



26 a 29 de maio de 2015

**ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: UMA ALTERNATIVA DE
DESENVOLVIMENTO A PARTIR DE SISTEMAS DE INOVAÇÃO E PRODUÇÃO
DE SETORES CRIATIVOS FORTALECIDOS POR MEIO DE POLÍTICAS
PÚBLICAS**

Luciana Lima Guilherme¹

Claudia Sousa Leitão²

RESUMO: Este trabalho se propõe a analisar os potenciais do desenvolvimento de políticas públicas de economia criativa no Brasil, voltadas para o fortalecimento de sistemas de inovação e produção dos setores culturais e criativos, tomando como exemplo a indústria fonográfica. Através de uma pesquisa bibliográfica, conceitos associados à formulação de políticas públicas de economia criativa e à criação e ao fortalecimento de redes, com suas implicações na criação de novos arranjos institucionais, são apresentados integrando visões teóricas pós-fordistas e evolucionárias. O potencial dos setores culturais e criativos brasileiros é reconhecido como uma alternativa real de fortalecimento e desenvolvimento local e regional, a partir de sistemas de governança articulados entre os diversos atores das cadeias produtivas e investimentos voltados para a criatividade e inovação.

PALAVRAS-CHAVE: políticas públicas, economia criativa, Sistemas de inovação e produção.

Introdução

A economia criativa vêm crescendo no mundo nas últimas décadas, demonstrando sua capacidade de resistir às crises econômicas e de estimular uma cultura empreendedora. O comércio mundial de bens e serviços criativos atingiu um nível recorde de US\$ 624 bilhões em 2011 (UNCTAD, 2013). Considerando o valor agregado da cultura na produção de bens e serviços, os países signatários da “Convenção da UNESCO sobre a Promoção e Proteção da Diversidade das Expressões Culturais” passam a considerar a cultura como o quarto pilar do desenvolvimento das Nações. Por isso, a economia criativa tem sido considerada como uma alternativa econômica para os países de grande diversidade cultural, sobretudo, para os países em desenvolvimento. Desta forma, é preciso avançar na formulação de políticas públicas que produzam desenvolvimento sustentável, com o objetivo de transformar cultura e criatividade em inovação.

¹ Doutoranda do Programa de Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento (PPED), vinculado ao Instituto de Economia (IE) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mestre em Administração pela Universidade Estadual do Ceará (UECE), graduada em Administração pela Universidade Federal do Ceará (UFC), professora do MBA de Gestão e Produção Cultural da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Email: guilherme.luciana@gmail.com

² Doutora em sociologia pela Sorbonne, Université René Descartes, Paris V, mestre em Sociologia Jurídica pela Universidade de São Paulo (USP), graduada em direito pela Universidade Federal do Ceará (UFC), professora do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Sociedade da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Email: claudiasousaleitao@yahoo.com.br



26 a 29 de maio de 2015

Este trabalho propõe-se a analisar os potenciais do desenvolvimento de políticas públicas de economia criativa no Brasil voltadas para o fortalecimento de sistemas de inovação e produção de setores criativos. Serão tratadas questões associadas à formulação de políticas públicas promotoras de um desenvolvimento econômico pautado no fortalecimento de um ambiente inovador, produtor de conhecimento e estimulador da ampliação de mercados; serão analisados o conceito de rede e suas implicações na criação de novos arranjos de organizações formais e informais; os sistemas de inovação e produção serão então apresentados como arranjos institucionais com grandes potencialidades de fortalecimento de setores específicos; um panorama do crescimento econômico das indústrias criativas no âmbito mundial e nacional será apresentado, demonstrando a desigualdade desse crescimento entre os diversos países; os desafios da economia criativa brasileira com foco no fortalecimento de sistemas de inovação são então descritos; e o trabalho é finalizado com uma análise da cadeia produtiva e do sistema de inovação da indústria fonográfica.

Desenvolvimento econômico: conhecimento e inovação num ambiente de mudanças

A formulação de políticas e estratégias de desenvolvimento econômico no decorrer do século XX sofreu uma série de mudanças em função de olhares e visões de mundo que foram sendo constituídos a partir de reflexões teóricas acerca das estruturas das firmas, das dinâmicas dos mercados e dos papéis das instituições, entre outros fatores. Enquanto os neoclássicos acreditavam numa economia em repouso, controlável e passível de ser compreendida e conduzida a partir da racionalidade e da experiência dos tomadores de decisão; os evolucionistas perceberam as dinâmicas econômicas num processo contínuo de mudança, permeado de incertezas, resultantes de uma série de elementos incontroláveis e de uma racionalidade limitada dos seus atores quanto a estes elementos (NELSON, 2004).

