PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
ESCOLA DE ARQUITETURA E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO URBANA

SCHIRLEI MARI FREDER

ECONOMIA CRIATIVA: ESTRUTURAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE MULTINÍVEIS PARA AS CIDADES DE CURITIBA E PORTO ALEGRE

Curitiba
2015

TERMO DE APROVAÇÃO

“ECONOMIA CRIATIVA: ESTRUTURAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE MULTINÍVEIS PARA AS CIDADES DE CURITIBA E PORTO ALEGRE”

Por

SCHIRLEI MARI FREDER

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana, área de concentração em Gestão Urbana, da Escola de Arquitetura e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Prof. Dr. Carlos Hardt
Coordenador do Programa – PUCPR

Prof. Dr. Mario Procopiuck
Orientador – PPGTU/PUCPR

Prof. Dr. Denis Alcides Rezende
Membro Interno – PPGTU/PUCPR

Prof. Dr. Fernando Antonio Prado Gimenez
Membro Externo – UFPR

Curitiba, 11 de fevereiro de 2015.

Dados da Catalogação na Publicação
Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR
Biblioteca Central

F 856e
2015

Freder, Schirlei Mari
Economia criativa : estruturação de políticas públicas de multiníveis para as cidades de Curitiba e Porto Alegre / Schirlei Mari Freder ; orientador, Mario Procopiuck. – 2015.
184 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2015
Bibliografia: p. 160-167

1. Política urbana. 2. Política cultural.3. Política pública. 4. Planejamento urbano. I. Procopiuck, Mario. II. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana. III. Título.

CDD 20. ed. – 711.4

SCHIRLEI MARI FREDER

ECONOMIA CRIATIVA: ESTRUTURAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE MULTINÍVEIS PARA AS CIDADES DE CURITIBA E PORTO ALEGRE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Gestão Urbana – PPGTU, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, na linha de pesquisa de Políticas Públicas. Orientador: Prof. Dr. Mario Procopiuck.

Curitiba
2015

AGRADECIMENTOS

“Quando não há nenhum vento, reme”. (Provérbio polonês)

Gratidão a Deus pelo dom da vida; aos meus pais Remy e Lucia, guardiões da vida; e aos meus avós Felicia, Tadeu, Regina e Carlos (*in memorian*) por todo legado deixado.

Gratidão ao meu marido Vinicius e ao meu filho Tiago por compreenderem as ausências e por estarem comigo em todos os momentos desta trajetória.

Gratidão ao meu orientador Prof. Dr. Adm. Mario Procopiuck pela disponibilidade, dedicação e paciência ao longo de todo o processo.

Gratidão aos professores das bancas de qualificação e de defesa, por todos os apontamentos feitos, Carlos Alberto Cioce Sampaio, Fernando Gimenez e Denis Alcides Rezende.

Gratidão aos professores e colegas do Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana da PUCPR, por todo conhecimento compartilhado.

Também preciso reconhecer o apoio incondicional que tive de várias outras pessoas e mesmo com o risco de esquecer alguém, ousarei citá-los: meus irmãos Patricia, Marcos e Marcio; meus sogros Marlene e Amarante; meus cunhados e cunhadas Mauricio, Magda, Lucas, Dener, e Flavia; aos sobrinhos Júlia, Stephany, Nicole, Sofia, Enzo e Grazielly; à disponibilidade e presteza de meus entrevistados; aos amigos: Alexandre Hojda, Amanda Sawaya Novak, Ana Paula Johann, Beatris Kemper Fernandes, Daniele Farfus, Dyala Assef Sehli, Eduardo Araújo, Evelise Zampier da Silva, Fábio Tadeu Araujo, Giselle Dziura, Iraci Socoloski, Lis Gracieli Alberti, Luciano Planca, Luiz Antonio Gouveia Oliveira, Manon Garcia, Marek Makowski, Maristela e Marcio Gusso, Meg Mamede, Neliffer Salvatierra, Raquel de Barros Gaidex, Raquel Panke Apolo, Rebecca Giese, Sandra Maria Scheffer e tantos outros que de algum modo colaboraram para que a pesquisa fosse realizada.

ECONOMIA CRIATIVA: ESTRUTURAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE MULTINÍVEIS PARA AS CIDADES DE CURITIBA E PORTO ALEGRE

RESUMO

A economia criativa é um tema emergente que tem ocupado a pauta de diversos governos e organizações nacionais e internacionais nos últimos dez anos. Em alguns países, o desenvolvimento de ações sob essa perspectiva, especialmente na área vinculada à tecnologia e à inovação, tem se sobressaído como importante estratégia de recuperação econômica por meio da criação de valor a partir da agregação de atributos intangíveis a bens e serviços, como é, por exemplo, o caso do Reino Unido. Na Austrália, desde a década de 1990 procurou-se, por meio da economia criativa, associar cultura e tecnologias como estratégia de inserção econômica internacional, via desenvolvimento de aplicativos e jogos eletrônicos. Outros países, como Brasil, adotam estratégias mais direcionadas para fortalecimento do campo da cultura. O objetivo da presente dissertação foi compreender como estão estruturadas as políticas públicas de fomento à economia criativa no âmbito federal, estadual e municipal brasileiro para desenvolvimento da perspectiva das cidades criativas em Curitiba e Porto Alegre. A abordagem metodológica pautou-se nos fundamentos de governança multinível, da *policy analysis* e no modelo chamado *multiple streams.* A conclusão foi de que as instituições envolvidas em políticas públicas de fomento à economia criativa, como meio de fortalecimento dos pressupostos necessários para desenvolvimento de cidades criativas, estão adotando diferentes estratégias e programas. As duas cidades, com maior avanço em favor de Porto Alegre em termos de concretização de ações, estão ainda em estágio inicial em termos de institucionalização, mas contam com atores públicos, privados e da sociedade civil envolvidos nos múltiplos níveis e com capacidade de influenciar diretamente nos processos decisórios para a viabilização política. São arranjos institucionais vinculados a fluxos técnicos e políticos interdependentes nos âmbitos municipal, federal e estadual, como objetivamente apontado no modelo metodológico *multiple strems*.

Palavras-chave: Cidades criativas, governança multinível, *policy analysis, multiple streams,* economia criativa.

CREATIVE ECONOMY: MULTILEVEL PUBLIC POLICIES STRUCTURATION FOR THE CITIES OF CURITIBA AND PORTO ALEGRE

ABSTRACT

Creative economy is an emerging theme that has occupied the agenda of various Governments and national and international organizations in the last ten years. In some countries, the development of actions under this perspective, especially in the area tied to technology and innovation, has excelled as an important economic recovery strategy through the creation of value through the aggregation of intangible attributes of goods and services, as it is, for example, the case of the United Kingdom. In Australia, since the nineties one sought, through the creative economy, to associate culture and technologies such as international economic integration strategy via development of applications and electronic games. Other countries, like Brazil, adopt strategies more directed to strengthening the field of culture. The goal of this dissertation was to understand how public policies are structured to encourage creative economy within federal, State and municipal levels in Brazil to develop the perspective of creative cities in Curitiba and Porto Alegre. The methodological approach was based on the fundamentals of multilevel governance, from policy analysis to the model called multiple streams. The conclusion was that the institutions involved in public policies to promote the creative economy as a means of strengthening the necessary presuppositions for developing creative cities, are adopting different strategies and programs. The two cities, with greater advance in favor of Porto Alegre in terms of implementation of actions, are still in early stages in terms of institutionalization, but both rely on public and private actors as well as the civil society involved in multiple levels and with ability to directly influence in the decision-making processes for political viability. They are institutional arrangements linked to technical streams and interdependent politicians in municipal, State and federal levels, as objectively pointed out in the methodological model of multiple streams.

Keywords: creative cities, multilevel governance, policy analysis, multiple streams, creative economy.

Sumário

INTRODUÇÃO 15
CAPÍTULO I – FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS 19
1. RELAÇÕES ECONÔMICAS E DESENVOLVIMENTO 19
1.1. Transformações econômicas e de estratégias de desenvolvimento 21
1.2. Estratégias de desenvolvimento pautadas na nova economia 22
1.3. Concepção e condução de novas políticas de desenvolvimento sustentável 24
1.4. O desenvolvimento endógeno: cidades e pessoas 28
2. ECONOMIA CRIATIVA 30
2.1. Arte e cultura como possíveis ativos econômicos 31
2.2. Origens e pressupostos da economia criativa 36
2.3. Tentativas de mensurar e resultados da economia criativa 39
2.4. A indústria criativa 47
3. CAMPO CULTURAL E A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL 55
3.1. Evolução do campo da cultura no Brasil 55
3.2. Institucionalização da política pública da cultura no Brasil 58
3.3. Economia criativa e política cultural no Brasil 60
4. ECONOMIA CRIATIVA E A CIDADE CRIATIVA NA GESTÃO URBANA 63
4.1. Cidades e espaços criativos 63
4.2. Dinamização da vida urbana a partir da economia criativa 66
4.3. Estratégias de desenvolvimento da cidade a partir da economia criativa 67
CAPÍTULO II - ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA 69
1. GOVERNANÇA MULTINÍVEL EM POLÍTICAS PÚBLICAS 69
1.1. *Policy Analysis* e complexidade de arranjos de governança 71
1.2. Modelo *multiple streams* para mapeamento de política pública 72
1.3. *Estratégia de pesquisa, corpus* de análise e delimitação do estudo 75
1.4. Fases, estratégias e materiais de pesquisa 76
1.4.1. Levantamento documental sobre o contexto nacional, estadual e local 77
1.4.2. Realização de entrevistas sobre os contextos estadual e local 78
CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS 81
1. FOMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA NO ÂMBITO FEDERAL 81
1.1. Origem da discussão e formação da agenda brasileira 81
1.2. Institucionalização da economia criativa como política pública federal 84

1.3. O modelo federal de fomento à economia criativa 88
1.4. Processo de implantação da política pública 91
1.5. Repercussão do processo implementação da política pública 93
1.6. Perspectivas da política federal de fomento à economia criativa 96
2. ECONOMIA CRIATIVA NO PARANÁ E EM CURITIBA 99
2.1. Origem da discussão e formação da agenda no Estado do Paraná 99
2.2. Institucionalização da economia criativa como política pública estadual 102
2.3. Tendências e perspectivas da economia criativa no Paraná 105
2.4. Origem da discussão e formação da agenda em Curitiba 106
2.5. Institucionalização da economia criativa como política pública municipal 107
2.6. Tendências e perspectivas da economia criativa em Curitiba 109
3. ECONOMIA CRIATIVA NO RIO GRANDE DO SUL E EM PORTO ALEGRE 114
3.1. Origem da discussão e formação da agenda 114
3.2. Institucionalização da economia criativa como política pública estadual 118
3.3. Tendências e perspectivas da economia criativa no Rio Grande do Sul 122
3.4. Origem da discussão e formação da agenda em Porto Alegre 125
3.5. Institucionalização da economia criativa como política pública municipal 128
3.6. Tendências e perspectivas da economia criativa em Porto Alegre 129
4. RELAÇÕES MULTINÍVEL PARA FOMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA 132
4.1. Visão dos entrevistados sobre a economia criativa 138
4.2. Visão dos entrevistados sobre relações federativas multiníveis 139
4.3. Visão dos entrevistados acerca de Cidades Criativas 145
CONCLUSÃO 148
a) Resgate dos objetivos da pesquisa 153
b) Contribuições da pesquisa 158
c) Limitações da Pesquisa 160
d) Contribuições do estudo para a gestão urbana 160
e) Oportunidades para novos estudos 161
REFERÊNCIAS 162
APÊNDICE I - LISTA DOS ENTREVISTADOS 170
APÊNDICE II - QUADROS-RESUMOS DAS ENTREVISTAS 171
APÊNDICE III - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS 185

Lista de siglas

ACRI - Assessoria de Cooperação e Relações Internacionais
ADJDRS - Associação de Desenvolvedores de Jogos Digitais do Rio Grande do Sul
AGDI - Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção da Inovação
ARP - Associação Riograndense de Publicidade
ASGADAN - Associação Gaúcha de Dança
CBO - Classificação Brasileira de Ocupações.
CETI - Conselho das Entidades de TI do Rio Grande do Sul
CMPA - Câmara Municipal de Porto Alegre
CNAE - Classificação Nacional das Atividades Econômicas
CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas
COMCET - Conselho Municipal de Ciência e Tecnologia
COREDE - Conselho Regional de Desenvolvimento
CRA/RS - Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul
CRL - Câmara Riograndense do Livro
DCMS - *Department for Culture, Media and Sport*
ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing
FCC - Fundação Cultural de Curitiba
FECOMÉRCIO/PR - Federação do Comércio do Estado do Paraná
FECOMÉRCIO/RS - Federação do Comércio de Bens e Serviços do Estado do Rio Grande do Sul
FEDERASUL - Federação das Assoc. Comerciais e Serviços do Rio Grande do Sul
FEE - Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser
FIERGS - Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul
FIRJAN - Federação das Indústrias do Rio do Rio de Janeiro
FUNDACINE - Fundação do Cinema do RS
FUNDAP - Fundação do Desenvolvimento Administrativo
GCS - Gabinete de Comunicação Social
GVP - Gabinete do Vice – Prefeito
IAB - Instituto dos Arquitetos do Brasil
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IECINE - Instituto Estadual de Cinema
INOVAPOA - Gabinete de Inovação e Tecnologia

IPA - Rede Metodista de Educação do Sul

MINC - Ministério da Cultura

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

NEC - Núcleo de Economia Criativa

ONU- Organizações das Nações Unidas

PBC - Plano Brasil Criativo

PIB - Produto Interno Bruto

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

PNC - Plano Nacional de Cultura

PUCRS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

SATED - Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversão

SCIT - Secretaria de Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico

SDPI - Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEC - Secretaria da Economia Criativa.

