001.

_____. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas.** São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda. 2013.

_____. The creative economy. Nova York: Allen Lane, The Pinguim Press. 2001.

_____. The mayor's commission on the creative industries. IN: HARTLEY, J. (Ed.). Creative industries. London: Blackwell, 2005. p. 117-135.

IBGE. Censo Demográfico 2010, Resultados Gerais da Amostra. Rio de Janeiro, 2010. 239 p

_____. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais, 2003-2005.**
Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 01 jun. 2010a.

HUGON, Paul. **Histórias das doutrinas econômicas.** 14 Ed. São Paulo: Atlas, 1989.

HUNTER, E. K.. **História do pensamento econômico.** tradução de José Ricardo Brandão Azevedo. 7a. edição - Rio de Janeiro : Campus, 1989.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. OLIVEIRA, João Maria de. ARAÚJO, Bruno Cesar de. SILVA, Leandro Valério (Org.). **Panorama da economia criativa no Brasil.** Brasília: Rio de Janeiro 2013.

ITS – INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL. **Reflexões sobre a construção do conceito de tecnologia social.** In: FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL (org.) **Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento.** Rio de Janeiro: FBB, 2004. p.117-34.

ITS - INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL. **Tecnologia Social na América Latina/UnB,** 2010, p.51-65.

JAGUARIBE, A. **Indústrias criativas.** Disponível em: <http://www.portalliberal.com.br>. Acesso em 05 set. de 2006.

JEFFCUTT, P. **Management and the creative industries.** *Studies in Culture, Organizations and Society*, v. 6, n. 2, p. 123-127, 2000.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento.** São Paulo: Saraiva, 2010.

JUNGMANN, Diana de Mello. BONETTI, Esther Aquemi. **Proteção da criatividade e inovação: entendendo a propriedade intelectual: guia para jornalistas.** Brasília: IEL, 2010.

KEA, E. A. **The impact of culture on creativity, study prepared for the European Commission.** European Commission, 2006.

KEYNES, John Maynard. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda** (*General theory of employment, interest and money*). Tradutor: CRUZ, Mário Ribeiro da. São Paulo: Editora Atlas, 1992

_____. **A treatise of Money.** New York: Brace and company, 1932.

KNELLER, G. F. **Arte e ciência da criatividade.** Tradução: De J. Reis. 5. ed. São Paulo: IBRASA, 1978.

KIRZNER, Israel. **Competition and Entrepreneurship.** Chicago: University of Chicago Press, 1973.

_____. **Perception, Opportunity, and Profit,** Chicago: University of Chicago Press, 1979.

KONDRATIEV, Nicolai. **Los ciclos largos de la coyuntura economica.** México D.F.: UNAM, 1992.

KON, Anita. **Nova economia política dos serviços,** 1.ed. São Paulo: Perspectiva: CNPQ, 2015.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LANDRY, Charles. **The Creative City: a toolkit for urban innovators.** London: Earthscan, 2001.

_____. **The Creative City.** Londres: Earthscan Publications Ltd, 2000.

LASWELL, H.D. **Politics: Who Gets What, When, How.** Cleveland, Meridian Books. 1936.

_____. **Propaganda Technique in the World War.** Cleveland, Meridian Books, 1927.

LEGRAND. **Espelhos e reflexos.** São Paulo: Editora Soler, 2005.

LEHER, Roberto. **Región Sur. O governo Lula e os conflitos sociais no Brasil .** En publicación: OSAL, Observatorio Social de América Latina, no. 10, 2006, p. 81-129.

LEITÃO, Claudia. **A criatividade e diversidade cultural brasileiras como recursos para um novo desenvolvimento.** In: Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. p. 156.

_____. Economia criativa, entrevistas e notícias. Plano Brasil Criativo (PBC) será entregue à Presidente Dilma. (Entrevista). 03 de dezembro de 2010. Disponível em [http://www. Blog ACESSO.Bernardo Viana](http://www.BlogACESSO.BernardoViana). Acesso em 15 jun.2014.

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

_____. **Indústrias Criativas: Alternativa de Desenvolvimento Regional**. Liinc em Revista, v.7, n.2, outubro, 2011, Rio de Janeiro, p. 538 - 555 - <http://www.ibict.br/liinc>. Acesso em 16/10/2015 15:00.