Os teóricos evolucionistas (contemporâneas do pós-fordismo), influenciados pela “destruição criadora” de Schumpeter³ (fordista), entenderam a mudança tecnológica como essência e “motor do desenvolvimento” (TIGRE, 2006) e como base para a inovação, presente no aperfeiçoamento e na criação de novos produtos, no desenvolvimento de novos processos e em novos desenhos organizacionais.

A inovação é então compreendida como resultado de processos de aprendizagem e de geração de conhecimento que envolvem tanto esforços de P&D como a heurística baseada na

³ Esse resgate do pensamento de Schumpeter, ainda que não na sua totalidade, deu aos evolucionistas também a denominação de neo-schumpeterianos.



26 a 29 de maio de 2015

experiência empírica. A inovação é fruto do conhecimento que é gerado coletivamente e cumulativamente.

É neste ponto que a visão neoinstitucionalista da tecnologia chama atenção para a importância da trajetória institucional no desenvolvimento das nações. Segundo Tigre (2006, p. 61), “o ambiente institucional determina as oportunidades de lucro, direcionando as decisões e o processo de acumulação de conhecimentos das organizações, gerando trajetórias virtuosas ou viciosas”.

As políticas públicas têm um papel decisivo nesse processo, na medida que podem fortalecer e incentivar os agentes econômicos por meio do desenvolvimento de um ambiente favorável que estimule a geração de conhecimentos e a ampliação de mercados.

O desenvolvimento econômico é então pautado pela inovação, resultante de um fluxo de elementos internos e externos às organizações. As organizações são percebidas então dentro de arranjos institucionais mais amplos, inseridas em relações de mercado e em estruturas sociais e políticas fundamentais para o seu bom funcionamento.

A complexidade das relações estabelecidas com o ambiente no qual as organizações estão inseridas passa a ser assumida dentro de uma dimensão sistêmica de trocas econômicas e de conhecimento.

A influência de fatores não tecnológicos (mercantis e não mercantis) impacta diretamente nos atores econômicos, que têm a capacidade de inovar seja em função de oportunidades identificadas ou por processos de adaptação em função de inadequações resultantes do processo de mudança (NELSON, 2004).

Redes e processos de inovação: arranjos e rearranjos da empresa virtual

As estruturas e dinâmicas organizacionais contemporâneas tem se reconfigurado, nas últimas décadas, em função das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC). A potencialização das possibilidades de conexão entre organizações, estados e indivíduos gerou a formação de redes que se estruturaram em torno de complexos produtivos, de sistemas de geração de conhecimento, do debate acerca de problemáticas políticas, econômicas, sociais, culturais e ambientais, entre outras opções.

Assim, novas práticas sociais, culturais e econômicas acabaram por gerar novos modelos de organização coletiva e colaborativa (formais e informais), onde a horizontalidade das relações, própria das estruturas em rede, veio quebrar estruturas hierárquicas verticais, exigindo maior capacidade de negociação entre as partes (SARAVIA, 2002).



26 a 29 de maio de 2015

O conceito de rede vem então impactar no desenvolvimento das organizações, integradas como partes de cadeias e arranjos produtivos e em processos de internacionalização. A rede é então potencializadora de resultados a partir do momento que integra esforços e interesses comuns, ampliando a produção de conhecimento a partir do compartilhamento de informações, experiências e projetos. Desta forma, torna-se modelo de referência para o crescimento e o desenvolvimento econômico a partir de atores que passam a se relacionar e cooperar dentro dela.

Nesta perspectiva surge o conceito de empresa virtual (SARAVIA, 2002), como um organismo que se estrutura a partir de uma rede temporária de firmas independentes vinculadas pela tecnologia da informação com a finalidade de compartilhar competências, custos e acesso ao mercado.

Neste conceito, esta empresa é dinâmica e extremamente adaptável às mudanças conjunturais, ela se estrutura em torno de ações e projetos não necessariamente permanentes, dando maior flexibilidade a criação de arranjos e rearranjos entre as partes. Assim, algumas empresas optam por se concentrar cada vez mais no seu *core business*, terceirizando uma série de atividades para parceiros coordenados dentro de uma rede, podendo aproveitar melhor as oportunidades oferecidas pela ampliação de mercados. Em outros casos, os papéis podem ser cambiáveis de acordo com o objetivo pelo qual a empresa virtual foi criada. A tecnologia da informação é a grande mediadora destas novas configurações organizacionais, impactando de modo mais profundo em organizações cujo produto é de natureza intangível.