SECOM - Secretaria de Comunicação

SEDAC - Secretaria da Cultura

SEEC - Secretaria de Estado da Cultura

SESAMPE - Secretaria da Economia Solidária e Apoio à Micro e Pequena Empresa

SESI - Serviço Social da Indústria

SETU - Secretaria de Estado do Turismo

SETUR - Secretaria de Turismo

SMC - Secretaria Municipal de Cultura

SMF - Secretaria Municipal da Fazenda

SMGL - Secretaria Municipal de Governança Local

SMIC - Secretaria Municipal da Indústria e Comércio

SMJ - Secretaria Municipal da Juventude

SMTE - Secretaria Municipal do Trabalho e Emprego

SMTUR - Secretaria Municipal de Turismo

SMURB - Secretaria Municipal de Urbanismo

SNC - Sistema Nacional de Cultura

SNIIC - Sistema Nacional de Informação e Indicadores Culturais

SPC - Secretaria de Políticas Culturais

SUS - Único de Saúde

TICs - Tecnologias de Informação e Comunicação

UFPR - Universidade Federal do Paraná

UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UNCTAD - *United Nations Conference on Trade and Development*

UNIRITTER - *Laureati International Universities*

UNISINOS - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

URBSNOVA - Agência de Inovação Social

LISTA DE TABELAS, FIGURAS E QUADROS

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Atividades líderes dos empregos formais da indústria criativa brasileira .43
Tabela 2 - Participação da Cadeia Criativa no PIB 43
Tabela 3 - PIB do núcleo criativo e PIB dos países selecionados.....46

Índice de Figuras

Figura 1 - Etapas do processo de desenvolvimento endógeno.....29
Figura 2 - Categoria de artes e do entretenimento.....34
Figura 3 - Efeito das artes no turismo.....36
Figura 4 - Cadeia da Indústria Criativa no Brasil 41
Figura 5 - Empregos criativos em atividades relacionadas e de apoio.....42
Figura 6 - Cadeia da Indústria Criativa no Brasil 45
Figura 7 - Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas.....47
Figura 8 - Volume de exportação de bens e serviços criativos 51
Figura 9 - Discussão mundial na internet sobre indústrias criativas.....54
Figura 10 - Histórico do campo da cultura no Brasil.....56
Figura 11 - Histórico da implementação do Plano Nacional de Cultura.....59
Figura 12 - Estrutura de arranjo de governança multinível.....70
Figura 13 - Fluxos para formação da agenda no modelo *Multiple streams*.....73
Figura 14 - Vetores de atuação da SEC.....87
Figura 15 - Escopo dos setores criativos do MinC 90
Figura 16 - Mapeamento de discussões sobre cidades criativas 93
Figura 17 - Mapeamento de discussões sobre economia criativa.....94
Figura 18 - Mapeamento de discussões sobre indústrias criativas 95
Figura 19 - Empregados criativos no ranking nacional de empregos.....101
Figura 20 - Repercussão da Economia Criativa no Paraná e Curitiba 104
Figura 21 - Fluxos para implementação do Criativo Birô no Paraná 105
Figura 22 - Fluxo da formação de agenda de política pública em Curitiba.....109
Figura 23 - Empregos criativos no ranking nacional.....115
Figura 24 - Repercussão da Economia Criativa no RS e Porto Alegre 118
Figura 25 - Fluxo de formação de agenda no Rio Grande do Sul 124
Figura 26 - Fluxo de formação de agenda em Porto Alegre.....131
Figura 27 - Cotejo entre políticas estaduais de fomento à economia criativa.....134
Figura 28 - Cotejo entre políticas municipais de fomento à economia criativa.....137

Índice de Quadros

Quadro 1 - Pergunta e objetivos de pesquisa 18
Quadro 2 - Termos utilizados na classificação das artes e do entretenimento.....34
Quadro 3 - Caracterização das configurações no campo da cultura.....57
Quadro 4 - Metas para a economia criativa no Plano Nacional de Cultura 61
Quadro 5 - Definição das categorias analíticas do modelo de múltiplos fluxos.....73
Quadro 6 - Nível de influência dos atores do processo de formação da agenda 75
Quadro 7 - Corpus de análise 76
Quadro 8 - Quadro de publicações e documentação analisada.....77
Quadro 9 - Bases para mapeamento de discussões na internet.....78
Quadro 10 - Roteiro de entrevistas 79
Quadro 11 - Fontes de dados quantitativos sobre a Indústria Criativa brasileira 82
Quadro 12 - Potenciais dos setores criativos no Brasil 83
Quadro 13 - Cargos em comissão e das funções gratificadas da SEC.....85
Quadro 14 - Cargos em comissão e funções gratificadas vinculados à SEC.....87
Quadro 15 - Classificação dos setores criativos.....88
Quadro 16 - Ações implementadas pelo MINC/SEC.....91
Quadro 17 - Mapeamento das iniciativas no Paraná.....100
Quadro 18 - Fomento da economia criativa em Curitiba.....106
Quadro 19 - Iniciativas no Rio Grande do Sul e Porto Alegre 115
Quadro 20 - Atividades econômicas da indústria criativa em classificações.....116
Quadro 21 - Eventos relativos à economia criativa no Rio Grande do Sul 119
Quadro 22 - Setores da Política Industrial do Rio Grande do Sul 121
Quadro 23 - Síntese das entrevistas aplicadas a atores estaduais do RS 123
Quadro 24- Iniciativas municipais para o fomento da economia criativa.....125
Quadro 25 - Análise das entrevistas aplicadas aos atores no âmbito municipal.....130
Quadro 26 - Visão dos entrevistados sobre a economia criativa e perspectivas.....138
Quadro 27 - Síntese da visão entrevistados relações federativas multiníveis.....140
Quadro 28 - Opinião dos entrevistados sobre significado de Cidade Criativa.....146
Quadro 29 - Dados sobre entrevistas.....170
Quadro 30 - Visão entrevistados sobre a economia criativa e perspectivas 171
Quadro 31 - Visão entrevistados relações federativas multiníveis 173
Quadro 32 - Visão dos entrevistados sobre o significado de Cidade Criativa 180

INTRODUÇÃO

No campo do desenvolvimento econômico, um conjunto de atores governamentais e da sociedade civil é normalmente responsável pela manutenção de estratégias e indicadores dos países. Nesse sentido, a maioria das linhas teóricas e conceituais que abordam as perspectivas de desenvolvimento apontam que as estratégias devem estar atreladas às políticas de Estado, questões econômicas e estas, por sua vez, enraizadas em políticas de mercado, que regem a oferta e demanda. Essas estratégias, como regra, sempre tenderam a serem estabelecidas levando em conta o crescimento da indústria, vinculando segmentos da economia tradicional, desconsiderando historicamente as questões ambientais, culturais e sociais. Entretanto, essa maneira de conduzir políticas de desenvolvimento vem se alterando nas últimas décadas, contribuindo inclusive para a constituição de uma nova ordem econômica.

Nessa linha, na perspectiva da nova economia, as preocupações com os meios de fomento da economia criativa como nova base de desenvolvimento têm ocupado a pauta de diversos governos, de organizações internacionais e nacionais. As iniciativas que procuram pautar o desenvolvimento endógeno de países, regiões e localidades a partir da potencialização da dimensão intangível manifestada por meio da cultura e da tecnologia associadas à criatividade, têm sido crescentes e intensas nos últimos dez anos, embora tais iniciativas já apresentem trajetória anterior.

De maneira geral e ampla, as tentativas de conceituar a economia criativa têm compreendido a criação, a produção e a distribuição de produtos e serviços que incorporam criatividade, ativos intelectuais e o conhecimento como principais recursos produtivos. São produtos e serviços que se destacam pela criação de valor a partir de elementos intangíveis, normalmente dotados de valor simbólico. O atendimento de necessidades humanas a partir da valorização das dimensões simbólicas e intangíveis – como, por exemplo, elementos provenientes das artes e da cultura – tem como consequência prática o alívio das pressões sobre recursos naturais não renováveis; logo, em consonância com princípio de desenvolvimento sustentável.

No campo das pesquisas sobre economia criativa ainda não há pontos de consenso entre correntes teóricas e no campo das práticas ainda são bastante variadas às estratégias para a implementação de políticas públicas e de iniciativas pa-

trocinadas por diferentes âmbitos de governo, por atores da sociedade civil organizada e por empreendedores individuais. Mesmo assim, evidenciam-se importantes estudos e iniciativas práticas que demonstram o esforço na busca de um entendimento acerca das melhores estratégias que possam potencializar a economia criativa como base inovadora para o desenvolvimento de cidades e nações, em bases menos dependentes de recursos naturais e, assim, mais alinhado com os pressupostos da sustentabilidade.

Nas principais discussões sobre a economia criativa, que avançam para questões relacionadas às indústrias criativas, classes criativas e cidades criativas, se sobressai como preocupação relevante para governos, acadêmicos e para atores da sociedade civil organizada compreender como criar e revitalizar setores econômicos e dinamizar cidades a partir da intensificação da utilização do conhecimento, das ideias e da criatividade. Nessa linha, o tema tem sido abordado transversal e multidisciplinarmente nas áreas da inovação, tecnologia, economia da cultura, empreendedorismo, sustentabilidade, urbanismo dentre outras.

O Brasil, por meio do Ministério da Cultura (MinC), vem desenvolvendo uma série de programas e ações para fomento e incentivo à economia criativa, desde 2011, com foco centrado na cultura. A atuação governamental passa pela promoção de discussões envolvendo uma variedade de atores vinculados a diferentes esferas de governo e da sociedade civil, bem como pelo financiamento de iniciativas de empreendedores locais e de linhas de pesquisas no meio acadêmico. Sobre a política brasileira, é importante destacar que, em linhas gerais, difere de estratégias para a implementação adotada por outros países, que se utilizam iniciativas com escopo tendente a ser mais amplo. Há países em estágios bastante avançados – como, por exemplo, Inglaterra e Austrália – em que discussões e tentativas de implantação de ações de fomento à economia criativa não se encerram na área cultural, abrangendo segmentos como softwares, *games*, turismo, urbanismo, propaganda, publicidade, gastronomia, ciência e tecnologia.

Acerca dos dados sobre a cadeia produtiva no Brasil, a Federação das Indústrias do Rio do Rio de Janeiro (FIRJAN), com maior abrangência setorial que a adotada pelo MinC, publicou uma nota técnica em 2011. Nesse estudo foi apontado que atividades relacionadas e de apoio ao núcleo criativo podem ter participação no Produto Interno Bruto (PIB) nacional na ordem de 18,2%, o que corresponde o mon-

tante de R$ 667 bilhões. Na pesquisa foram considerados setores de serviços que tem a criatividade como parte principal do processo produtivo, segmentos de provisão direta de bens e serviços do núcleo criativo e compostos, em grande parte, por indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo, bem como atividades que englobam provisão de bens e serviços de forma indireta.

De forma geral, a literatura tem apontado que as ações propostas pelo governo federal para a implementação de políticas públicas no Brasil foram vinculadas fortemente às políticas culturais e, na medida em que dimensões importantes como a tecnologia foram deixadas em segundo plano, podem trazer dificuldades futuras, como fragilidade na articulação com outras políticas públicas, resistência no compartilhamento de orçamento em nível regional e nacional, além de entraves na discussão com setores econômicos vinculados aos ramos mais avançados tecnologicamente e pautados na indústria tradicional.

A análise desenvolvida neste estudo tem como ponto de partida as políticas públicas que vêm sendo implementadas no Brasil, no campo da economia criativa. No nível Federal esse processo é conduzido pelo Ministério da Cultura, por meio da Secretaria de Economia Criativa. Nos níveis estaduais e municipais são percebidas iniciativas diversas na condução do processo, desde o envolvimento das secretarias de cultura até o envolvimento das agências de fomento e desenvolvimento. Com fins de compreender como estão sendo desenvolvidas as políticas públicas de fomento à economia criativa nessas diferentes esferas, considerando o alinhamento entre diferentes estratégias na adoção como política de desenvolvimento de cidades, a presente dissertação foi desenvolvida com vistas a explicitar como ocorrem nas cidades de Curitiba e Porto Alegre a partir da articulação de diferentes atores públicos, privados e do terceiro setor.

A pesquisa busca, em primeiro momento, reconstituir as linhas gerais do desenvolvimento e implementação da política pública federal de fomento da economia criativa no Brasil e, a partir disso, compreender como se desenvolveu e foi implementada nas cidades de Curitiba e Porto Alegre até 2014. O estudo foi conduzido com base na questão de pesquisa, objetivo geral e objetivos específicos constantes do Quadro 1.

Quadro 1 - Pergunta e objetivos de pesquisa

Pergunta de pesquisa	Como estão estruturadas as políticas públicas de fomento à economia criativa no âmbito federal, estadual e municipal brasileiro para desenvolvimento da perspectiva das cidades criativas em Curitiba e Porto Alegre?
Objetivo geral	Identificar como as instituições e os atores se organizam no âmbito federal, estadual para implementar a política pública de fomento à economia criativa como alternativa de desenvolvimento de cidades criativas em Curitiba e Porto Alegre.
Objetivos específicos	1) Delinear a trajetória de implantação da política pública de fomento à economia criativa no Brasil como nova perspectiva de desenvolvimento. 2) Identificar os estágios dos fluxos políticos, de problemas, alternativas, e de formação de agenda para fomento da economia criativa em Curitiba e Porto Alegre a partir da política nacional, considerando a atuação de agentes públicos, privados e do terceiro setor. 3) Verificar se existe alinhamento entre as estratégias federal e das duas cidades estudadas. 4) Verificar se há diferenças entre modelos de políticas públicas de fomento à economia criativa utilizados pelo governo federal, Curitiba e Porto Alegre.

Para situar as temáticas abrangidas, responder a pergunta de pesquisa, operacionalizada por meio dos objetivos geral e específico, a presente dissertação está organizada conforme segue: **(a)** O Capítulo I aborda com profundidade diferentes perspectivas sobre relações econômicas e desenvolvimento endógeno, economia criativa e suas relações com o campo da cultura, especialmente no Brasil. Ao final do capítulo constam resultados de esforços para buscar convergências dessas discussões na literatura para tratar concomitantemente a economia criativa, as cidades criativas na gestão urbana. **(b)** O Capítulo II define um arcabouço metodológico desenvolvido para tratar sistematicamente a aplicabilidade de modelos e conceitos específicos para avaliar políticas públicas típicas de estados federativos, como o brasileiro. Isso passa pela abordagem de fundamentos de governança multinível, *policy analysis* e pelo modelo chamado *multiple streams*. **(c)** No Capítulo III, com base nos delineamentos teórico-metodológico, a partir de múltiplas fontes de dados apresenta os resultados da pesquisa. A discussão foi organizada em base *top-down*, partindo de constatações sobre a lógica de desenvolvimento das políticas pública na esfera federal, passando pelos Estados do Paraná e do Rio Grande do Sul para, por fim, abordar com maior profundidade os casos de Curitiba e Porto Alegre. **(d)** Finalmente, são apresentadas conclusões a partir do resgate dos objetivos, indicadas contribuições e limitações da pesquisa. A partir disso, são, então, especificadas contribuições do estudo para a gestão urbana e encetadas oportunidades para futuros estudos sobre as questões abordadas na presente dissertação.

CAPÍTULO I – FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS

A fundamentação teórico-conceitual foi construída de modo a abordar com profundidade diferentes perspectivas sobre relações econômicas e desenvolvimento endógeno, economia criativa e suas relações com o campo da cultura, especialmente no Brasil. Ao final do capítulo constam resultados de esforços para buscar convergências dessas discussões na literatura para tratar concomitantemente a economia criativa, as cidades criativas na gestão urbana.

1. RELAÇÕES ECONÔMICAS E DESENVOLVIMENTO

As relações econômicas das sociedades vêm sendo constituídas com base na organização de pessoas que se utilizam de recursos escassos para produzir bens e serviços, aplicados para satisfazer necessidades humanas infinitas. Essas relações são constituídas desde as pequenas decisões econômicas que ocorrem diariamente em combinações que envolvem cidadãos, famílias, empresas e governos até aquelas que determinam a formação de sistemas econômicos nacionais compostos por estratégias e políticas de governo e de Estado (BENDASSOLLI *et al.* 2009; MANKIW 2013, p.4-8;13-15; DE MARCHI 2014).

No campo da economia, até recentemente, houve uma subvalorização de recursos intangíveis, como a cultura, como insumos potencializadores do desenvolvimento endógeno sustentável. Historicamente, justificativas para tal subvalorização podem ser encontrados em pensadores clássicos da economia. Adam Smith (1723 – 1790), por exemplo, entendia que atividades econômicas vinculadas à cultura, arte, entretenimento não conseguiam contribuir para a geração de riquezas porque produzirem serviços. Serviços, nessa concepção, não estavam vinculados à cadeia produtiva e, desta forma, não geravam valor agregado. A natureza intangível das atividades econômicas representadas pelos serviços fazia com que tais atividades se esvaíssem ao serem produzidas e consumidas; logo, impassíveis, pela inexistência de base material, de transferência de valor em cadeias produtivas (PROCOPIUCK e FREDER 2014, p.299).