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

LEWIS. Ralph M. **Alquimia mental**. 2. Ed. Curitiba: Difusion Rosicrucienne. 2008.

LIMA, Carmen Lucia Castro. **Redes sociais e aglomerações produtivas culturais: proposição de método de pesquisa e aplicação ao caso da produção de filmes em Salvador**. 2009. Tese (Doutorado Pós-cultura) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2009.

_____. **Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da Bahia**. Revista da DESENBAHIA, Salvador, n.5, p.103-130, set. 2006.

LIMA JÚNIOR. Arnaud Soares de. **Tecnologias Inteligentes e educação: currículo hipertextual**. Rio de Janeiro: Quartet/Salvador: Fundesf, 2005.

LINDBLOM, Charles E. **"Still Muddling, Not Yet Through"**, Public Administration Review 39: 517-526. 1979.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de estilo acadêmico: trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses**. 5 ed. Salvador: EDUFBA, 2013.

MACHADO, R. M. **Da Indústria Cultural à Economia Criativa**. Artigo apresentado originalmente como comunicação no IV Encontro Nacional de Estudos do Consumo (IV ENEC), realizado em setembro de 2007 no Rio de Janeiro, e promovido pelo CPDA/UFRRJ, UFF e CAEPM/ESPM.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa : implicações e desafios para a política externa brasileira** Brasília : FUNAG, 2014.

MALTHUS, T. Robert. **An Essay on the Principle of Population**. Rio de Janeiro: abril cultural 2000.

MANDEL. Michael J. The Triumph of the New Economy - A powerful payoff from globalization and the Info Revolution. 30 de dezembro de 1996. Disponível em: www.bloomberg.com/news/articles/1996-12-29/the-triumph-of-the-new-economy. Acesso em: 17. Jun. 2015.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**. Produção: ARTI e FINEP. 3. ed. 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de caso uma estratégia de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.

MARX, K. **Crítica ao Programa de Gotha**. In: MARX, K. & ENGELS, F. Obras escolhidas, v.2, n.2, São Paulo, Alfa-Ômega.

MARZANO, Fábio. **Políticas de inovação no Brasil e nos Estados Unido: a busca da competitividade- oportunidades para a ação diplomática**. LV CAE, 2010.

MASSI, Domenico de. **A economia do ócio**. Rio de Janeiro, Sextante, 2011.

_____. **Criatividade e Grupos Criativos**. Rio de Janeiro, Sextante, 2008.

_____. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro, Sextante, 2005.

MATIAS-PEREIRA, J. **Brazilian new patterns of industrial, technological and foreign trade policy**. *Journal of Technology Management Innovation*, v. 1, n. 3, p. 17-28, 2006. Disponível em: . rap — Rio de Janeiro 45(3):567-90, Maio/jun. 2011 588

_____. Curso de administração estratégica. São Paulo: Atlas, 2011.

_____. Management of Brazilian system for protection to intellectual property: fragilities and perspectives for the sector of patents and trademarks registry. In: ALTEC, 2009, Cartagena. Anais... 2009.

MAZZUCATO, Mariana. **O Estado empreendedor: desmascarando o mito do setor público vs setor privado**. São Paulo: Editora Schwarcz S.A, 2014.

MENEZES, Adolfo Bezerra de. **A escravidão no Brasil e as medidas que convém tomar para extingui-la sem danos para a nação**. Rio de Janeiro: Progresso, 1869.

MENGER, P.M. **Artists as workers: theoretical and methodological challenges**. *Poetics*, 28, 241-254. 2001. Disponível em: <<http://migre.me/byazH>>. Acesso em: 27 out. 2012.

MIGUEZ, Paulo. **Cultura e Desenvolvimento** in: Políticas Culturais em Revista, Ufba, 2009, p.1-3.

_____. **Repertório de fontes sobre economia criativa: Economia criativa – em busca de paradigmas: (re)construções a partir da teoria e da prática**. Salvador – Ba, EDUFBA, 2007.

_____. **Carnaval baiano: as tramas da alegria e a teia de negócios...** Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. 348 f. Salvador, 1996.

_____. **Economia criativa: uma discussão preliminar**. In: Nussbaumer, MIGUEZ, P (Orgs.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo, Editora Atlas, 2009

_____. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. Site disponível em: <<http://www.organizacaocultural.ufba.br/>>. Acesso em: 14 dez. 2009.