Neste contexto, a empresa virtual ganha força embora alguns desafios precisem ser enfrentados, no sentido de garantir a efetividade do seu propósito. Segundo SARAVIA (2002) é preciso que sejam enfrentados os seguintes desafios: **estabelecer um clima de confiança entre as partes**; enfatizar e aprimorar as competências de **coordenação**; melhorar as capacidades de **negociação**; aperfeiçoar as capacidades de uso da **informática**; **construir relações** estáveis e produtivas com os diferentes tipos de parceiros, presentes ou potenciais; conciliar a necessidade de **controle** com o clima de **liberdade**.

A empresa virtual de base tecnológica, como uma rede de micro, pequenas e médias empresas, se apresenta como possibilidade de atuação frente a mercados dominados por grandes conglomerados, em função da sua flexibilidade e capacidade de resposta, seu potencial de inovação e geração de conhecimento compartilhado. A complementaridade de expertises e conhecimentos gerados na rede confere muito mais agilidade aos empreendimentos que se desenvolvem de modo integrado e colaborativo.



26 a 29 de maio de 2015

De modo ampliado, os sistemas setoriais de inovação e produção que incluem, para além dos empreendimentos, as universidades, agências de fomento e desenvolvimento, órgãos governamentais, associações e sindicatos, entre outros, se configuram num arranjo institucional voltado para o fortalecimento de setores específicos de acordo com as peculiaridades que lhe são próprias.

Sistemas setoriais de inovação e produção

De acordo com Malerba (2002), os sistemas setoriais de inovação e produção correspondem a um conjunto de novos produtos, estabelecidos para usos específicos, associados a um conjunto de agentes (organizações e indivíduos) atuantes, direta ou indiretamente, no mercado por meio de interações que propiciam a criação, produção e venda desses produtos. As combinações, os arranjos e rearranjos destes elementos estão em constante co-evolução provocando mudanças e transformações destes sistemas. Os sistemas setoriais de inovação e produção se baseiam no conhecimento, nas tecnologias, nos insumos e na demanda que os compõem.

A abordagem de Malerba (2002) para os sistemas setoriais de inovação e produção converge com a visão evolutiva da Teoria Evolucionista, pois percebe estes sistemas como dinâmicos e em constante mutação em virtude de fatores internos e externos às organizações. As relações intra e inter-organizacionais são fundamentais nesse processo de aprendizado contínuo e geração de conhecimento.

Na perspectiva da formulação e implementação de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas setoriais inovativos e de produção, faz-se necessária a compreensão das suas dinâmicas e dos seus atores. No Brasil, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), através da PINTEC⁴, analisa o grau de inovação das empresas nacionais a partir de indicadores das atividades de inovação. Na última PINTEC publicada (IBGE, 2014), 90% das empresas brasileiras inovadoras identificadas na pesquisa são da indústria. No escopo de setores de serviços, a pesquisa se limita aos de: edição e gravação e edição de música, telecomunicações, atividades dos serviços de tecnologia da informação, desenvolvimento de software sob encomenda, desenvolvimento de software customizável, desenvolvimento de software não customizável, outros serviços de tecnologia da informação,

⁴ Pesquisa de Inovação: pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com o objetivo de fornecer informações para a construção de indicadores das atividades de inovação das empresas brasileiras.



26 a 29 de maio de 2015

tratamento de dados, hospedagem na Internet e outras atividades relacionadas, serviços de arquitetura e engenharia, testes e análises técnicas e pesquisa e desenvolvimento científico.

O modelo de inovação das empresas, constatado a partir dessa pesquisa, se baseia principalmente no acesso ao conhecimento tecnológico através da compra de máquinas e equipamentos, atividade considerada de importância alta ou média para 73,5% das empresas inovadoras, seguido de atividades como treinamento (59,5%) e compra de software, considerada de média ou alta relevância para 33,2% das empresas.

Aprendizagem e conhecimento são, portanto, elementos fundamentais para a mudança do sistema econômico e são influenciadas por elementos intrínsecos e extrínsecos às organizações, que atuam de modo heterogêneo em função das suas especificidades. A dimensão geográfica também merece atenção especial (MALERBA, 2002) quando analisamos sistemas setoriais de inovação e de produção que, em muitos casos, são altamente localizados, como é o caso do Vale do Sicílio.

Enfim, a análise e diagnóstico de sistemas setoriais de inovação e de produção permitem a formulação e implementação de políticas públicas que atuem sobre os seus gargalos e defasagens, ajudando-os a superar ciclos viciosos que bloqueiem o seu desenvolvimento.