Na história das sociedades ocorreram as sucessivas crises no sistema econômico e também o surgimento de soluções em meio às crises. Foram várias as dis-

cussões acerca destas soluções que surgiam onde em muitos casos, novas atividades econômicas foram desenvolvidas e influenciavam a geração de novos valores na sociedade, impactando de algum modo o sistema como um todo. Nessa trajetória, as teorias econômicas sempre enfatizaram a importância da produção tangível, que gerava bens e aumentava o capital. Alguma mudança começou a surgir com o economista Joseph Alois Schumpeter (1883 – 1950), quando em seus estudos, mais especificamente depois da crise de 1929, apontaram que não haveria crescimento contínuo no sistema econômico, mas, sim, uma sucessão de colapsos, crises, declínios e novos momentos de crescimento. Surgiu, com isso, a ideia de ciclos econômicos (SCHUMPETER 1997, p.204-205). Nessa ordem de ideias ficou patente que, quando ocorre uma crise ou contratempo, é comum que se instalem novos processos de desenvolvimento, pois

> O sistema econômico precisa se reanimar antes de poder caminhar de novo para frente; o seu sistema de valores precisa se reorganizar. E o desenvolvimento então começa novamente é um novo e não simplesmente a continuação do antigo. É verdade, e a experiência nos ensina que ele se moverá numa direção mais ou menos similar à anterior, mas a continuidade do "plano" é interrompida. O novo desenvolvimento provém de condições diferentes e em parte da ação de pessoas diferentes; muitas esperanças e valores antigos são enterrados para sempre e surgem outros completamente novos (SCHUMPETER 1997, p.207).

Na década de 1970, frente a indícios de esgotamento de parte do pensamento clássico sobre perspectivas de desenvolvimento, surgem alternativas como as pautadas na ecossocioeconomia, encetadas por pelo economista alemão Karl William Kapp. Na atualidade há economistas, como Ignacy Sachs, que procuram avançar em alternativas de desenvolvimento pautado nos pressupostos da ecossocioeconomia, que visa possibilidades de desenvolvimento a partir de interação dinâmica entre crescimento econômico, aumento igualitário do bem-estar social e preservação ambiental. É a perspectiva que abriu importantes debates na atualidade por possibilitar espaços para fertilização cruzada entre conhecimentos gerados na economia, ecologia, antropologia cultural e ciência política. De acordo com Sampaio (2010, p. 40), os problemas contemporâneos somente poderão ser resolvidos de maneira transdisciplinar, ou seja, a partir da reintegração do conhecimento dos múltiplos campos do saber (SAMPAIO 2010). Nesse sentido, para o autor, a ecossocioeconomia das organizações

> "possibilita a viabilidade macro (interorganizacional) e microeconomica (organizacional) de grupos organizados – ou quase organizados – articulados

> chamados de empreendimentos compartilhados, de modo que possam ampliar as oportunidades de trabalho e renda de agrupações urbanas e rurais excluídas da economia de mercado" (SAMPAIO 2010, p.18).

Nas seções que seguem são delineadas trajetórias da perspectiva de desenvolvimento tradicional fomentada por diferentes governos e a construção de novas perspectivas de desenvolvimento, mais consonantes com a valorização de dimensões intangíveis de bens e serviços como forma de redução da dependência de recursos naturais.

1.1. Transformações econômicas e de estratégias de desenvolvimento

Em macroníveis decisórios, a construção de políticas econômicas depende da capacidade estratégica de governos sobre produção e alocação eficiente de recursos da sociedade, do que normalmente decorre a necessidade de definição ou adoção de algum sistema econômico, seja capitalista, misto ou socialista. Além disso, cada vez mais, a capacidade de determinação de políticas econômicas nacionais e seus desdobramentos e reflexos em políticas públicas são condicionadas pela necessidade de considerar políticas internacionais, a exemplo da integração estratégica em blocos econômicos (MANKIW 2013, p.4-8;13-15). Cada sociedade tem autonomia para definir o sistema econômico que melhor se adeque às suas capacidades produtivas e sabe-se que as influências externas também afetam as decisões políticas, as divisas e a soberania dos países. A consequência disso é que as decisões estão se tornando crescentemente complexas quando se têm em conta a implementação de bases para viabilizar estratégias de desenvolvimento.

Em relação às diversas influências a que se sujeitam as sociedades, existem movimentos ou eventos que ocasionam mudanças estruturais em determinadas épocas. A Revolução Industrial, por exemplo, figura entre estes grandes eventos de transformação do funcionamento das sociedades. Esse marco histórico que transformou as relações de produção e deu origem ao processo de urbanização, fez com que a produção de manufatura passasse de processos artesanais para processos industriais e, consequentemente, e que surgisse a necessidade de concentração da produção em áreas específicas, dando origem às áreas industriais (MANKIW, 2013). Na sociedade urbana que emergiu dessa dinâmica de transformação estrutural das

relações sociais e de trabalho, os arranjos mercantis e as inovações nos processos industriais sofreram intensas modificações até a atualidade na proporção em que uma série de condicionantes passaram a ser impostos pela necessidade de adotar práticas menos dependentes da exploração de recursos naturais não renováveis. Nessa linha, por muitos anos, as teorias econômicas apontaram na direção que consolidou forte dependência das relações econômicas deste sistema industrial com estratégias de desenvolvimento de nações, que tendem a não mais prosperar em função de limitações de disponibilidade de recursos naturais.

Ao analisar a trajetória histórica das funções do mercado e do Estado, Heidemann (2009) aponta que, o que se percebeu foi o protagonismo de um e de outro, em momentos distintos. Próximo do final século 20, o mercado e o Estado passam a promover o desenvolvimento das sociedades de forma conjunta. Isto ocorreu principalmente após a crise vivenciada pelo mercado, quando não conseguiu edificar o domínio das regras no momento em que foi o condutor quase principal da economia.

Além disso, é possível notar parte de um novo espírito do capitalismo quando se fala do período de transição daqueles processos econômicos vinculados ao modelo de acumulação, do materialismo, para novas relações ligadas à *imaterialidade do informacionalismo* (PIRES e ALBAGLI 2012, p.112). A partir destas novas formas de gerar valor para bens intangíveis, surgem novos relacionamentos econômicos e também novas formas de se relacionar com o desenvolvimento.

1.2. Estratégias de desenvolvimento pautadas na nova economia

Após a crise estrutural do capitalismo, que ocorreu por volta dos anos 70, surgiram vários tipos de mudanças, que vão desde impactos na relação sujeito/trabalho, na relação entre os indivíduos, nas relações de consumo e também na influência que a cultura e a criatividade passam a exercer nas relações econômicas (PIRES e ALBAGLI 2012). Mais recentemente, na proporção em que tais limitações se aguçaram, tem-se observado um crescente processo de declínio industrial, associado ao declínio do capitalismo. Fato que vem afetando negativamente a economia dos países em todo o mundo. Em paralelo, identifica-se o surgimento de outro evento econômico mundial vinculado aos avanços tecnológicos, científicos e aos processos de inovação e que tem impactado os sistemas econômicos e políticos. Todas

estas alterações nas relações econômicas influenciam aspectos sociais e culturais dos países. Para alguns especialistas, as intensas alterações de valores e de relações econômicas da atualidade têm dado origem ao que se denomina de “Nova Economia”, que tem como base a geração de riqueza a partir do conhecimento. Nesse novo contexto das relações econômicas, o intangível passa a se sobrepor à geração de riqueza tradicional, que tinha por base os bens materiais tangíveis. Com isto, esforços passam a ser empreendidos para que se estabeleçam mecanismos para a valorização dos atores econômicos, centrando-se nas potencialidades da pessoa humana, nos valores éticos e na cooperação. Aliado a isso, sobressaem-se crescentes necessidades de combater agressões ecológicas, que colocam em risco a existência da vida no planeta (PINHO 2011, p.26-57).

Neste contexto estão inseridas novas formas de se relacionar, de comunicar e fazer escolhas. Surge, assim, um movimento, que alguns autores identificam como uma fase de virada cultural, que surge a partir de dois fenômenos que acontecem simultaneamente: a emergência da sociedade do conhecimento e a alteração de valores materialistas para os valores pós-materialistas (BENDASSOLLI *et al.* 2009, p.11).

É importante destacar que boa parte dos setores econômicos que contribuíram para as transformações ocorridas no século XIX tiveram sua base na indústria tradicional, que se utilizou de matéria prima tangível e finita em todas as etapas do processo de transformação. A nova economia, especialmente àquela vinculada à indústria criativa, utiliza-se, a matéria prima da criatividade e do conhecimento para gerar novos produtos e serviços a partir destes elementos (ISAR 2008, p.80-81). Nesse contexto, estão ocorrendo processos de reestruturação dos sistemas econômicos das sociedades em função do declínio industrial e a emergência de novas relações econômicas pautadas na dimensão do intangível. Novas estratégias passaram a ser utilizadas em políticas de desenvolvimento das sociedades, especialmente aquelas que sofreram algum impacto com a desindustrialização.

O processo de desindustrialização, por consequência, trouxe a necessidade de se repensar as cidades que haviam sido concebidas sob a lógica industrial. Na atualidade, são grandes desafios enfrentados para, por exemplo, revitalizar espaços urbanos ocupados por instalações industriais desativadas.

Nas iniciativas que envolvem a regeneração urbana, destacam-se a criação de bairros ou *clusters* culturais e de turismo, em geral voltados aos grandes centros urbanizados. Porém, percebe-se um movimento, proposto pela Comissão Europeia (1999), para que se iniciasse o levantamento de dados acerca das pequenas e médias cidades. Procura-se, com isso, identificar quais são suas características e potencialidades para o desenvolvimento de ações vinculadas à cultura e ao turismo. Estas cidades podem se revestir de aspectos positivos e justificáveis para o desenvolvimento de iniciativas que as regenerem. Entre tais iniciativas estão, por exemplo, aquelas voltadas para revalorizar patrimônios construídos, o regionalismo e o localismo (FERREIRA 2013, p.35). Nesse contexto de reativação e de mobilização de centros urbanos, a economia criativa surge com significativas potencialidades para, a partir de recursos intangíveis locais pautados em recursos intangíveis, abrir novos caminhos para o desenvolvimento local sustentável.

Para Strickland (2011) o turismo é um fator importante que formará a cidade criativa porque este fator será “definido por meio das pessoas, ideias, culturas e experiência, e atribuirá essas características às pessoas ou aos mercados [...] trazendo consigo seus valores crenças, ideias e visões de mundo*”.* Para o autor, nas economias cada vez mais interdependentes, *compartilhar riqueza, cultura e ideias* faz parte da cidade do futuro. Sendo assim o turismo contribuirá com as mudanças que ocorrerão em todas as instâncias, quer seja no governo ou na comunidade, também será proativo no sentido de influenciar o desenho da cultura no desenvolvimento na cidade do futuro (STRICKLAND 2011, p.53).

1.3. Concepção e condução de novas políticas de desenvolvimento sustentável

As intervenções do Estado na economia, também denominadas ações políticas dos governos, se manifestam de dois modos principais: (a) pelo estabelecimento de leis promovendo uma ação reguladora nas iniciativas econômicas; (b) e da participação estatal no mercado com funções empresariais, com, por exemplo, a criação de empresas estatais. Assim nasciam as políticas de governo, mais tarde denominadas políticas públicas (HEIDEMANN 2009, p.23-25).

Para o caso do Estado assumir alguma função de mercado devem ser estabelecidos limites nestas competências para a promoção das atividades econômicas, pois sua função nesta área é limitada. De modo generalizado, entende-se que o Estado pode sim exercer estas atividades, entretanto, muitas vezes, a atuação estatal na economia não deixa de despertar controvérsias ao ponto de suas funções fugirem discussão no campo econômico e se findam em debates ideológicos (FERRAZ *et al.* 2003, p.19-20). De modo geral, a economia continua sendo regulada pela lei do mercado, que trata da oferta e demanda, e pelas leis dos governos, que, entre tantas funções pode também intervir no sistema econômico, estabelecendo preços mínimos e máximos para determinados tipos de produtos ou serviços. As estratégia governamentais regulatórias se apoiam na possibilidade de ajustar a tributação sobre bens e serviços, com a finalidade de aumentar a receita (arrecadação), que é a fonte clássica de suporte às ações cujos resultados têm finalidade pública (MANKIW 2013, p.107-126).

Outros papéis governamentais no desenvolvimento de políticas econômicas são, por exemplo, atrelados à (a) distribuição de recursos na economia; (b) promoção do emprego, estabilização de preços e equilíbrio dos fatores externos da economia; e à (c) promoção de formas de distribuição de renda e riqueza (UNCTAD 2010, p.210). O planejamento das políticas econômicas leva em consideração as políticas internacionais e o desenvolvimento de políticas internas, cabendo a cada país a responsabilidade de estabelecer políticas próprias, afinal, cada um apresenta demandas específicas. Sendo assim, podem surgir determinadas políticas públicas ou políticas setoriais, vinculadas às políticas econômicas que de acordo com planejamento de cada esfera de poder pode atrelá-las ou não ao desenvolvimento.

Nesse sentido, historicamente toda a consolidação do sistema econômico das sociedades ao longo do tempo foi voltada para um processo onde a geração de valor tendeu a levar à degradação do mundo físico. Desde há muito, fazia-se claro que tal consequência dificilmente seria solucionada com a revolução tecnológica, pois se trata de uma questão ampla onde são exigidas resoluções sobre algo que foi decidido no passado. Neste contexto, quanto mais acumulação de capital, maior tende ser a interdependência do futuro com o passado (FURTADO 1996, p.[1974] 1912-1913). De todo modo, os países avançam consolidando seus sistemas econômicos locais, articulando alianças e parcerias estratégicas regionais e internacionais

voltadas para a concepção e sustentação de novos modelos de crescimento. Nesse sentido, faz-se necessário compreender a diferença conceitual entre crescimento e desenvolvimento, pois mesmo que ambos estejam atrelados à economia, conflitam conceitualmente.

Conforme aponta Ignacy Sachs, no prefácio de Veiga (2010), não se deve confundir crescimento com desenvolvimento. Crescimento econômico, embora seja uma condição necessária para a economia, não é suficiente. Já desenvolvimento – numa perspectiva ampliada e também levando em consideração os aspectos da sustentabilidade – é aquele socialmente includente, ambientalmente sustentável e economicamente sustentado ao longo do tempo (SACHS 2010).

No Brasil, a perspectiva de tratar o tema do desenvolvimento surgiu após a década de 1950, quando ocorreu a criação de uma política-ideológica denominada nacional-desenvolvimentista. Nessa mesma época, no nível global, foi iniciada a construção de indicadores de desenvolvimento para os países. As classificações estabelecidas foram as de países desenvolvidos, subdesenvolvidos e em desenvolvimento e os principais indicativos eram o bom desempenho industrial e o estabelecimento de índices econômicos elevados, desta forma, desenvolver o país estava atrelado à inclusão da maioria dos cidadãos ao sistema econômico (HEIDEMANN 2009, p.26).

A partir daí, os países subdesenvolvidos buscavam espelhar-se no modelo de industrialização dos países desenvolvidos para que, desta forma, melhorassem suas economias. Porém, o que foi percebido ao longo das décadas é que até mesmo os países desenvolvidos, que estariam com sua economia estabelecida, passaram a repensar o modelo de desenvolvimento que deveria ser construído, pois o modelo adotado até então, principalmente com base na exploração dos bens materiais, já não atendia às demandas da sociedade (HEIDEMANN 2009, p.27).