MILES, Matthew B. HUBERMAN, A. Michael. SALDAÑA, Johnny. **Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook**. 3 Ed. New York: Sage, Arizona State University, 1994.

MILL, John Stuart. **Princípios de economia política e tributação**. São Paulo: Abril cultural. 1985.

_____. **Principles of political economy with some of their applications to social philosophy**. 1 ed, London: John W. Parker, 1848.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. **Pesquisa Social : Teoria, Método e Criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

_____. **Pesquisa Social : Teoria, Método e Criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

_____. . Introdução. In: MINAYO, M. C. S.; ASSIS, S. G.; SOUZA, E. R. (Org.). **Avaliação por triangulação de métodos: Abordagem de Programas Sociais**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2010. pp. 19-51

_____. **Mudança: conceito-chave para intervenções sociais e para avaliação de programas**, in Maria Cecília de Souza Minayo (org.), *Avaliação por triangulação*, s.n.t.

MINISTERIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Política, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília, 2011.

MORAES, Alexandre Donizete Lopes de. [et al]. **Economia criativa: conhecimento e empreendedorismo para uma sociedade sustentável**. Curitiba : UFPR, 2013.

MOURA. Cloves. **Os quilombos e a abolição negra**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES: **Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity**, 2003

NIETZSCHE, F. **Assim falou Zaratustra**. Tradução de Mário da Silva. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 1977, II, “Nas ilhas bem-aventuradas”. Em espanhol: *Asi habló Zaratustra*. Tradução de Andrés Sánches Pascual. Madrid: Alianza Editorial, 1994.

_____. **Fragmentos póstumos, maio-junho de 1888**. In: *Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe*. Op. cit., v. 13, 17 [3], p. 521.

NOVAES, Henrique T., DIAS, Rafael B. **Contribuições ao marco analítico-conceitual da tecnologia social**. In: DAGNINO, Renato P. (org.) *Tecnologia social: ferramenta para construir outra sociedade*. 2.ed. rev. ampl. Campinas: Komedi, 2010. p.113-54.

_____. **Gestão, Tecnologia e Educação**. Salvador, EDUNEB, 2012.

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

OBSERVATÓRIO DO RECIFE. Indicadores do Recife. Disponível em <[http://observatoriodorecife.org.br /cartilha2011](http://observatoriodorecife.org.br/cartilha2011)> Acesso out. 2012.

OCDE/ FINEP. **Manual de Oslo**. Rio de Janeiro: FINEP, 2004.

ONU, UNTCAD. Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc ; São Paulo : Itaú Cultural, 2012.

OLAVO, Antonio. **Filme documentário: Quilombos da Bahia**. Bahia: Petrobrás, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Sistemas, organização & métodos: uma abordagem gerencial. São Paulo: Atlas, 13a ed, 2002, 505p.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAÚJO, Bruno Cesar de; SILVA, **Panorama da economia criativa no Brasil**. In: Texto para discussão. Brasília : Rio de Janeiro : Ipea , 2013.

ORTELLADO, Pablo. **Por que somos contra a propriedade intelectual?** 16 de julho de 2002. Disponível em: http://www6.ofrgs.br/antropi/doku.php?id=contra_a_propriedade_intelectual#por_que_somos_contra_a_propriedade_intelectual. Acesso em 11 jun.2014.

Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition. 2005.

PAESANI, Liliana Miranda. **Manual de Propriedade Intelectual: Direito do Autor, Direito da Propriedade Industrial, Direitos Intelectuais, Sui Generis**. São Paulo: ATLAS, 2012.

PATEMAN, Carole. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

PAVANELLI, M. A. Universidade e inovação científica e tecnológica: um estudo patentométrico na UNESP. 2012. Dissertação (Mestrado) – Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2012.

PERICO, Rafael Echeverri. **Identidade e Território no Brasil**. Tradução de Maria Verônica Morais Souto – Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para Agricultura, 2009.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser, Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado, Brasília, 1995. Documento disponível em www.bresserpereira.org.br , Acesso em: 15 jul. 2011.

PEREIRA, José Matias. A gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual no Brasil é consistente? Revista de Administração Pública – RAP, Rio de Janeiro, Maio/jun. 2011.