As indústrias criativas e seu crescimento desigual nas economias do mundo

As indústrias criativas são definidas pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento, a UNCTAD, como “os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como principais insumos”. Elas compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais ou artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico. Apesar da crise financeira mundial ter provocado queda drástica de 12% no comércio internacional em 2008, entre 2002 e 2011, as exportações de bens e serviços criativos aumentaram, anualmente, em torno de 12,1% nos países em desenvolvimento, chegando a US\$ 227 bilhões em 2011 (UNCTAD, 2013), destacando-se como um dos setores mais dinâmicos do comércio internacional. Ainda assim, apesar do efetivo potencial de crescimento das indústrias criativas, alguns obstáculos têm surgido impedindo sua expansão: a baixa disponibilidade de recursos financeiros para o financiamento de negócios, o investimento insatisfatório em capacitação dos agentes atuantes nas cadeias produtivas, além da pouca infraestrutura, especialmente, no que se refere à distribuição e difusão dos seus bens e serviços.



26 a 29 de maio de 2015

Em 2008, a UNCTAD lançou o primeiro Relatório Mundial sobre Economia Criativa – *Creative Economy Report 2008*, num esforço de aprofundar o conceito e de compilar informações e dados sobre essa economia dentro de uma perspectiva mundial. Este Relatório foi um marco no reconhecimento da relevância estratégica da economia criativa como vetor de desenvolvimento, demonstrando, no entanto, especialmente a força das indústrias criativas com uma média de 10% de crescimento anual (UNCTAD, 2008). Essa mensuração, contudo, é fruto da compilação de dados produzidos pelos diversos países, sem a presença de uma cesta de indicadores e de um tratamento estatístico comum, o que fragiliza os resultados aferidos. Vale ainda ressaltar que as metodologias quantitativas, em sua grande parte, somente capturam ou mensuram a produção de riqueza das indústrias, ignorando a participação dos micro e pequenos empreendedores, assim como a informalidade em que estão mergulhadas milhões de pessoas em todo o planeta.

Ao longo das últimas décadas, as dinâmicas econômicas dos bens e serviços culturais e criativos vêm demonstrando sua força, seja em países desenvolvidos ou em desenvolvimento. Nos países ricos, a temática das chamadas “indústrias criativas” vem sendo festejada e acolhida como uma etapa mais sofisticada do sistema capitalista, baseado essencialmente na proteção dos direitos do autor/criador (*copyright*). Essas “indústrias” vêm sendo valorizadas pela sua performance econômica, embora não venham demonstrando capacidade de produzir inclusão social e produtiva.

De qualquer modo, os setores chamados criativos (audiovisual, literatura, música, artes visuais, artes cênicas, moda, design, arquitetura, publicidade, artesanato, gastronomia, festas, games, entre outros) na sua dimensão “industrial”, passam a se tornar cada vez mais importantes na constituição do Produto Interno Bruto (PIB) dos países, crescendo mesmo em situações de crise. A sempre crescente participação das indústrias criativas no PIB dos países passa também a ser percebida pelos Governos, que começam a formular políticas para as mesmas. Assim, a dimensão simbólica torna-se cada vez mais estratégica para os países, especialmente no que concerne à exportação de seus bens e serviços, constituindo a essência da chamada “marca-país”. Não se trata somente de se exportar produtos “*made in*”, mas cada vez mais acrescentar ao seu cardápio exportador produtos “*created in*”.

Em um mundo onde a exportação de *commodities* perde gradativamente sua importância frente a exportação de bens e serviços de alto valor agregado, estudos e pesquisas constatarem a evolução da performance dos setores criativos. Esses estudos anunciam a transformação do



26 a 29 de maio de 2015

trabalho, a ampliação do setor de serviços e a necessidade da constituição de fundos específicos para o financiamento dos setores criativos. É o que se constata abaixo:

- Nos EUA, o desemprego cresceu em todas as categorias, mas os trabalhadores dos setores criativos foram os que menos perderam emprego e renda nos anos anteriores e posteriores à crise econômica de 2008. Nos setores que empregam mão-de-obra braçal e não-especializada o desemprego subiu de 5% para 9,3%, o dobro da classe criativa. (DONALD ET AL, 2012)
- Segundo estudo recente de pesquisadores da Universidade de Valência, um aumento de 1% na proporção de postos de trabalho nos serviços criativos incrementa entre 1.000 e 1.600 euros o PIB per capita. (KÖSTER e SANCHIS, 2012)
- O Programa “Europa Criativa” investirá €1,8 bilhão (2014-2020) para ampliar a competitividade dos empreendimentos criativos europeus e reforçar suas ligações com os segmentos industriais tradicionais. (COMISSÃO EUROPEIA, 2012)

Mas, a expansão das indústrias culturais e criativas não beneficia equitativamente a todos os países nem regiões. Ela gera desigualdades econômicas, contribuindo para a manutenção de desequilíbrios históricos no acesso à comunicação, à informação e ao entretenimento, provocando o declínio da diversidade cultural. Assim, a exportação dos produtos das indústrias culturais (músicas, telenovelas, filmes), que se dá através da indústria transnacional (escritores argentinos, colombianos e chilenos que publicam livros através de editoras de Madri ou Barcelona, de africanos que gravam CDs em Paris), é fruto da “desterritorialização” da cultura. Vale ainda ressaltar um dos maiores paradoxos do consumo cultural mundial: enquanto alguns produtos culturais vendem aos milhões, fecham-se teatros, cinemas, livrarias, bibliotecas e centros culturais em todos os continentes.