Os países ditos desenvolvidos, com seus altos níveis de industrialização, dependem crescentemente dos demais países detentores de inúmeros recursos naturais necessários para a produção. A grande limitação sobre a utilização de recursos naturais foi evidenciada no Relatório Limites do Crescimento[1] quanto tornou claro que o sistema planetário era fechado, com recursos não renováveis limitados e de

[1] Relatório “Limites do Crescimento”, liderado por Dana Meadows e sua equipe do MIT, contratado pelo Clube de Roma.

que se realmente atingíssemos o nível de consumo dos países desenvolvidos o sistema econômico mundial certamente entraria em colapso (FURTADO 1996, p.11).

Da mesma forma, Guerreiro Ramos (1983) indicava preocupações com o fenômeno da modernização à qual se atrelava o desenvolvimento, especialmente no requisito do consumo. Defendia que, se as populações dos países em desenvolvimento tivessem a aspiração de adotar o mesmo padrão de vida dos países desenvolvidos, haveria o desequilíbrio entre a capacidade de produção e consumo (GUERREIRO RAMOS 1983)**.** Sociedades desenvolvidas consomem elevados níveis de energia *per capita*, que chega a ter índices equivalentes a um número nove vezes maior do que os países subdesenvolvidos. Desta forma, surgem reflexões de que, se os países subdesenvolvidos buscarem o mesmo modelo econômico e de consumo dos países desenvolvidos, não haveria energia nem recursos suficientes para todo planeta (MAGALHÃES 2005, p.20).

Conforme foi visto anteriormente, as decisões econômicas são tomadas por pessoas que tem condições de, inclusive adotar novas relações econômicas, sob a ótica de novos valores sustentáveis. Neste sentido, tem sido constatado um número cada vez maior de indivíduos que vem adotando novos modos de decidir sobre seu consumo e, até mesmo sobre suas necessidades, em bases mais sustentáveis. Em termos de amplas tendências, há indícios de que, aos poucos, há alterações de comportamentos e, consequentemente, que impactam na economia mundial.

Observa-se que, se em um dado momento o desenvolvimento atrelado aos aspectos materiais foi satisfatório, as perspectivas trazidas por novos valores na sociedade como as questões ambientais, sociais e culturais afetam diretamente as perspectivas do que seria o desenvolvimento adequado (HEIDEMANN 2009, p.29-30). Percebe-se que o sistema econômico tradicional não conseguiu resolver questões socioeconômicas tanto em países desenvolvidos, subdesenvolvidos e em desenvolvimento, diante disso, existem esforços para tentar compreender as possíveis falhas das teorias econômicas e fazer com que seja possível entender as causas de ainda não haver estratégias efetivas para o desenvolvimento. Ficou evidente, pois, que os dois modelos econômicos anteriores – o comunismo ortodoxo e o capitalismo liberal – não foram bem sucedidos na garantia do desenvolvimento dos países. Desta forma, é necessário ir além das estratégias econômicas incluindo também aspectos humanísticos, culturais, identitários e tecnológicos. Tudo isto adequado às ne-

cessidades específicas de cada país, que, se considerados conjuntamente esses aspectos, espera-se que seja possível caminhar em direção a uma nova alternativa de desenvolvimento que possa estabelecer políticas multiculturais e multidisciplinares (SANTOS-DUISENBERG 2008, p.54-55).

De acordo com Pires e Albagli (2012), é possível perceber três movimentos significativos na contemporaneidade e que impactam a economia das sociedades. O primeiro deles diz respeito às buscas que as sociedades têm realizado por valores alternativos, diferentes daqueles que forneceram as bases para a construção destas mesmas sociedades; o segundo diz respeito ao processo permanente de inovação, no qual as empresas estão inseridas; e o terceiro diz respeito às Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), que, agregadas aos demais movimentos citados anteriormente, têm sido influenciados por novos modelos de negócios que tem, também, em seu processo e produto final a arte, cultura e a criatividade (PIRES e ALBAGLI 2012).

1.4. O desenvolvimento endógeno: cidades e pessoas

O movimento na busca de alternativas para recuperar a economia de cidades que historicamente dependiam da indústria tradicional vem acontecendo em diversos países, pois a migração de postos de trabalho para outro tipo de indústria vem favorecendo o aumento dos índices de desemprego. As novas estratégias têm sido no sentido de assegurar programas que estimulem a criação de empregos e comércio e o incentivo para o estabelecimento de empresas que têm por base o conhecimento, informação, cultura e criatividade, pois estas são as que mais têm destacado na economia global (ASKERUD 2008, p.235-236).

Porém, estas iniciativas, se conduzidas de modo isolado, tendem a não se sustentar em perspectiva de médio e longo prazos. Para que seja possível reverter tal condição e partir para um desenvolvimento econômico mais efetivo, iniciativas para o desenvolvimento local surgem como alternativa. Para a viabilização dessas alternativas são necessários investimentos em processos consistentes que elevem as oportunidades sociais, a viabilidade de economias locais e, consequentemente, a renda, possibilidades de auferimento de riqueza e, ao mesmo tempo, as condições de assegurando a conservação dos recursos naturais (BUARQUE 1999, p.9). Os

processos que envolvem o desenvolvimento local inserem-se em iniciativas mais amplas e complexas onde é possível que se integrem com ações regionais e nacionais.

Neste contexto, o desenvolvimento endógeno[2] aponta para uma renovação das perspectivas econômicas das cidades a partir do território. Para que este desenvolvimento ocorra, torna-se fundamental o envolvimento dos governos regionais na condução do processo e que desempenhem um papel de catalizadores destas iniciativas, atraindo múltiplos atores que formarão capital humano[3] que serão capazes de buscar a solução para os problemas (PIACENTI 2012, p.63-66). Visto assim, para que ocorra o desenvolvimento endógeno é importante que haja organização social e política que envolve as várias instâncias de poder. Piacenti (2012, p. 63) apresenta as etapas de processos de desenvolvimento endógeno, descrito na Figura 1.

Figura 1 - Etapas do processo de desenvolvimento endógeno

Fonte: Piacenti (2012, p.63).

[2] O desenvolvimento endógeno ocorre por meio do inter-relacionamento de atores locais que em conjunto estabelecem laços de cooperação gerando capital social de uma determinada região ou localidade (PIACENTI 2012, p.63).

3 Estoque de conhecimentos e habilidades que possuem os indivíduos que residem na região e a sua capacidade para exercitá-los (BOISIER, 2000 *apud* Piacenti, 2012, p.68).

Sabe-se que é no território que se encontram as características peculiares no âmbito sociocultural, político e institucional e onde é formado o espaço de herança histórica. Por isso a importância na construção de iniciativas que também promovam o desenvolvimento na dimensão cultural, que abrange a promoção da interação entre os membros da comunidade quando compreendem quais são os “saberes e fazeres locais”. O fortalecimento de ações locais faz com que ocorra o empoderamento do sujeito gerando oportunidade de sua emancipação e a promoção daquele território. Deve-se adotar critérios para que a ação de desenvolvimento local não se feche em si mesma, nem em sua localidade e sim se articule com o global evitando o isolamento que é causador de alienação e vai contra a natureza macroestrutural do desenvolvimento (KNOPP *et al.* 2010, p.55-56).

Das perspectivas do desenvolvimento, em geral, adotam modelos que tem sua base atrelada à dependência econômica que acontece em escala global. Porém, Max-Neef (2012), aponta para a perspectiva do desenvolvimento à escala humana, pois o desenvolvimento deveria servir as pessoas, não aos objetos. Uma das maneiras para se atingir este modelo de desenvolvimento seria *romper com os padrões de consumo imitativos*, pois libertaria da dependência cultural e também oportuniza que se criem condições de geração e consumo de recursos locais. Desta forma as sociedades sairiam de uma condição de dependência em direção a uma nova condição libertadora de autodependência (MAX-NEEF *et al.* 2012, p.59-60).

De todas as tentativas para o desenvolvimento econômico, as iniciativas adotadas pelas sociedades não conseguiram atender as demandas das sociedades. Esta condição oportunizou o surgimento de opções alternativas para o desenvolvimento, entre elas destacam-se: desenvolvimento à escala humana (MAX-NEEF *et al.* 2012), economia solidária (SINGER 2002), ecossocioeconomia (SACHS 2007; SAMPAIO 2010), economia da experiência (PINE e GILMORE 1999), economia criativa (UNCTAD 2010; HOWKINS 2013). E é neste cenário que tem sido pautada boa parte das discussões sobre a o tema objeto deste estudo.

2. ECONOMIA CRIATIVA

O termo economia criativa vem sendo discutido de modo mais intenso a partir dos anos de 1990. Porém, para muitos especialistas, o termo não é novo e origi-

nou-se da economia das artes e economia da cultura. Portanto, a economia criativa seria, naturalmente, uma tentativa de categorizar novos setores econômicos. Entretanto, quando as discussões partem da perspectiva da cultura, a geração de valores econômicos a partir de atividades culturais não deixa de ser controversa. Os tópicos que seguem procuram explicitar essas relações e situá-las frente aos pressupostos da economia criativa.

2.1. Arte e cultura como possíveis ativos econômicos

No período que foi do século XIX até meados do século XX foram desenvolvidos relativamente poucos estudos sobre a cultura no campo da economia, o que se percebeu foram algumas inserções na área da “alta cultura”. A economia passou a abranger, assim, as belas artes, literatura e artes performáticas, a saber, dança, teatro, ópera e música clássica. Caracteristicamente, a discussão sempre tendeu a ser centrada no campo do mecenato público e privado para financiar e formar preços para obras de arte. Não foi possível perceber investigações que se preocuparam em abordar a dimensão econômica das obras artísticas. Apesar dos vários movimentos e da representativa presença das indústrias culturais na economia, ambos não foram capazes de criar um espaço no campo da teoria econômica que se voltasse para cultura e economia, o que se atingiu foi a denominada economia da arte (MIGUEZ 2012, p.102).

Para os economistas Adam Smith e David Ricardo, a atividade que envolvia o consumo da arte era considerada atividade de consumo de lazer. Esse tipo de atividade, portanto, não contribuiria na produção da riqueza de uma nação, dado o seu caráter instantâneo. Eram criações que desapareceriam no mesmo instante que eram produzidas (BENHAMOU 2007).

> Segundo Adam Smith ou David Ricardo, os gastos com as artes inserem-se nas atividades de lazer e não têm como contribuir para a riqueza da nação. Smith diz que a cultura constitui o domínio por excelência do trabalho não produtivo. [...] Ele sublinha, no entanto, o caráter particular do trabalho artístico, que necessita de investimentos extensos e caros; [...] A remuneração do artista reflete o custo do investimento que seu trabalho exige. (BENHAMOU 2007, p.15-16).

Por outro lado, os economistas entendiam que esse tipo de produção devia ser bem remunerada, considerando, principalmente, os longos e caros investimentos dedicados na formação destes profissionais, a exemplo do que ocorria também com

os profissionais da lei e os médicos. Argumentavam, ainda, que se o Estado permitisse que os produtores realizassem seus espetáculos para divertir o povo, certamente iriam contribuir para a diminuição dos males que atingiam as pessoas, a melancolia e a angústia (BENHAMOU 2007, p.16).

A ampliação dos interesses da ciência econômica na área cultural, seguindo da economia da arte para a economia da cultura**,** ocorreu a partir de meados dos anos 1960. Nesse sentido, surgiu a hipótese de que três fatores seriam decisivos para este deslocamento: (1) a possibilidade de gerar fluxos de remuneração e emprego; (2) a elevação da demanda, por valorizar as decisões culturais; e (3) a possibilidade de abrir novos campos para o desenvolvimento econômico (MIGUEZ 2012, p.103).

Nos estudos que se seguiram para compreender as artes no campo econômico, os economistas norte-americanos Kenneth Boulding e John Galbraith tiveram papel bastante relevante. Para John Galbraith (1973)[4], as artes ganhariam crescente importância econômica e para Kenneth Boulding (1978)[5] a arte era um meio que oportunizava a criação e a circulação da informação. Na sequência, outros pesquisadores e organizações se envolveram na conceituação da economia da cultura. Entre eles destacam-se, por exemplo, William Baumol e Willian Bowen[6], Gary Becker[7], Alan Peacock e a escola da *Public Choice*[8]*.* A partir daí o tema ganha espaço e a pesquisa sedimenta métodos próprios até que é institucionalizado por meio de uma publicação de David Throsby no *Journal of Economic Literature*, em 1994 (BENHAMOU 2007, p.17-18). Foram três fatores que contribuíram para o reconhecimento do termo economia da cultura:

> o surgimento de uma propensão a gerar fluxos de rendas ou de empregos, a necessidade de avaliação das decisões culturais e, no plano teórico, a evolução da economia política para campos novos (economia das atividades sem fins lucrativos, revisão do pressuposto da racionalidade, economia das organizações, economia da informação e da incerteza). A economia da cultura torna-se um terreno privilegiado da comprovação empírica de novos progressos; toma emprestado suas ferramentas de análise da "nova microeconomia"(BENHAMOU 2007, p.18).

---

[4] *Economics and the Public Purpose* (1973).
[5] Ecodynamics: A New Theory Of Social Evolution (1978).
[6] Willian Baumol e Willian Bowen realizaram trabalhos sobre a economia do espetáculo ao vivo.
[7] Gary Becker realizou estudos sobre a valorização que acontece com o consumo dos bens com o passar do tempo.
[8] Os trabalhos de Alan Peacock e da escola da *Public Choice* iniciaram as discussões da economia da cultura.

Vários movimentos emergiram e, com isso, ampliam-se as discussões agora para a categorização das indústrias culturais. O termo indústria cultural (no singular), criado em 1969 pelos pesquisadores Adorno e Horkheimer da Escola de Frankfurt[9], foi substituído por indústrias culturais (no plural). Sob influência do campo sociológico francês, surge uma compreensão mais abrangente, dado que essa área abrangia outros setores além da cultura, incluindo tecnologias e capital. A transição do termo indústrias culturais para indústrias criativas aponta para uma nova tentativa de reaproximar os conceitos e articular arte ou cultura e tecnologia e negócios (BENDASSOLLI *et al.* 2009).

De acordo com Hughes (2004), o setor da arte é relacionado à "grande arte". A arte nesse setor é associada ao refinamento e são consideradas atividades que vão além do que um homem ou mulher comum pudesse realizar e apreciar sem que houvesse preparo por meio da educação e esforço. Essas atividades referem-se às especialidades no campo da música clássica, balé, teatro, ópera, pintura e escultura. São atividades vinculadas ao nível mais alto da habilidade e criatividade humana e quando do seu exercício, o artista nem sempre busca esta atividade com fins de obter renda, mas sim segue um impulso natural de expor seu talento. Neste sentido, o termo arte e cultura são associados e, desta forma, significam superioridade e mérito, inclusive sendo referência quando se quer saber o nível de cultura de uma sociedade ou nação.