PIMENTEL, Alessandra. O método da análise documental: seu uso numa pesquisa historiográfica. Cad. Pesquisa, São Paulo, n. 114, p. 179-195, nov. 2001.

Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014
Brasília, Ministério da Cultura, 2012. 156 p.

PRAGER, Frank D. **History of Intellectual Property From 1545 to 1787**. *Journal of the Patent Office Society* 26 (11) November 1944, 711-760.

RANGEL, Ignácio. O Quarto Ciclo de Kondratiev *Revista de Economia Política*, vol. 10, no. 4 (40), outubro-dezembro 1990 PP 30-43.

REIS, A. C. F; KAGEYAMA, P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções: Creative Cities Productions, 2011.

_____. (org). Cidades criativas, soluções inventivas – O papel da copa, das olimpíadas e dos museus internacionais. São Paulo: Garimpo de soluções, 2010. 380p.

_____. (org). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

_____. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: caleidoscópio da cultura**. São Paulo: Manole, 2006.

_____. **Economia da cultura ou economia criativa? Pondo os pingos nos is.** Cultura e Mercado; 2007. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/ideias/economia-da-cultura-oueconomia-criativa-pondo-os-pingos-nos-is/>>. Acesso em: 14 jun. 2010

_____. Envolvimento corporativo e desenvolvimento sustentável. In: CRIBARI, Isabela. *Economia da cultura*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora

Massangana, 2009.

Relatório de economia criativa 2010. **Economia criativa: uma, opção de desenvolvimento viável.** – Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc ; São Paulo : Itaú Cultural, 2012.

REZENDE. Enio Antunes (Org.); ALMEIDA. Maiara Maria de Jesus (Org.); GOMES. Almiralva Ferraz. Empreendedorismo no Brasil. In: Competência e ação empreendedora no portal do sertão. Salvador: Edufba, 2012.

Ricardo, David. **On the Principles of Political Economy and Taxation.** Piero Sraffa (Ed.) Works and Correspondence of David Ricardo, Volume I, Cambridge University Press, 1951.

ROCHA, José Cláudio. **Indústrias Criativas. Nota técnica elaborada para o Secretário de Ciência, Tecnologia e inovação,** UNEB, Salvador, 2013

_____. **Indústrias Criativas.** Salvador, Universidade do Estado da Bahia, 2006 (*mimeo*).

ROGERS, Everett M. **Diffusion of innovations.** 5ed. Nova York: Free Press, 2003.

_____. Rogers, Everett M. **Diffusion of innovations** (1st ed.). New York: Free Press of Glencoe. 1962.

RTS – REDE DE TECNOLOGIAS SOCIAIS. Caderno de textos-base para discussões do I Fórum Nacional da Rede de Tecnologia Social. Salvador, 2006.

RUBIM, Albino. **Políticas culturais na Bahia Contemporânea.** Salvador: EDUFBA, 2014

_____. **“Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios”**. In: RUBIM, Albino e BARBALHO, Alexandre (orgs.). Políticas Culturais no Brasil. Salvador: Edufba, 2007.

_____. **“Políticas culturais: entre o possível & o impossível”**. In: NUSSBAUMER, Giisele Marchiori (org.). Teorias e Políticas da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: Edufba, 2007^a.

RUBIM, Linda (org.). **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: Edufba, 2005.

_____. Comunicação e política. São Paulo, Haker Editores, 2000.

_____. La contemporaneidad “medieval”, Interface _ Comunicação, Saúde, Educação, v.4 , n.7, p.25-36, 2000.

SALAINI, Cristian Jobi; ARNT, Monica de Andrade. **Propriedade Intelectual e conhecimentos tradicionais no contexto das políticas públicas patrimoniais**. In: LEAL, Ondina Fahel; HENNEMANN, Rebeca; SOUZA, Vergara de (Org). do regime de propriedade intelectual estudos antropológicos. Porto Alegre: TOMO Editorial, 2010.

SANDRONI, Paulo. **Dicionário de economia do século XXI**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2009.

SANTOS, Boaventura de Souza. MENEZES, Maria Paula (Orgs). **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

SANTOS, Vinícius Oliveira. **Trabalho imaterial e a teoria do valor em Marx**. São Paulo: expressão popular, 2013.