A África, por exemplo, não consegue se converter numa economia mundial de escala, com capacidade exportadora. Ao mesmo tempo, a hegemonia das indústrias proprietárias de redes de telecomunicações, editoras ou dos canais de televisão nem sempre têm compromisso com processos educacionais, contribuindo para a alienação dos indivíduos e a ampliação do consumo de produtos culturais de baixa qualidade. Diante deste quadro, impossível não constatar o fracasso do modelo economicista de desenvolvimento, fundamentado unicamente na acumulação da riqueza e do crescimento do Produto Interno Bruto. Esse modelo somente reforçou o abismo entre ricos e pobres, especialmente, nos países do Cone Sul.



26 a 29 de maio de 2015

Ao definir desenvolvimento como “o processo de expansão das liberdades reais que as pessoas desfrutam”, Amartya Sen (2000) consegue ampliar os princípios e valores que fundamentam os significados de desenvolvimento. Essa análise se apresenta logo na abertura do seu “Desenvolvimento como Liberdade”, quando Sen critica as métricas exclusivamente fechadas em indicadores econômicos, típicas das abordagens convencionais do desenvolvimento:

O enfoque nas liberdades humanas contrasta com visões mais restritas de desenvolvimento, como as que identificam desenvolvimento com crescimento do Produto Nacional Bruto, aumento de rendas pessoais, industrialização, avanço tecnológico ou modernização social. O crescimento do PNB ou das rendas individuais obviamente pode ser muito importante como um meio de expandir as liberdades desfrutadas pelos membros da sociedade. Mas as liberdades dependem também de outros determinantes, como as disposições sociais e econômicas e os direitos civis (SEN, 2000, p.47).

O economista, ex-ministro da Cultura do Brasil, Celso Furtado, também foi um timoneiro sensível e sensato nesta grande viagem em busca de um desenvolvimento mais justo para os países do Cone Sul. Durante décadas na Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe - CEPAL (antes mesmo da criação dos conceito de indústrias criativas!) ele lutou por um modelo desconcentrador, onde a diversidade cultural pudesse ser tratada como um insumo estratégico para estes países. Por isso, foi um crítico inclemente das sociedades capitalistas e “de sua forma sofisticada de controle da criatividade e de manipulação da informação”. O que afligia Furtado era a consciência de que “a estabilidade das estruturas sociais não igualitárias estaria diretamente relacionada ao controle por grupos privados dos bens de produção da criatividade artística, científica e tecnológica e do fluxo de informações que brota dessa criatividade.” Grande defensor da inovação, o economista acentuava, no entanto, a necessidade de que o progresso tecnológico caminhasse paripasso com o acesso desses produtos às camadas mais amplas da sociedade brasileira.

Ora, os dois economistas já alertavam em meados do século passado, do risco da implantação de modelos tayloristas de desenvolvimento em países do Cone Sul. E esse risco já era percebido, tanto nas economias tradicionais quanto nas indústrias criativas que passaram a dominar a segunda metade do século 20. Por isso, é necessário prudência, no que se refere à simples “comemoração” do crescimento das indústrias criativas e dos bens intangíveis no mundo, e não se perder de vista as dinâmicas econômicas dos grandes conglomerados que transformam países em exportadores, e outros em consumidores passivos de bens e serviços estrangeiros. Dados econômicos demonstram a natureza concentradora das indústrias criativas.



26 a 29 de maio de 2015

De 1980 a 1998, segundo a UNESCO, o volume de recursos no comércio internacional desses segmentos cresceu de US\$ 95,3 bilhões para US\$ 387,9 bilhões. Em 1996, os produtos das indústrias criativas tornaram-se o maior produto da pauta de exportações dos EUA, ultrapassando todas as demais indústrias tradicionais: automobilística, agricultura, aeroespacial e de defesa. Considerando-se o ranking dos países exportadores de bens criativos tomando como referência sua participação no mercado em 2008 (UNCTAD, 2010), a China se destaca em primeiro lugar, seguida dos Estados Unidos e da Alemanha. O Brasil figura em 35º lugar, muito aquém do seu potencial e da diversidade cultural.

Analisando-se a evolução das exportações mundiais de bens criativos no período entre 2002 e 2010 (UNCTAD, 2010), percebe-se um crescimento sustentável das indústrias criativas, com uma pequena queda causada pela crise financeira mundial de 2009, o que justifica o investimento em políticas governamentais de vários países para esses setores.