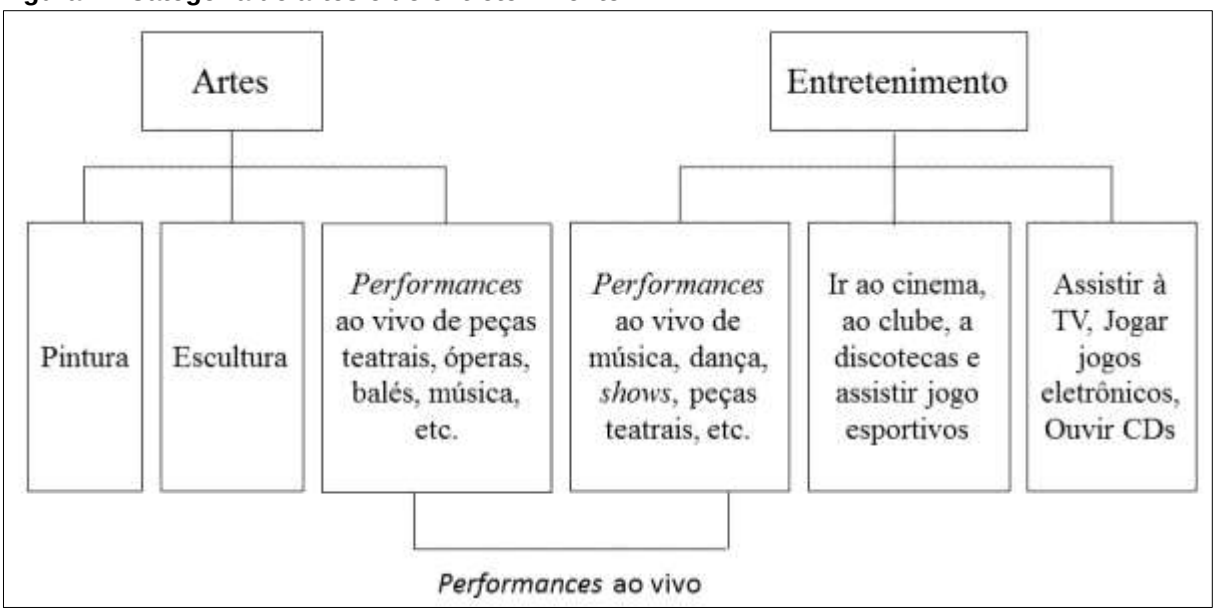
Ainda de acordo com Hughes (2004), a palavra entretenimento é associada a uma cultura popular ou de massa e reveste-se de características de atividade fácil de ser realizada e que não exige muito esforço de interpretação e apreciação. Abrange uma série de atividades, que vão, por exemplo, desde assistir televisão, jogar jogos eletrônicos em casa, ouvir CDs, ir ao cinema, assistir a esportes, visitar parques temáticos ir a discotecas.

Tanto a arte quanto o entretenimento possuem atividades denominadas *performance* Figura 2, que envolvem o contato do artista e seu público, ao vivo. Como atividades de *performance* podem ser consideradas as relacionadas a concertos musicais, shows de variedades, concertos de bandas, cabaré, artistas de rua, concertos pop, concertos de rock, concertos de reggae, concertos de jazz, concertos de

[9] A Escola de Frankfurt foi criada em 1924.

música folclórica, apresentações de dança, circo, comédia e mágica. São, portanto, atividades que podem produzir valor econômico e, por isso, são de interesse da economia criativa.

Figura 2 - Categoria de artes e do entretenimento



Fonte: Hughes (2004, p.15).

A categorização trazida na Figura 2 é importante por, especificamente no campo do entretenimento, a relação comercial existente entre a criação do produto ou serviço estar vinculada a uma empresa produtora, que tem finalidade de lucro. Já no campo artístico, por sua vez, a relação, que foi criada ao longo da história, é a do artista e seu público. Neste último caso, eventualmente há intermediação de algum produtor ou *marchand* para facilitar a comercialização das obras.

No Quadro 2, embora não sejam determinantes para dar origem a produtos ou serviços vinculados à economia criativa, estão organizados os termos que frequentemente são utilizados para classificar arte e entretenimento.

Quadro 2 - Termos utilizados na classificação das artes e do entretenimento

Artes	**Entretenimento**
Refinamento	Diversão
Erudito	Frívolo
Sério	Passivo
Criativo	Autoindulgente
Esclarecimento (ilustração)	Prazer
Expressivo	Graça
Fundamental	Excitação
Com propósito	Escapista
Emocional	Deleite
Inspirador	Distração transitório
Culto	

Fonte: Hughes (2004, p.14).

A peculiaridade econômica das atividades vinculadas ao entretenimento e à arte está na possibilidade de estabelecimento de relação de lucro a ambas, no nível de esforço para apreciar e produzir as atividades e na forma histórica de apoio governamental e privado a esses dois segmentos. No sentido econômico, o entretenimento é comercializado e historicamente não depende de recursos governamentais. No caso da arte, tem sido muito comum depender de apoio, patrocínio e fomento governamental, possivelmente por ser expressão do talento artístico de uma pessoa que não inicia sua carreira impulsionada pela finalidade econômica, mas com o objetivo principal de expressar seu talento e gerar benefícios de ordem cultural a terceiros.

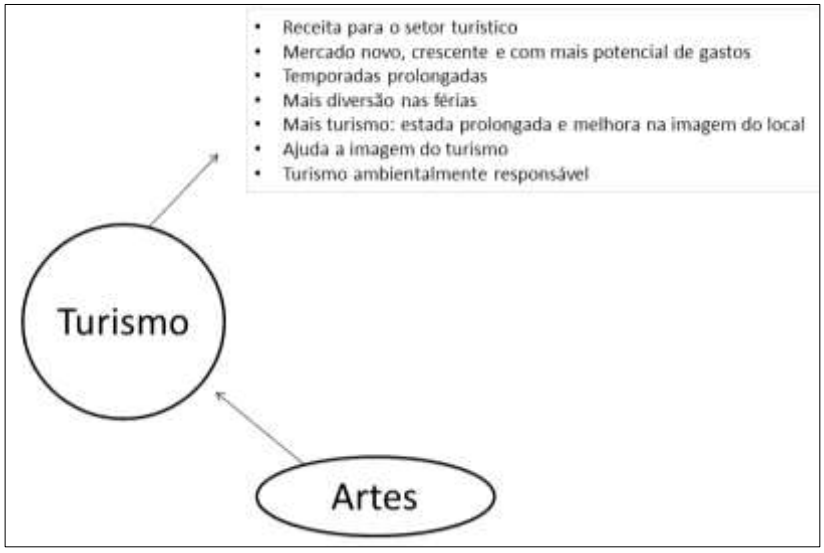
Embora seja bastante comum, o tratamento da arte e da cultura sob a mesma lógica econômica-comercial é passível de críticas tanto no meio acadêmico quanto no contexto dos artistas ou de apreciadores da arte pela arte. A lógica de mercado no campo da cultura seria, pois, arriscada, pois haveria tendência de tratá-la de forma unidimensional e reducionista. Da mesma forma, a arte, se for vista como negócio, seria orientada para o consumo e para o mercado, deixando, assim, de cumprir sua finalidade principal, que, por natureza, seria pública, de cidadania e liberdade (BENDASSOLLI *et al.* 2009, p.16).

Por outro lado, ao serem fomentadas e fortalecidas ações no campo cultural e artístico, estimula-se o turismo, que, por sua vez, contribui para a existência das artes, conforme Figura 3. Ao serem analisados os indicadores de consumo das artes, cada vez mais são considerados números relacionados ao montante de turismo gerado a partir das iniciativas de atividades artísticas e também o importante impacto econômico positivo na economia local (HUGHES 2004, p.169-171).

Dentro da perspectiva de desenvolver novos mercados para o turismo, nas pesquisas referentes à categoria de turismo urbano, por exemplo, identificou-se que esta categoria costuma atrair turistas que possuem um perfil de maior escolaridade e renda, com mais experiência com viagens nesse estilo. Esses atributos tornam o turista um visitante com categoria superior sendo altamente desejável atraí-los. Formam um mercado “adicional, crescente e exclusivo” (p. 171). Neste contexto, o turismo está se tornando menos massificado e mais segmentado, atraindo público que busca mais significado para esta experiência e que está disposto a repeti-la. Portan-

to, as artes são consideradas uma área relevante no segmento do turismo (HUGHES 2004, p.169-172).

Figura 3 - Efeito das artes no turismo



Fonte: Hugues (2004, p.170).

Dentro dessas novas perspectivas surgidas também a partir da economia do intangível, advinda da criatividade e da prestação de serviço – também da aplicada na arte e cultura – surgem as primeiras discussões acerca da economia criativa, que é objeto do tópico que segue.

2.2. Origens e pressupostos da economia criativa

A partir dos anos de 1990 surge a temática da economia criativa, mais precisamente sobre a indústria criativa e suas derivações. Sob essa temática percebe-se a agregação de vários campos econômicos, como se fizessem parte de um grande setor econômico a partir da convergência da arte e cultura com tecnologia e negócios.

O surgimento dos primeiros debates sobre o tema ocorreram na Austrália em 1994. Naquele período o governo australiano contratou especialistas para que desenvolvessem um plano com estratégias que potencializassem a utilização de recursos intangíveis como fontes de vantagens competitivas nacionais e desta destacar o país na economia global. Dessa inciativa surgiu a publicação do relatório *Creative Nation*, como proposta de tornar o país em Nação Criativa. A proposta governa-

mental seguiu na direção de desenvolver uma política cultural que pudesse contribuir com o reposicionamento da função do Estado no desenvolvimento cultural do país.

Também é na Austrália que surgem as primeiras instituições de ensino e pesquisa e, na sequência, as primeiras discussões mais aprofundadas no campo teórico conceitual da economia criativa e indústria criativa. A universidade *QUT – Queensland University of Technology* sedia a faculdade *Creative Industries Faculty*. Nesta faculdade está sediado centro de pesquisas *ICI – The Institute for Creative Industries and Innovation*, na cidade de Brisbane (MIGUEZ 2007, p.5).

No ano de 1997, o tema ressurge no Reino Unido, que vivenciava uma severa crise econômica e que pretendia adotar a economia criativa, por meio das indústrias criativas, como estratégia para reestruturação econômica. A partir do documento elaborado em 1998 pelo Departamento para Cultura, Mídia e Esporte (DCMS)[10], a conceituação de indústrias criativas no país passou a considerar a união de atividades culturais, de comunicação, de desenho e de tecnologia da informação. Partiu-se, então, do pressuposto de que todas essas atividades se abasteciam de criatividade e desta forma, representavam um setor dinâmico da economia daquele país e que, portanto, deveria ser reconhecida pelo Estado como uma área que potencializaria os setores econômicos (DE MARCHI 2014, p.197-198). Aos poucos o tema desperta o interesse de outros países até que é inserido na pauta de organismos internacionais.

Em 2001, Howkins (2013) lançou o primeiro livro sobre o tema onde afirma que a economia criativa está vinculada à "natureza e na extensão da relação" entre economia e criatividade e na forma como elas "se combinam para criar valor e riquezas extraordinários". Desta forma a criatividade pode se tornar uma atividade econômica ao gerar uma ideia e a partir do momento em que esta produza um bem ou serviço, denominado pelo autor como um produto criativo. A criatividade também está vinculada às criações artísticas; às descobertas da ciência (P&D); às inovações em processos, gestão, produtos e criação da marca que acontecem nas estruturas organizacionais de empresas e instituições. Todas as criações intangíveis destes setores devem ser amparados por instrumentos legais de propriedade intelectual, a

[10] Com a adoção da nova política, o Departamento do Patrimônio Nacional (*Department of National Heritage - DNH*) foi reestrutura e passou a ser denominado Departamento para Cultura, Mídia e Esporte (*Department for Culture, Media and Sport - DCMS*).

saber, direitos autorais, patentes, marcas e desenhos industriais, entre outros (HOWKINS 2013, p.12-21).

No caso das organizações internacionais, mais especificamente a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)[11], a deliberação para que ela inserisse o tema internamente aconteceu durante a Décima Primeira Conferência da ONU sobre Comércio e Desenvolvimento – XI UNCTAD – que aconteceu em São Paulo, em 2004. Naquela ocasião houve a deliberação para que fosse construída uma política internacional de desenvolvimento econômico. A partir daí iniciaram-se análises, pesquisas e a promoção de ações internacionais com o objetivo de fomentar o tema. Uma das estratégias foi a redefinição de políticas públicas que auxiliassem os países em desenvolvimento a partir da diversificação da economia, promovendo o setor cultural e criativo. Como reflexos dessas discussões, iniciou-se a sensibilização também do Brasil (SANTOS-DUISENBERG 2012, p.76).

Desde então, a UNCTAD publicou dois relatórios que reúnem pesquisas, estatísticas e indicadores sobre o a economia criativa em perspectiva global. O primeiro "Relatório de Economia Criativa 2008 – O desafio de avaliar a economia criativa: em direção à criação de políticas", publicado em 2009, e o segundo, publicado em 2011, o "Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável".

Nos dois relatórios publicados nota-se a evolução do conceito e desta forma percebe-se que a própria UNCTAD não mante um conceito fixo, pois entende que é um tema em evolução. Para a UNCTAD, a economia criativa e suas indústrias criativas têm o centro na arte e cultura, porém não necessariamente se restringem a ele, podendo ir até outros produtos ou serviços desde que tenham aspectos criativos, algum valor econômico e que possam ser inseridos no mercado. Portanto, nessa perspectiva, a base da economia criativa está nos ativos criativos pautados matéria prima a criatividade, não no capital. Com base nesses fundamentos o processo produtivo se interliga com a economia nos níveis macro e micro (SANTOS-DUISENBERG 2008, p.58-62).

[11] Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD, instituída em 1964, em Genebra, na Suíça, é o órgão da Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas – ONU que busca promover a integração dos países em desenvolvimento na economia mundial.

A economia criativa é considerada um fenômeno cultural, político, econômico, tecnológico, entre tantos outros, e é, principalmente, um fenômeno relacionado aos mercados. O conceito nasce da vontade política onde intencionalmente aproveita-se da identificação de experiências mais conhecidas nos territórios na tentativa de conceituá-la, de identificá-la para fomentar e prover o desenvolvimento local. Pode também servir para reorganizar e ressignificar espaços urbanos (BARBOSA 2012, p.107-111).

Apesar dos avanços, o conceito de economia criativa encontra-se em evolução e reflete sobre a construção de estratégias de desenvolvimento ditas convencionais voltadas para a produção primária e para os processos industriais, para uma nova maneira de estruturar estratégias econômicas a partir da interface entre economia, cultura e tecnologia (WACHOWICZ 2012, p.126-128). Da mesma forma é possível perceber os mesmos aspectos conflitantes em relação ao conceito nas abordagens que discutem a evolução das sociedades, especialmente quando se trata da passagem de uma sociedade industrial para uma sociedade do conhecimento ou informacional.

A sociedade do conhecimento ou da informação relaciona a passagem de uma economia fundamentada na produção em massa e no capital e trabalho para uma economia onde há a valoração do capital intelectual, que tem por base a troca de conhecimentos e a produção intelectual do indivíduo. Agregando-se ao novo movimento econômico, tem origem a valorização da originalidade e da criatividade, resultando um novo relacionamento do indivíduo com o consumo de bens e serviços. Os reflexos disso se estendem a novos modos de vida em que o indivíduo tem se afastado do comportamento tradicional. O indivíduo ao invés de continuar a se limitar a trabalhar pelo salário e consumir bens padronizados, adere a novos comportamentos que remetem a um desejo de controlar a própria vida de modo integral (BENDASSOLLI *et al.* 2009, p.11).