SANTOS, L. G. Paradoxos da Propriedade Intelectual na Mesa "The effects of intellectual property on cultural creation and diffusion". In: "Intellectual Property: Tensions between the Logic of Capital and Social and Developmental Demands" - IEEIBR, São Paulo, 8 e 9 de março de 2007.

SANTOS-DUISENBERG, E. **Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável**. In: REIS, A.C.F. (org). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

_____. **Secretaria da Economia Criativa no Brasil.** In: Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014. Brasília 2012. p. 76-77.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **A teoria do Desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1990.

_____. **Capitalism, Socialism and Democracy.** New York: Harper & Brothers, p. 59 – 156, 1950.

_____. **Capitalism, Socialism and Democracy.** Nova York: Harper & Row, 1975.

_____. **A teoria do Desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico.** São Paulo: Nova Cultural Ltda, 1985.

_____. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961

Schumpeter, Joseph A. *Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process.* New York: McGraw-Hill, 1939.

_____. *Capitalism, Socialism, and Democracy.* 3d ed. 1942. New York: Harper and Brothers, 1942.

_____. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle.* Cambridge: Harvard University Press, 1936.

_____. The explanation of the Business Cycles. *Econômica*, nº 21. (Dec.1927), p.286-311.

SEBRAE (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS). **Manual do empreendedorismo criativo.** Disponível em: <HTTPS://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS.../bds/...5809.pdf> . Acesso em: 05.05.2014.

SEI – SUPERINTENDENCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. **Dinâmica sociodemográfica da Bahia: 1980:2000**. Série Estudos e Pesquisas nº 60, Salvador, SEI, 2003.

_____, **Análise Territorial da Bahia Rural**. Série estudos e pesquisas nº 71, Salvador, SEI, 2012.

SEI/BA. Bahia Análise & Dados (**Economia Criativa**). Salvador, v. 22, n. 4, p.603-622, out./dez. 2012.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO DO ESTADO DA BAHIA – SEPLAN. **Plano Plurianual 2004-2007: Bahia: desenvolvimento humano e competitividade**. Salvador, 2010.

SHEPARD, Lorrie. The Role of Assessment in a Learning Culture. IN: Education Research, V, 29, 2000.

SHELDRAKE, Rupert. **Ciência Sem Dogmas: A Nova Revolução Científica e o Fim do Paradigma Materialista**. Cultrix, São Paulo, 2014.

SHEPARD, H. A. Innovation resisting and innovation producing organizations. The Journal of Business, v. 40, 1967.

SILVA, Maria Ozanira da Silva (org.), **Avaliação de políticas e programas sociais: teoria e prática**. São Paulo: Veras Editora, 2001.

SILVA. Valdélcio Santos. **Rio das rãs à luz da noção de quilombo**. In: Afro-Ásia, n. 23, 1999.p.267 295.

SILVEIRA, Newton. Propriedade intelectual. São Paulo: Manole, 2011.

SIMON, Herbert A. **Models of Man, Social and Rational: Mathematical Essays on Rational Human Behavior in a Social Setting**, New York: John Wiley and Sons. 1957.

SISMONDI, J. C. L. Simonde de **De la Littérature du Midi de l'Europe, Paris**, Treutel et Würtz, Libraires, tome premier, 1829.

SMITH, Adam. **A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas**. São Paulo: Nova Cultural, 1996

SOLAGNA, Fabrício; MORAES, Bruno Bunilha. **Patentes de software e propriedade intelectual como estratégias de monopólio**. In: LEAL, Ondina Fachel; HENNEMANN, Rebeca; SOUZA, Vergara de. (org.) do regime de propriedade intelectual estudos antropológicos. Porto Alegre: TOMO EDITORIAL, 2010. p.96-116.

SORRENTINO, M; TASSARA, E.T.O. **Educando para o desenvolvimento sustentável**. In: Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal (CEPAM). O município no século XXI: cenários e perspectivas. São Paulo, 1999. p.185 - 190. (2005 – POLITICAS PÚBLICAS)

SOUZA, Bruno Carvalho Castro. **Criatividade uma arquitetura cognitiva**. 2001, 254p. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2001.

STUART L. HART: **Capitalism at the Crossroads: The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's Most Difficult Problems**, 2005

THIOLENT, Michel. **Pesquisa-ação nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.