Dentre os maiores mercados dos setores criativos, os de entretenimento e mídia tem se destacado. Nos Estados Unidos, por exemplo, esses mercados são considerados estratégicos e tem recebido elevados investimentos no decorrer das últimas décadas. Por isso, para esse país, o *copyright* tem especial importância, diferentemente dos países onde a produção de bens pode ser comunitária (especialmente a que se refere às culturas tradicionais, como é o caso do artesanato, ou mesmo da cultura digital, através do acesso aos softwares livres e às licenças *Creative Commons*).

Projeções estatísticas apontam que o mercado de entretenimento e mídia brasileiros, incluindo publicação de revistas, jornais, internet e televisão, atingirá um faturamento de US\$ 71 bilhões em 2017, com uma taxa de crescimento médio anual de 10,8% para os próximos 5 anos (PRICEWATERHOUSECOOPERS, 2014).

No Brasil, ainda é incipiente a produção de dados relativos à economia criativa. A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN, em 2008, realizou um estudo pioneiro denominado “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”⁵ num primeiro exercício de projeção de dados econômicos, realizado a partir de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE e de dados extraídos da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS (Ministério do Trabalho e Emprego). Em 2012, foi publicado um suplemento de atualização dessa pesquisa tomando como base dados de 2011.

A partir de dados da FIRJAN e da UNCTAD, com base nos dados do PIB (2011) informados pelo Banco Mundial, pode se verificar o percentual de contribuição do PIB dos

⁵ <http://www.firjan.org.br/economicriativa/pages/default.aspx>



26 a 29 de maio de 2015

setores criativos para a formação do PIB total de diversos países, incluindo o Brasil. É interessante verificar, que mesmo sem uma produção de dados precisos sobre o Brasil, o país já figura na quinta posição no ranqueamento apresentado, depois de Estados Unidos, Reino Unido, França e Alemanha.

A economia criativa brasileira: desafios para o desenvolvimento de sistemas de inovação e produção de setores criativos

São cinco os principais desafios que precisam ser enfrentados no sentido de fortalecer os sistemas de inovação e produção dos setores criativos brasileiros (BRASIL, 2011):

1. O primeiro grande desafio para a estruturação e o desenvolvimento de sistemas de inovação e produção dos setores criativos brasileiros passa pela ausência de informações, dados e de análises produzidos e sistematizados. Conforme pôde ser visto anteriormente a PINTEC (IBGE, 2014) ainda é tímida quando se trata do setores de serviços, destacando-se apenas a aferição das atividades inovativas relacionadas às edição e gravação e edição de música. É preciso levantar, sistematizar e monitorar informações e dados sobre a Economia Criativa para a formulação de políticas públicas ajustadas às realidades locais e regionais do país.
2. O segundo desafio refere-se à necessidade de ampliação do fomento à sustentabilidade de empreendimentos dos setores criativos, fortalecendo a sua competitividade e a geração de trabalho e renda. A economia criativa brasileira é baseada, em grande parte, numa economia informal, em virtude do baixo grau de institucionalidade dos negócios e da baixa oferta de linhas de crédito adequadas à realidade desses setores.
3. O terceiro desafio associa-se diretamente à oferta de formação inadequada para o preparo de gestores e profissionais atuantes nos setores criativos. Competências técnicas, culturais e de gestão precisam ser desenvolvidas de modo integrado à percepção das dinâmicas econômicas destes setores. O elo frágil do ciclo econômico desses setores se localiza na etapa de difusão, comercialização e distribuição.
4. O quarto desafio relaciona-se com a baixa insitucionalidade de políticas públicas de economia criativa efetivas no país, tanto no âmbito federal quanto estadual e municipal. O desenvolvimento local e regional dos territórios exige uma concertação entre organizações públicas, empresas e instituições representantes da sociedade civil, com modelos de governanças democráticos e eficientes.



26 a 29 de maio de 2015

5. O quinto e último desafio está relacionado com a ausência ou inadequação de marcos legais e infralegais necessários para o fortalecimento dos setores criativos, seja em aspectos associados ao direito trabalhista, tributário, administrativo,

Estes desafios são estruturantes no processo de amadurecimento e evolução dos setores criativos brasileiros que, numa perspectiva territorial, podem e devem ser potencializados a partir do investimento em sistemas de inovação e produção locais ou arranjos produtivos locais inovadores.

Cadeias produtivas e sistemas setoriais de inovação e produção: o exemplo da indústria fonográfica

A indústria fonográfica brasileira corresponde a um caso emblemático de inovação de processos e de produtos, gerados a partir das mudanças ocasionadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação (TIC). A cadeia produtiva da música foi profundamente impactada pela tecnologia da informação posto que a música, a partir da tecnologia do mp3, passou a ser produzida e difundida a partir e através de softwares e equipamentos de tecnologia digital.