2.3. Tentativas de mensurar e resultados da economia criativa

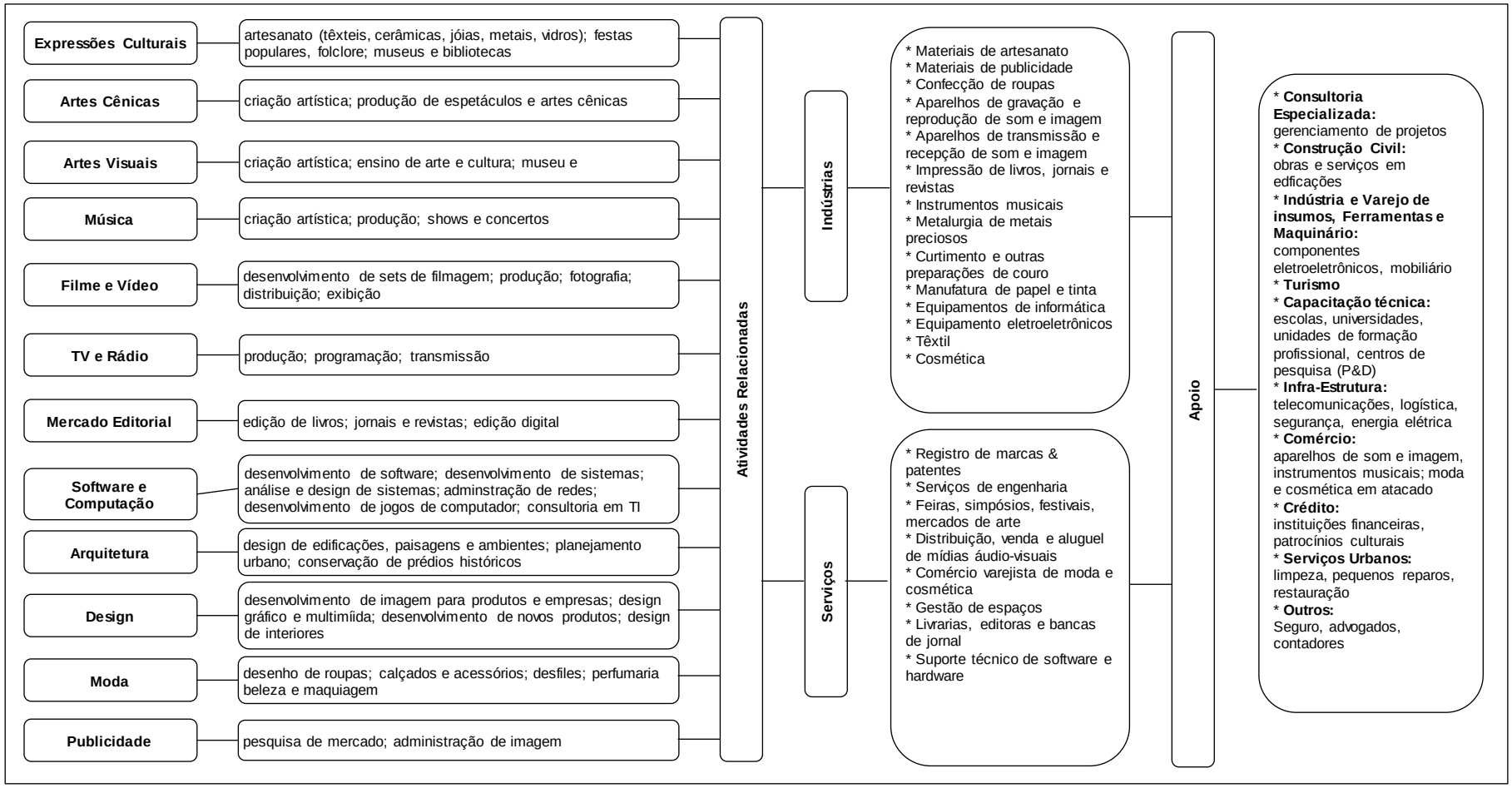
Com fins de mensurar o montante na economia representado pelo segmento vinculado ao intangível, algumas iniciativas têm sido empreendidas. De forma geral, ainda não há consenso acerca de quais segmentos compõe a indústria criativa. Não

obstante, a partir de critérios objetivos, já foi possível avaliar que a indústria criativa ocupa de 2% a 6 % da economia dos países desenvolvidos. Com crescimento de 12% em 2003, atingiu 2,6% do PIB da União Europeia. No Reino Unido houve entre 1997 e 2007 crescimento de 5% enquanto a economia tradicional cresceu 3%. Em 2007 a indústria criativa atingiu 6,2% daquela economia (UNCTAD 2010, p.28-30).

No Brasil, os primeiros dados levantados para quantificar a indústria criativa foram obtidos pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), em 2008 e publicados no documento “Estudos para o desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro”. Esse estudo considera dados de 2006 e além do Rio de Janeiro, teve por objetivo levantar informações para o Brasil. O levantamento seguiu a categorização da UNCTAD, definida no relatório 2008, e foi ampliado para uma abordagem de cadeia produtiva (FIRJAN 2008, p.13). Desta forma, o estudo foi desenvolvido, conforme Figura 5, considerando três grandes áreas: núcleo da indústria criativa, com 12 segmentos; áreas relacionadas e atividades de apoio.

Os doze segmentos do núcleo da indústria criativa estão vinculados aos setores, a saber, Expressões Culturais, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme & Vídeo, TV & Rádio, Mercado Editorial, Software & Computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade. As denominadas áreas relacionadas são aquelas que provem de forma direta, os bens e serviços, para as empresas do núcleo. E as áreas denominadas de apoio são aquelas que fornecem produtos ou prestam serviços indiretos às empresas do núcleo da indústria criativa. Para exemplificar, a criação musical é o núcleo, a fabricação de instrumentos e a gravação pertencem a área relacionada e a comercialização do CD pertence à área de apoio (FIRJAN 2008, p.13).

Figura 4 - Cadeia da Indústria Criativa no Brasil



Fonte: FIRJAN (2008, p.15)

A partir dos dados da cadeia da indústria criativa e dos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2006, coletadas pelo Ministério do Trabalho e Emprego, dos trabalhadores formais, vinculados as 12 atividades do núcleo da cadeia, o estudo da FIRJAN apontou para 638 mil trabalhadores formais alocados em atividades da indústria criativa no Brasil, o que representa 1,82% do número de trabalhadores no país. Se considerar atividades relacionadas, o número sobre para 2,9 milhões de empregos no país, representando 8,3%. As atividades de apoio alocam 4,0 milhões de postos de trabalho, representando 11.6% do universo de empregos formais do Brasil, conforme Figura 5 (FIRJAN 2008, p.15-16).

Figura 5 - Empregos criativos em atividades relacionadas e de apoio

Nº de Trabalhadores (em milhares)	**Atividades relacionadas**	**Apoio**
Indústria da transformação	1.714	450
Construção civil	89	1.152
Comércio	945	1.222
Serviços	170	1.269
Total	**2.918**	**4.093**
Parcela no mercado de trabalho	8,3%	11,6%

Fonte: FIRJAN (2008, p.15-16)

Ao serem incluídas todas as atividades da cadeia da indústria criativa brasileira, observa-se que abrange 7,6 milhões de trabalhadores formais, representando 21,8% do número total dos postos de trabalho no país (FIRJAN 2008, p.17). Das três áreas mais representativas destacam-se Arquitetura, Moda e Design que juntas representam 82,8% do mercado de trabalho criativo, mais 82,5 % dos estabelecimentos e 73,9% da massa salarial da indústria criativa nacional, conforme Tabela 1 (FIRJAN 2008, p.19).

Tabela 1 - Atividades líderes dos empregos formais da indústria criativa brasileira

Setores criativos	Nº de trabalhadores (em mil)	Nº de Estabelecimentos (em mil)	Renda do trabalho (R$ milhões)	Renda por trabalhador (R$)	Trabalhador por estabelecimento
Arquitetura	3.305,4	386,5	2.642,3	799	8,6
Moda	2.320,9	302,6	1.513,8	652	7,7
Design	704,0	70,8	812,1	1.154	9,9
Software	431,9	48,5	695,3	1.610	8,9
Mercado Editorial	371,3	52,5	408,8	1.101	7,1
Televisão	127,6	9,3	210,0	1.646	13,7
Filme e Vídeo	120,4	20,4	107,8	895	5,9
Artes Visuais	82,3	2,9	132,2	1606	28,3
Música	74,5	9,3	71,1	954	8,0
Publicidade	54,4	6,0	83,0	1.526	9,0
Expressões Culturais	44,2	9,6	32,7	739	4,6
Artes Cênicas	11,5	2,3	11,6	1.013	5,0
Cadeia da Indústria Criativa	7.648,4 21,8%	920,8 32,5%	6.720,8 16,3%	879 75,1%	8,3 66,9%
Total da Economia Nacional	35.155	2.834	41.117	1.170	12,4

* Parcela sobre o total da economia nacional
Fonte: FIRJAN (2008, p.19)

Nesse estudo de 2008, estimou-se a representatividade da indústria criativa no PIB brasileiro. Por ainda não haverem dados oficiais “partiu-se da hipótese de que a razão entre os rendimentos da força de trabalho e o produto interno bruto do segmento seja similar ao da economia como um todo” (p. 20). Neste levantamento não foram considerados os dados dos trabalhadores informais, mesmo sabendo-se que nestas áreas há um grande número destes. Portanto, as estimativas devem ser vistas mais com um limite inferior do que propriamente um teto da representatividade da cadeia da indústria criativa no produto interno bruto. O fato de deixar-se fora a economia criativa subterrânea (ou informal) repercute em subestimação do seu valor real (FIRJAN 2008, p.20-21). As informações sobre o PIB e atividades são apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2 - Participação da Cadeia Criativa no PIB

PIB da Indústria Criativa (R$ bilhões)	Dados do Brasil
Atividades do Núcleo Parcela sobre o PIB	60,3 2,59%
Atividades Relacionadas Parcela sobre o PIB	125,3 5,37%
Atividades de Apoio Parcela sobre o PIB	195,7 8,39%
Total da Cadeia Criativa Parcela Sobre o PIB	381,3 16,35%

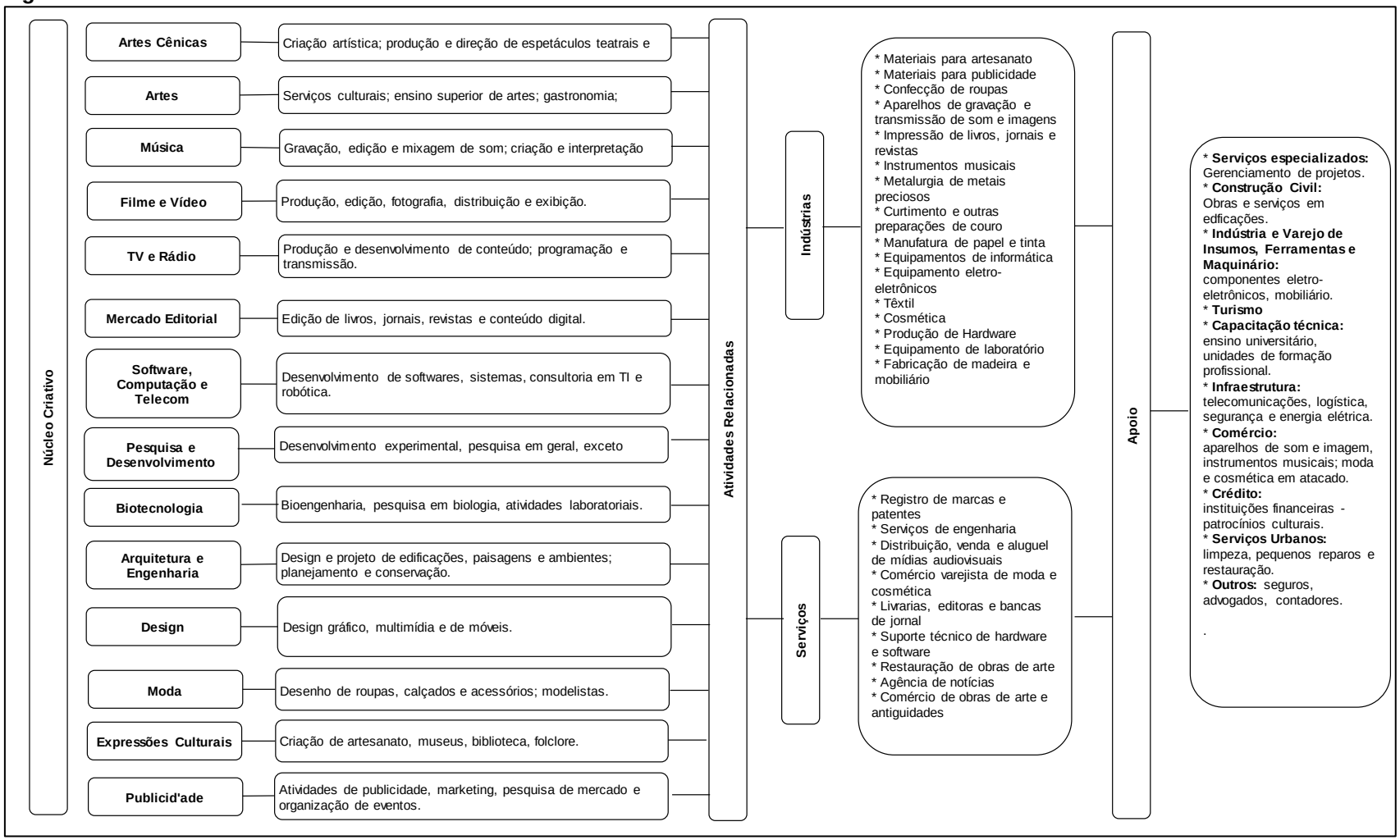
Fonte: FIRJAN (2008, p.21)

Os estudos da cadeia criativa no Brasil, realizado a partir de dados primários do Ministério do Trabalho e Emprego e IBGE em 2006, indicam a participação de 21,8% do total nacional e a geração de renda agregada de 16,3% do PIB Nacional (FIRJAN 2008, p.24).

Em 2011, a FIRJAN publicou um documento denominado *Nota Técnica* com o objetivo de atualizar o estudo que havia sido realizado em 2008. Esse novo levantamento teve por base os dados de 2010 nos mesmos 12 segmentos do estudo anterior, bem como o número de trabalhadores e a renda do trabalhado em cada área. O resultado de tal levantamento indicou a participação de 18,2% do setor criativo no PIB, com valor absoluto de R$ 667 bilhões (FIRJAN 2011, p.1;5).

Em 2012, a FIRJAN publicou um novo relatório denominado Indústria Criativa: mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, tendo por base os dados do ano de 2011. Neste novo estudo foram acrescentadas duas novas atividades no núcleo criativo: Pesquisa & Desenvolvimento e Biotecnologia. Na Figura 6 é possível verificar a nova categorização do Núcleo Criativo, com a inclusão daquelas duas atividades. Além disso, há o alinhamento com a literatura internacional, acrescentando uma nova abordagem em relação ao método das edições anteriores. Manteve-se a observação da cadeia produtiva, com foco *nas empresas e o valor de produção gerado por elas*, e constituiu-se uma análise *sobre os profissionais criativos,* pois eles podem desenvolver suas funções em empresas de vários segmentos e não somente em empresas do segmento criativo. Por isso, se nos levantamentos anteriores eram considerados apenas os dados da Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE), nesse novo levantamento foi considerada a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) (FIRJAN 2012, p.1-2).

Figura 6 - Cadeia da Indústria Criativa no Brasil



Fonte: FIRJAN (2012, p.4).

Os dados de 2012 da produção da cadeia da indústria criativa nacional somam um montante de R$ 735 bilhões, o que equivale a 18% do PIB brasileiro (FIRJAN 2012, p.7). Em 2010 a participação foi de 18,2 % e em 2011 a participação foi de 18%. A diferença se justifica pela alteração da metodologia utilizada na nota técnica publicada em 2011 e o relatório publicado em 2012, conforme apontado anteriormente.