_____, Michel. **Metodologia da Pesquisa-ação**. 10 ed. São Paulo: Cortez, 2000.

THOMAS L. FRIEDMAN. **The World is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century**, 2005

THROSBY, D. **Artists as workers**. In: 'Cultural Economics', Heidelberg:Springer-Verlag, 1992.

_____. **Economics and culture**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia: Problemas, hipóteses e pistas**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2007.

TORRES, Marcelo Douglas de Figueiredo. **Estado, democracia e administração pública no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

UNESCO – UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. **Unesco world report: investing in cultural diversity and intercultural dialogue**. Unesco, 2009.

_____. **Understanding creative industries: statistics for public-policy making.** 2006. Disponível em: <<http://goo.gl/vt3b3>>. Acesso em: 30 ago. 2013

_____. **Understanding creative industries.** Canadá: Institute for Statistics for public-policy making. 1998.

_____. **Framework for Cultural Statistics.** Canadá: Institute for Statistics, 2009.

_____. *Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.* 2011.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **Creative economy report: a feasible development option.** New York, 2010. Disponível em: <<http://migre.me/byaVj>>. Acesso em: 27 out. 2014.

UNCTAD; PNUD. Creative economy report 2010: a feasible development option. New York: UNCTAD, 2010.

UNCTAD. Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento. *Consenso de São Paulo.* XI Conference. São Paulo, 2004 (a).

_____. UNCTAD. Relatório de Economia Criativa 2010. São Paulo: p. 394. 2010(a).

_____. **Creative Economy Report.** 2010 (b).

_____. Economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável. 2005.

_____. Relatório Mundial sobre Economia Criativa. Brasília, 2010.

_____. **Creative Industries Report 2008.** Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: set. 2014.

VELOSO, João Paulo dos Reis. **Desenvolvimento Humano e Industrias Criativas.** São Paulo, José Olimpo. 2012.

VIANA, Francisco Vicente. **Memórias sobre o Estado da Bahia.** Salvador: Tipografia e Encadernação do Diário do Estado da Bahia, 1893.

VIVAS, Luciano Carvalho. Banco do Nordeste. IN: Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE, **INFORME INDÚSTRIA E SERVIÇOS**

CRIATIVIDADE E CULTURA: ASPECTOS ECONÔMICOS ANO IV – Nº 15 JULHO 2010

WEBER, Max. **The Theory of Social and Economic Organization**, trad. A. R. Henderson, intr. y ed. T. Parsons, Free Press, Nueva York, 1968.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION - WIPO. **Guide on surveying the economic contribution of the copyright industries**. Wipo, 2003.

_____. International patent system. Monthly statistics report May 2011. Geneva: Wipo, 2011a. Disponível em: www.WIPO.org.br. Acesso em: 27 mar. 2015.

_____. Patentscope terms and conditions. Terms and conditions for the use of Wipo Patent Information Products and Services (May 5, 2011). Geneva: Wipo, 2011b. Disponível em: www.WIPO.org.br. Acesso em: 28 mar. 2014.

_____. PCT yearly review: The International Patent System in 2009. Geneva: Wipo, 2010. Disponível em: . Acesso em: 27 mar. 2011.

_____. World intellectual property indicators 2010. Geneva: Economics and Statistics Division, Wipo, 2010. Disponível em: www.WIPO.org.br: Acesso em: 23 jan. 2011.

Wood, Adrian. North-South Trade, Employment and Inequality: Changing Fortunes in a Skill-Driven World, Clarendon Press, Oxford, 1994.

WOOD, Adrian, KERSTI, Berge. "Exporting Manufactures: Trade Policy or Human Resources?", IDS Working Paper 4, Institute of Development Studies, University of Sussex, 1994.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Trad. Cristhian Matheus Herrera. 5º ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ANEXO – Carta de Apresentação

Salvador, Ba 09 de maio de 2016

Prezados senhores,

O professor Felipe Rodrigues Bomfim, R.G nº 1.418.552-07, Matrícula/UFBA nº 213116128, é aluno regular do Programa de Doutorado Multi-Institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento da Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia – UFBA. O referido professor encontra-se coletando dados para a sua tese na área de economia criativa e para tanto solicitamos, dentro do possível, o acesso a esta instituição para a coleta das informações e como o compromisso de retornar a esta com os achados da pesquisa.

Agradecemos a colaboração e o empenho,

Profa. Dra. Suely Aldir Messeder
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação DMMDC