Diante dessa nova realidade, os grandes selos e as grande gravadoras foram perdendo gradativamente espaço para micro e pequenos produtores independentes que vem se organizando através de redes de produção, compartilhamento de conteúdos, difusão e comercialização.

Analisando-se a cadeia produtiva do mercado musical na FIG. 7 a seguir, pode-se verificar o conjunto de atores públicos e privados, institucionais e empresariais, envolvidos nas etapas de pré-produção, passando pela produção, distribuição, comercialização e consumo.



26 a 29 de maio de 2015

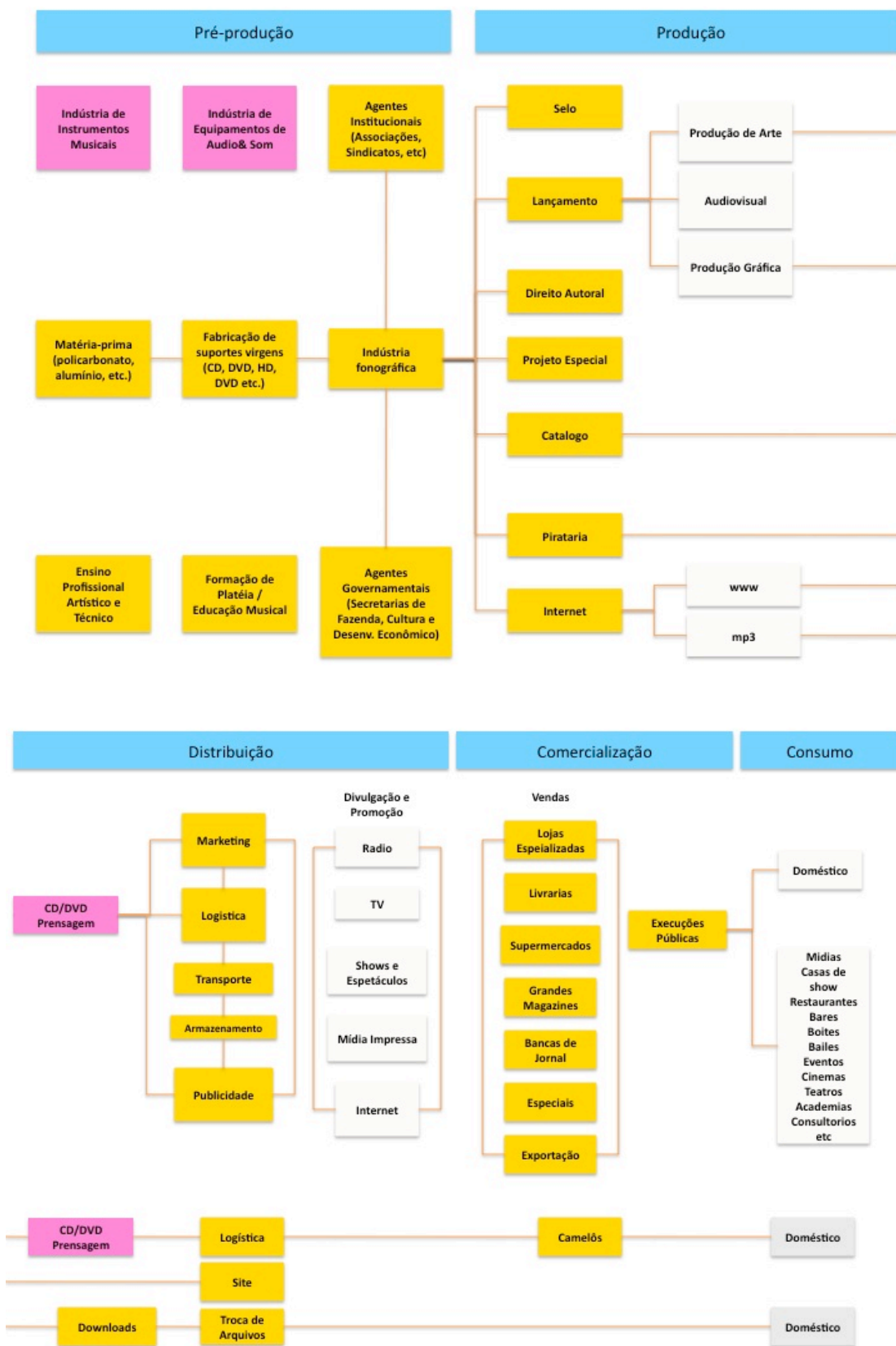


Figura 7: Cadeia produtiva do mercado musical (continuação)

Fonte: PRESTES FILHO, Luiz Carlos (coord.). Cadeia produtiva da economia da musica. São Paulo: Itaú Cultural. 2005. P.30 e 31.