Outra constatação importante no documento de 2012 foi a possibilidade de comparar os dados das atividades do núcleo criativo do Brasil com números de outros países, por meio dos números agregados pela UNCTAD. Nessas bases comparativas, o Brasil apresenta tendência de crescimento alinhada ao crescimento em outros países e ultrapassou indicadores da Itália, Espanha e Holanda, passando a ocupar o 5º lugar em relação aos países que mais se destacam no nível mundial conforme Tabela 3 (FIRJAN 2012, p.7-8).

Tabela 3 - PIB do núcleo criativo e PIB dos países selecionados

País	PIB Criativo (R$ Bilhões)	Participação no PIB (%)
Estados Unidos	1.011	3,3
Reino Unido	286	5,8
França	191	3,4
Alemanha	181	2,5
Brasil*	**110**	**2,7**
Itália	102	2,3
Espanha	70	2,3
Holanda	46	2,7
Noruega	32	3,2
Bélgica	27	2,6
Suécia	26	2,4
Dinamarca	21	3,1
Áustria	15	1,8
Grécia	6	1,0

Fonte: FIRJAN (2012, p.8).

Os estudos elaborados pela FIRJAN, publicados em 2008, 2011 e 2012, referentes à cadeia da indústria criativa brasileira, demonstram a representatividade do setor no PIB nacional. Esse pode ser um dos motivos que tem despertado inúmeros agentes públicos e privados para tentar compreender melhor o segmento e as áreas que o compõem.

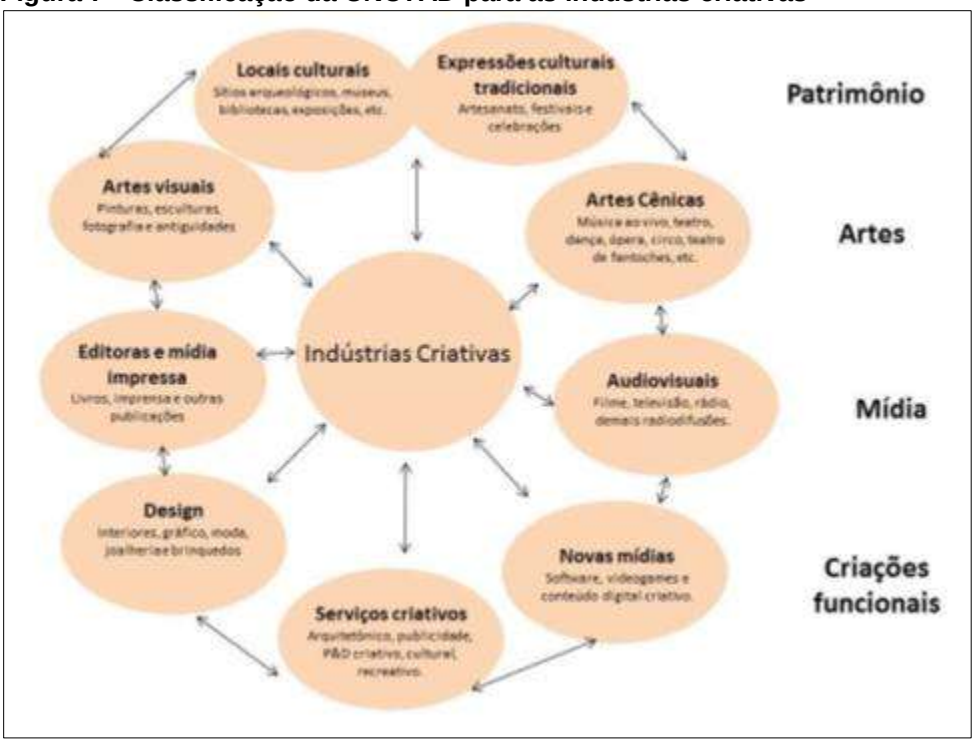
Na seção que segue será abordado o contexto da indústria criativa mundial e brasileira.

2.4. A indústria criativa

No campo da indústria criativa, a UNCTAD entende como sendo uma área que vai além da conceituação de criatividade. Por isso, amplia o campo para abranger atividades econômicas que contam com algum componente artístico que produza produtos simbólicos dependentes da propriedade intelectual. Também diferencia atividades culturais tradicionais, por exemplo: artes cênicas ou visuais, das atividades do mercado: publicidade, editoras e mídia, sendo que este segundo grupo tem mais facilidade de acessar outros domínios econômicos tendo em vista a facilidade de acesso à cadeia produtiva e de reprodução.

O escopo das indústrias criativas é, portanto, amplo e faz interface com vários setores, que abrangem desde atividades vinculadas aos conhecimentos tradicionais e ao patrimônio cultural (artesanato e festividades) até áreas tecnológicas voltadas a prestação de serviços (audiovisual e novas mídias). A UNCTAD adota uma classificação geral dividida em quatro grandes grupos que se dividem em nove subgrupos, conforme figura que segue.

Figura 7 - Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas



Fonte: UNCTAD (2010, p.8)

No campo conceitual, para a UNCTAD as indústrias criativas (a) são

os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que uti-

> lizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; (b) constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; (c) constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; (d) posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; (e) constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial (UNCTAD 2010, p.7-8).

O conceito de indústrias criativas é, como visto, relativamente recente. Entretanto, a vinculação da arte, negócios e tecnologia já havia sido apontada por Adorno e Horkheimer da Escola de Frankfurt, em 1969, quando delimitaram o campo da indústria cultural. Para eles, a queda das artes humanísticas ocorreu quando iniciou a transformação de bens culturais em *commodities* ocorrendo também a inserção destes bens na racionalização capitalista, tendo também como consequência um processo de padronização e distribuição (BENDASSOLLI *et al.* 2009, p.13).

Das características da indústria criativa, três delas são detalhadas por Bendassolli *et al* (2009, p.13-14), conforme Quadro 3 e detalhamento no texto sequencial abaixo.

Quadro 3 - Características das Indústrias Criativas

Categoria	Aspectos gerais
Forma de Produção	• Criatividade é o recurso-chave • Valoriza a arte pela arte • Fomenta a utilização de novas tecnologias de informação e de comunicação • Faz uso extensivo de equipes polivalentes
Características dos produtos	• Variedade infinita • Diferenciação vertical • Perenidade
Características do Consumo	• Caráter cultural • Reconstrução mercadológica • Instabilidade na demanda

Fonte: Bendassolli *et al.* (2009, p.13-14). Elaboração própria.

Dentro da primeira categoria das características trazidas no quadro acima, das formas de produção, a criatividade sempre esteve presente nos empreendimentos, apresentando variação na forma de institucionalização. Sempre, em algum momento, a criação passa a ser assumida como mercado e em outro momento é assumida como arte. A criatividade pode ser definida como o potencial humano na realização ou criação de algo, que é feito em grupos ou individualmente (BENDASSOLLI *et al.* 2009).

O termo criatividade também é confundido com outros conceitos, que nem sempre são similares, como, por exemplo, “talento, genialidade, inovação, inventivi-

dade, originalidade, improvisação e imaginação". Em função disso, o campo teórico aponta para uma série de definições do termo, que, geralmente, partem da necessidade de se utilizar o ato criativo, ou seja, a criatividade que deve servir para algo ou para alguém. Na tentativa de descrever o processo criativo, em geral, os autores se defrontam com estágios ou etapas necessárias, nem sempre lineares e às vezes sobrepostas, para que se alcance a etapa final em um processo criativo, seja de um produto ou uma condução de um processo decisório (FITZHERBERT e LEITÃO 1999, p.116-117).

Enquanto a indústria tradicional prioriza a funcionalidade e a instrumentalidade, as indústrias criativas optam por escolher concepções estéticas, artísticas com traço cultural relevante. Porém este direcionamento tem em si seus desafios pois para viabilizar produtos ou serviços criativos é necessário lidar com instâncias instrumentais. O uso das TICs representa um dos fatores que influenciam o crescimento do setor criativo, pois vários segmentos estão utilizando-se das mesmas e, com isso, ganham destaque, como, por exemplo, ocorre com a cadeia produtiva e de consumo da música, que vem se transformando ao longo das últimas décadas. A utilização de equipes multidisciplinares constitui processos que envolvem a criação de um novo produto ou serviço criativo, por exemplo, a produção de ópera, filmes o desenvolvimento de um avião e até mesmo de um produto bancário (BENDASSOLLI *et al.* 2009).

A segunda categoria é vinculada às características do produto que podem apresentar diversas variáveis. Entre elas uma variável infinita, no sentido de que os produtos advindos da indústria criativa podem gerar inúmeros produtos finais, pois se abastecem de insumos criativos e recursos técnicos variados. É o exemplo de uma mesma canção que pode ter várias versões finais dependendo da interpretação de estilo e arranjos. A diferenciação vertical diz respeito ao posicionamento que um artista pode alcançar em comparação com outro artista. Esta definição é estabelecida pelas leis de mercado onde os distribuidores, intermediários e os promotores de arte e cultura influenciam diretamente no *status* de determinado produto. É o exemplo de um *marchand* que decide promover determinado artista que depois de reunir suas obras percebe a oportunidade de obter ganhos de capital com aqueles produtos. No caso da perenidade, há abrangência das condições referentes à fruição de determinado produto da indústria criativa por um longo período de tempo, exemplo

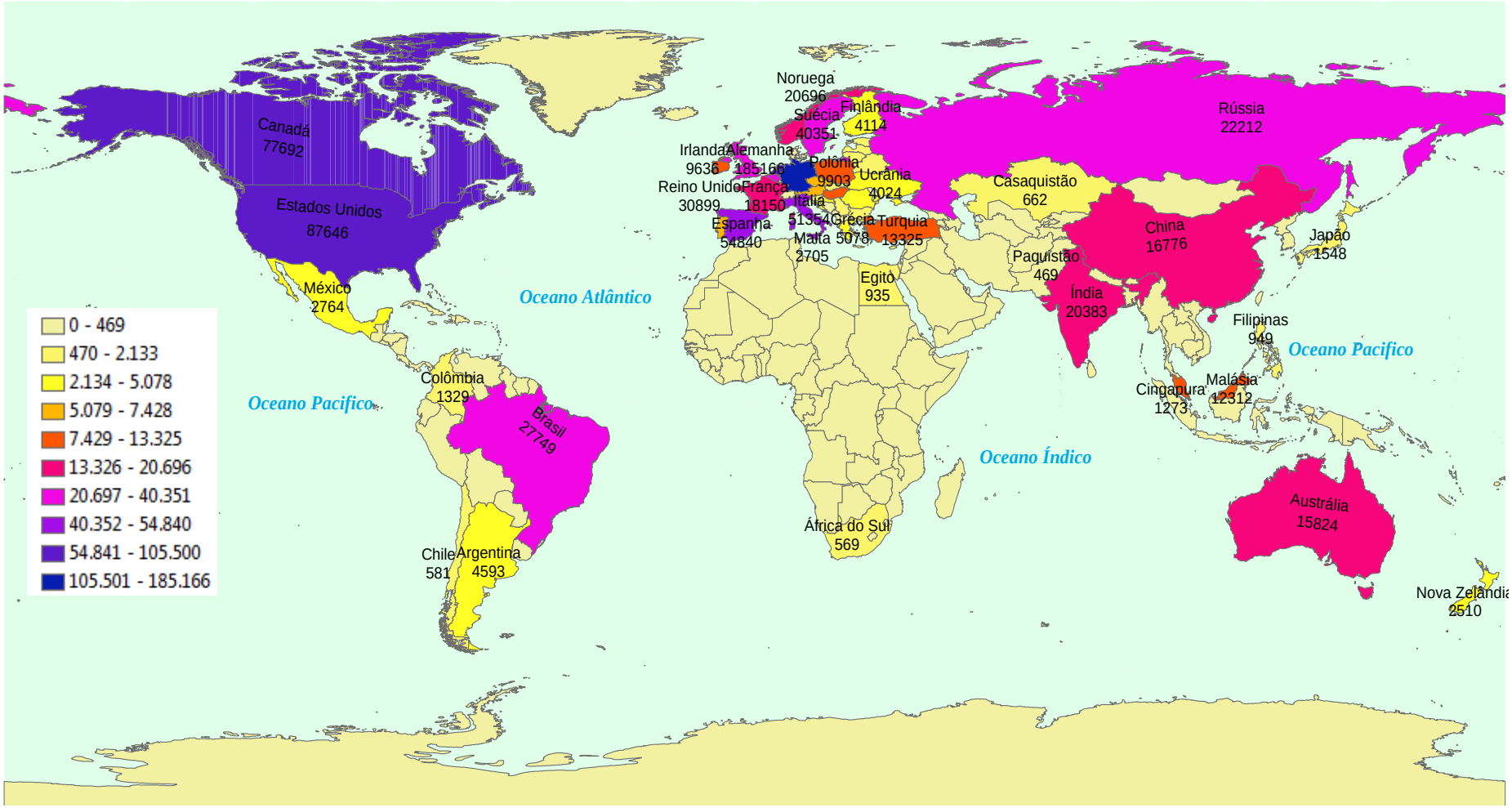
do que ocorre com os direitos autorais. É o caso de músicas e da literatura onde autores e herdeiros se beneficiam destas produções (BENDASSOLLI *et al.* 2009).

Na terceira categoria das características do quadro acima, o consumo com caráter cultural, refere-se a um novo padrão de consumo, que surge a partir dos anos de 1990. Esse padrão consumo prioriza serviços e produtos que valorizem a estética e que combinam capital cultural e capital econômico. Neste sentido, a reconstrução mercadológica pressupõe a influência que o consumidor exerce nos ciclos que geram valor econômico, especialmente a partir do fortalecimento de identidade individual deste consumidor. Outro aspecto do consumo na indústria criativa é a instabilidade na demanda, pois nem sempre é possível prever o volume de vendas que os produtos advindos da indústria criativa terão em função de um produto não ser igual ao outro. Por outro lado, por se utilizar de processos inovativos em todo o tempo, é possível criar novos produtos com mais frequência, o que é muito esperado pelos consumidores (BENDASSOLLI *et al.* 2009).

As indústrias criativas têm contribuído para a revitalização do capital, que privilegia o imaterial em detrimento ao material, e embora seja possível constatar a transição entre os modelos produtivos diversificados, ambos convivem no mesmo tempo e espaço (PIRES e ALBAGLI 2012).

Na Figura 8, abaixo, constam informações dos somatórios de resultados financeiros de exportações de bens e serviços criativos na década compreendida entre 1999 e 2008. As exportações mundiais de produtos criativos passaram de $227,5 bilhões em 1996 para $424,4 bilhões em 2005. O Relatório da UNCTAD (UNCTAD 2010) registra que, entre 2002 e 2008, bens e serviços criativos, apesar da crise econômica que afetou grande parte dos países desenvolvidos, tiveram crescimento anual médio de 14%. O comércio mundial de bens e serviços criativos alcançou $592 bilhões em 2008 (PROCOPIUCK e FREDER 2013, p.19-20).

Figura 8 - Volume de exportação de bens e serviços criativos entre 1999 e 2008, em milhões de dólares



Fonte: Procopiuck e Freder (2013, p.19).