26 a 29 de maio de 2015

O sistema musical de inovação e produção se estabelece tanto em formatos físicos (como arte de espetáculo) quanto através de suportes digitais. É importante observar como esse sistema setorial se relacionam com cadeias produtivas de outros setores, criativos ou tradicionais, fundamentais ao seu funcionamento. Desta forma, constata-se a presença do audiovisual, do design, da indústria de conteúdos digitais, do comércio etc. O relacionamento ou a integração entre setores criativos é muito comum e potencializam o seu desenvolvimento e gerando processos de inovação geradores de novos produtos.

CONCLUSÃO

O Brasil, profundamente rico na sua diversidade cultural, necessita reconhecer o potencial da cultura como vetor de desenvolvimento, através de uma política conseqüente que potencialize a economia dos setores culturais e criativos, através de uma ação integradora que promova o fortalecimento de sistemas de inovação e produção. Ainda que incipientes, políticas públicas voltadas para esse campo começam a ser implementadas e estudos demonstram o quão significativo é o impacto dessa economia para um desenvolvimento incluyente. As dimensões continentais do Brasil exigem a construção de políticas de fomento intersetoriais na perspectiva do desenvolvimento local e regional, por meio da articulação de sistemas de governança que integrem os diferentes atores atuantes nos territórios.

Para isso, estratégias simultâneas de enfrentamento dos desafios da economia criativa brasileira precisam ser implementadas tanto no âmbito nacional quanto sub-nacional. A concertação de políticas públicas dentro de um pacto federativo evitará redundâncias e equívocos quanto às prioridades a serem estabelecidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014, Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

COMISSÃO EUROPEIA. Europa Criativa - Um novo programa-quadro para os sectores culturais criativos (2014-2020). Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0786&from=EN>. Acesso em: junho de 2012.

DONALD, Betsie; GERTLER, Meric S.; TYLER, Peter. *Creatives after the crash*. *Cambridge J Regions Econ Soc* (2013) 6 (1): 3-21, 2012.

FREEMAN, Chris. *A Schumpeterian Renaissance?* Paper No. 102. A chapter in “*The Elgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics*”, edited by Horst Hanusch and Andreas Pyka, to be published by Edward Elgar in 2004

VI Seminário Internacional de Políticas Culturais

Fundação Casa de Rui Barbosa – Rio de Janeiro – Brasil



26 a 29 de maio de 2015

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa de Inovação 2011**. Disponível em: <http://www.pintec.ibge.gov.br/downloads/pintec2011%20publicacao%20completa.pdf>. Acesso em: junho de 2014.

KÖSTER, Pau Rausell e SANCHIS, Raúl Abeledo. *La cultura como factor de innovación económica y social*. Conferencia Final de Sustenuto. Universitat de Valencia, 2012.

MALERBA, Franco. *Sectoral systems of innovation and production*. Research Policy 31 (2002) 247–264

NELSON, Richard R. *Economic Development From the Perspective of Evolutionary Economic Theory*. SLPTMD Working Paper Series No. 001. University of Oxford, 2004.

SARAVIA, Enrique. **Redes, Organizações em Rede, Organizações Virtuais: as Novas Configurações Organizacionais**. In: Publicado em Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, vol.1, n.1, Lisboa, abr./jun.2002.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO NO BRASIL. **Creative Economy Report 2013 - Special Edition: widening local development pathways**, 2013. Disponível em: academy.ssc.undp.org. Acesso em: dezembro de 2013.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT - UNCTAD. **Creative Economy Report 2008**. Disponível em: http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf. Acesso em: set. 2009.

_____. **Relatório de Economia Criativa 2010**. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/relatorio-mundial-sobre-economia-criativa-em-portugues-ja-esta-disponivel-para-consulta-e-download/>. Acesso em: set. 2013.

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PEREIRA, Adriano José e DATHEIN, Ricardo. **Sistema Nacional de Inovações e comportamento inovativo das grandes empresas nacionais e estrangeiras da indústria de transformação brasileira**. Disponível em: <http://www.pucrs.br/eventos/encontroeconomia/download/mesas/SistemaNacionalDeInovacoesEComportamentoInovativo.pdf>. Acesso em: julho de 2014.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos (coord.). **Cadeia produtiva da economia da musica**. São Paulo: Itaú Cultural, 2005.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. **14o Global entertainment and media Outlook**. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/assets/press-release/release-14th-global-entertainment-media-outlook-2013-2017-06-13.pdf>. Acesso em: julho de 2014.