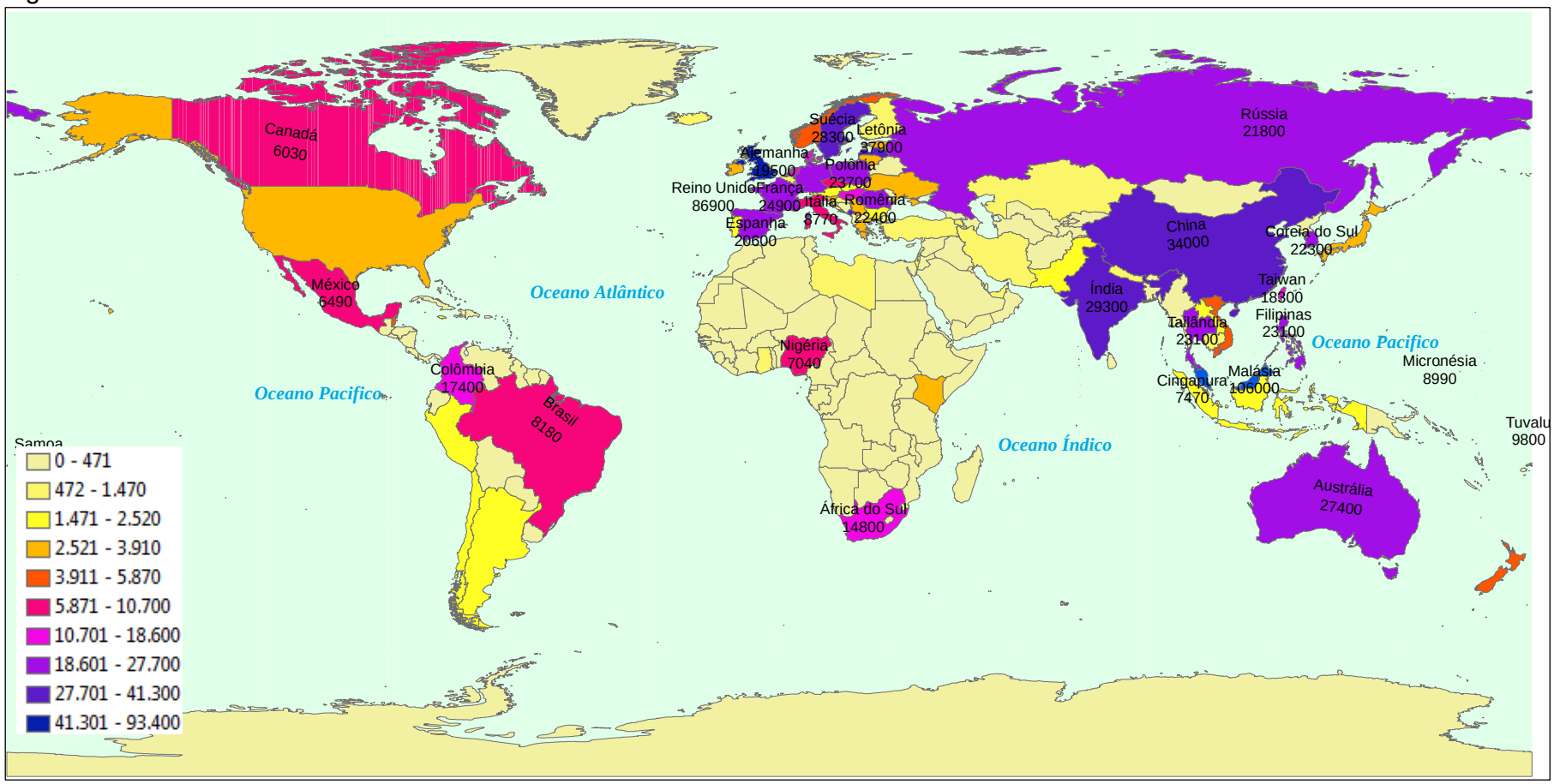
Desde que se iniciaram ações de mapeamento e categorização dos setores econômicos vinculados a economia criativa e indústrias criativas, não resta dúvida acerca do potencial trazido e de seu real crescimento frente a outros setores vinculados a economia tradicional (UNCTAD 2010, p.28). Porém, abordar este segmento não dominante, sob o ponto de vista econômico, tem ocasionado o desenvolvimento de várias frentes de discussão além de diversas tentativas de desenvolver o conceito e alinhar o entendimento acerca do tema da economia criativa e os setores econômicos que a compõe.

Ao procurar indícios sobre a intensidade da reverberação a partir da sociedade global, a importância assumida pela temática indústria criativa pode ser aferida objetivamente a partir de levantamentos na internet, obtendo, com isso, referenciais como o mapa a seguir Figura 9. Esse mapa foi elaborado a partir de dados levantados na internet, utilizando domínios de topo (country-code top-level domains ou ccTLD) de cada país. Esses domínios, atualmente em número de 250, são definidos pelo código ISO 3166-1 alpha-2, publicado e atualizado pela *International Organization for Standardization*. Aplicado para organização da internet, o domínio de topo é a sigla que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores localizados em cada país e em suas dependências. Esses códigos, quando utilizados de acordo com regras de programas de busca, como o Google, possibilitam isolar o número de ocorrências em consultas por país, de acordo com parâmetros formados por palavras, termos, frases, etc. Tendo como elemento de pesquisa a expressão “creative economy”, a pesquisa exploratória foi realizada em janeiro de 2013, quando foram identificados 1.001.451 documentos eletrônicos. A distribuição quantitativa desses por país está representada na

O resultado do levantamento aponta em ordem decrescente de frequência, os países que concentram o maior volume de discussões sobre o tema, entre os primeiros, Suíça (139.000), Malásia (106.000), Reino Unido (86.900), Letônia (37.900), China (34.000), Montenegro (30.200), Índia (29.300), Suécia (28.300) e Austrália (27.400). Nessa lista, o Brasil ocupa a 30ª posição e está situada no 6º grupo representado na legenda retangular. Este posicionamento está em consonância com a 7ª colocação no volume de exportações de bens e serviços com origem na economia criativa, como explicitado na Figura 8 (PROCOPIUCK e FREDER 2013, p.23-24).

A constatação é importante pois entre os países que lideram as ocorrências nem sempre estão os que habitualmente concentram as citações teóricas e as notícias sobre o tema, demonstrando que vários outros países já estão trazendo o assunto para as discussões no âmbito privado e governamental.

Figura 9 - Discussão mundial na internet sobre indústrias criativas



Fonte: Procopiuck e Freder (2013, p.24).

No caso do Brasil, as ações voltadas para a economia criativa e as indústrias criativas vêm sendo implementadas pelo Ministério da Cultura, por meio do Plano Brasil Criativo, onde constam ações vinculadas ao campo da cultura e algumas articulações com outros ministérios. É importante ter em conta que, antes mesmo da existência do Plano Brasil Criativo, vinha sendo implementado, desde 2003, um processo de reformulação institucional do campo da cultura. Nesse processo se incluem Conferências e a criação do Plano Nacional de Cultura e seus instrumentos de avaliação e controle, a exemplo do Sistema Nacional de Cultura e seus indicadores. Por isso, optou-se por inserir um breve contexto que aborda a construção do campo da cultura no Brasil para que desta forma seja possível compreender o cenário brasileiro e também em que contexto o tema das indústrias criativas vem sendo abordado no país.

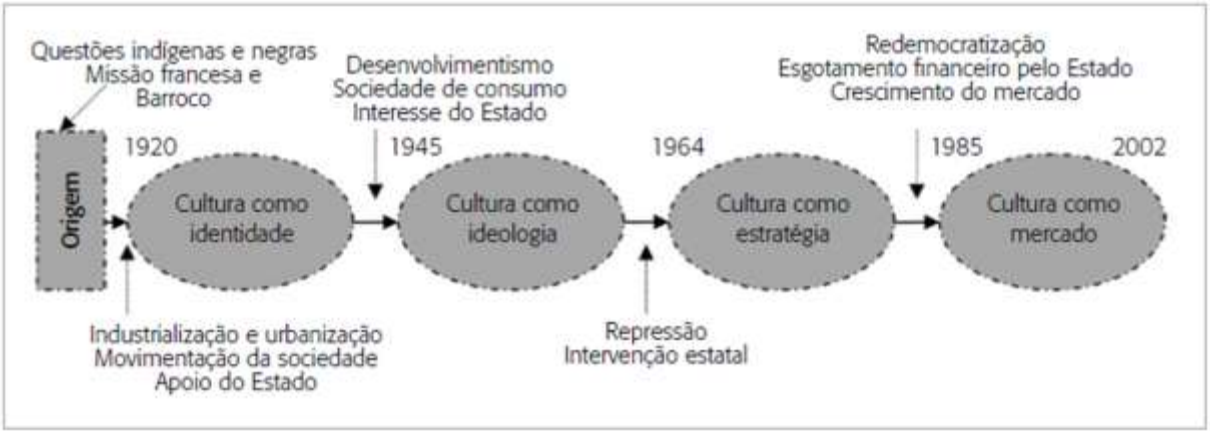
3. CAMPO CULTURAL E A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

No processo histórico de construção, o campo da cultura no Brasil mereceu atenção secundária pela sociedade, mercado e pelo Estado. Embora sejam consideradas relevantes iniciativas de grupos sociais que discutem o sucateamento do aparelho estatal da cultura, o interesse do mercado por determinados produtos culturais e a inserção das atividades culturais no campo das políticas públicas como ferramenta nos processos de inclusão social, todos esses movimentos ainda não foram capazes de contribuir para que o tema tivesse condições de se tornar prioridade na pauta governamental (SIMÕES e VIEIRA 2010, p.217-235).

3.1. Evolução do campo da cultura no Brasil

Na Figura 10 é possível perceber a evolução da configuração do campo da cultura no Brasil, a partir de um recorte temporal de 1920 até 2002. Nesta análise percebe-se a complexidade que envolve a estruturação da área e também o papel dos vários atores neste processo.

Figura 10 - Histórico do campo da cultura no Brasil



Fonte: Simões e Vieira (2010, p.225)

De acordo com a Figura 10, as origens do campo organizacional da cultura brasileira sofreram influências da presença indígena, da colonização portuguesa, da presença negra e da vinda da missão artística francesa em 1816[12]. Entre 1920 e 1945, os movimentos de urbanização e industrialização contribuíram para que a sociedade brasileira iniciasse o questionamento acerca das bases que estavam sendo utilizadas para a construção do país, surgindo uma primeira configuração no campo da cultura denominado “Cultura como identidade”. Um segundo movimento, que ocorreu entre 1945 até 1964, tem sua base no pensamento desenvolvimentista onde prevalecia o desenvolvimento de uma sociedade de consumo e o campo da cultura passa a ser tratado como ideológico. A terceira configuração é iniciada no período de repressão e é onde ocorreu a quebra dos movimentos anteriores diante de uma possível ameaça nacional, surgindo diversas organizações culturais estatais e uma redefinição do campo sendo a “Cultura como estratégia”. A partir de 1985, os novos processos sociais, a redemocratização, o esgotamento financeiro por parte do estado levam a consolidar a “Cultura como mercado” (SIMÕES e VIEIRA 2010, p.224-225).

Todas as transformações ocorridas no campo organizacional da cultura ocorrem em função da lógica histórico-social. Diante desta perspectiva, há um conjunto de características peculiares de cada etapa, conforme Quadro 3, sendo (a) campo da cultura como identidade; (b) campo da cultura como ideologia; (c) campo da cultura como estratégia; e (d) campo da cultura como mercado (SIMÕES 2006).

[12] A missão artística francesa teve por objetivo “civilizar os trópicos”, mas sabe-se das perdas culturais, incluindo conhecimentos indígenas, que ocorreram no Brasil pois todas as novas referências artísticas eram europeias (SIMÕES e VIEIRA 2010, p.224-225).

Quadro 3 - Caracterização das configurações no campo da cultura

Campo da Cultura com Identidade	Campo da Cultura como ideologia	Campo da cultura com estratégia	Campo da cultura com mercado
▪ Fatores determinantes do campo – início da industrialização e crescimento das cidades, movimentação cultural por parte da sociedade, criação de aparato administrativo legal por parte do estado ▪ Localização geopolítica do campo – centralizada nos estados de RJ, SP e MG ▪ Grau de interação entre os atores – forte relação de interesse entre Estado e intelectuais, influência direta dos intelectuais no Sphan, influência do DIP na imprensa escrita ▪ Desenvolvimento de consciência mútua em torno da busca pela consolidação de uma identidade nacional ▪ Estruturas de dominação – estruturas ainda insipientes sendo criadas ▪ Papel do estado – apoiador e influenciador ▪ Papel do mercado - insipiente	▪ Fatores determinantes do campo – ideologia desenvolvimentista, inovações tecnológicas e conflitos políticos e sociais ▪ Localização geopolítica do campo – abertura para novos estados além de SP, RJ e MG, como RS,BA ▪ Grau de interação entre os atores – relação forte, conflituosa entre o Estado e a imprensa, dependência financeira dos atores em relação ao Estado, dependência financeira da imprensa, do teatro, do cinema e da TV em relação ao mercado ▪ Desenvolvimento da consciência mútua – manipulação por parte do Estado para o desenvolvimento de uma consciência mútua de desenvolvimentismo ▪ Estruturas de dominação – estruturas de dominação estatais já estabelecidas, mas ainda não utilizadas em sua plenitude, estrutura de dominação mercadológicas já em desenvolvimento ▪ Papel do Estado – manipulador e financiador ▪ Papel de mercado – em ascensão como financiador	▪ Fatores determinantes do campo – conflitos políticos, censura, repressão estatal e posterior abertura política, crescimento do mercado ▪ Localização geopolítica do campo – vários estados e municípios já participam ▪ Grau de interação entre os atores – conflito entre atores, disputas por recursos financeiros e de poder, patrocínio e influência do mercado, sobreposição de funções, cooperação entre atores para a utilização de recursos ▪ Desenvolvimento de consciência mútua – existência de conflito de posições em relação ao atendimento e tratamento da cultura em relação ao Estado, ao mercado e à sociedade ▪ Estruturas de dominação – estruturas fortes de dominação por parte do Estado e estruturas já criadas pelo mercado influenciando o campo ▪ Papel do Estado – interventor ▪ Papel do mercado – patrocinador e influenciador	▪ Fatores determinantes do campo - mercantilização da cultura, inovações tecnológicas, consolidação de uma sociedade de consumo e falta de legitimação da sociedade ▪ Localização geopolítica do campo – diversificada mas com destaque para as grandes capitais ▪ Grau de interação entre os atores – baixo em virtude do enfraquecimento do Estado no campo, jogos de interesses existentes entre um ator com o Estado e o mercado em paralelo ▪ Desenvolvimento de consciência mútua – pouco significativa ▪ Estruturas de dominação – estruturas estatais enfraquecidas, estruturas criadas e atuantes por parte do mercado que definem os rumos da área cultural ▪ Papel do Estado - fraco ▪ Papel do mercado – central, como tomador de decisões, e patrocinador

Fonte: Simões e Vieira (2010, p.226-227).

Ao analisarmos a linha do tempo em relação a institucionalização do campo da cultura, percebe-se que foram inúmeras alterações desde o início. A área da cultura foi inserida no Ministério da Educação e Saúde Pública, instituído em 1930. No ano de 1953 ocorreu o desmembramento do ministério em Ministério da Saúde e Ministério da Educação e Cultura. Somente em 1985 um novo desmembramento separa os dois ministérios e é instituído o Ministério da Cultura - MinC. Em 1990 o MinC foi rebaixado à instância de secretaria, voltando a ser ministério em 1992. A partir daí, até 2002, foram fortalecidas ações que promoveram o mercado, fortalecendo a Lei de Incentivo à cultura e consequente enfraquecimento de ações de investimento do Estado no campo da cultura (SIMÕES e VIEIRA 2010).

3.2. Institucionalização da política pública da cultura no Brasil

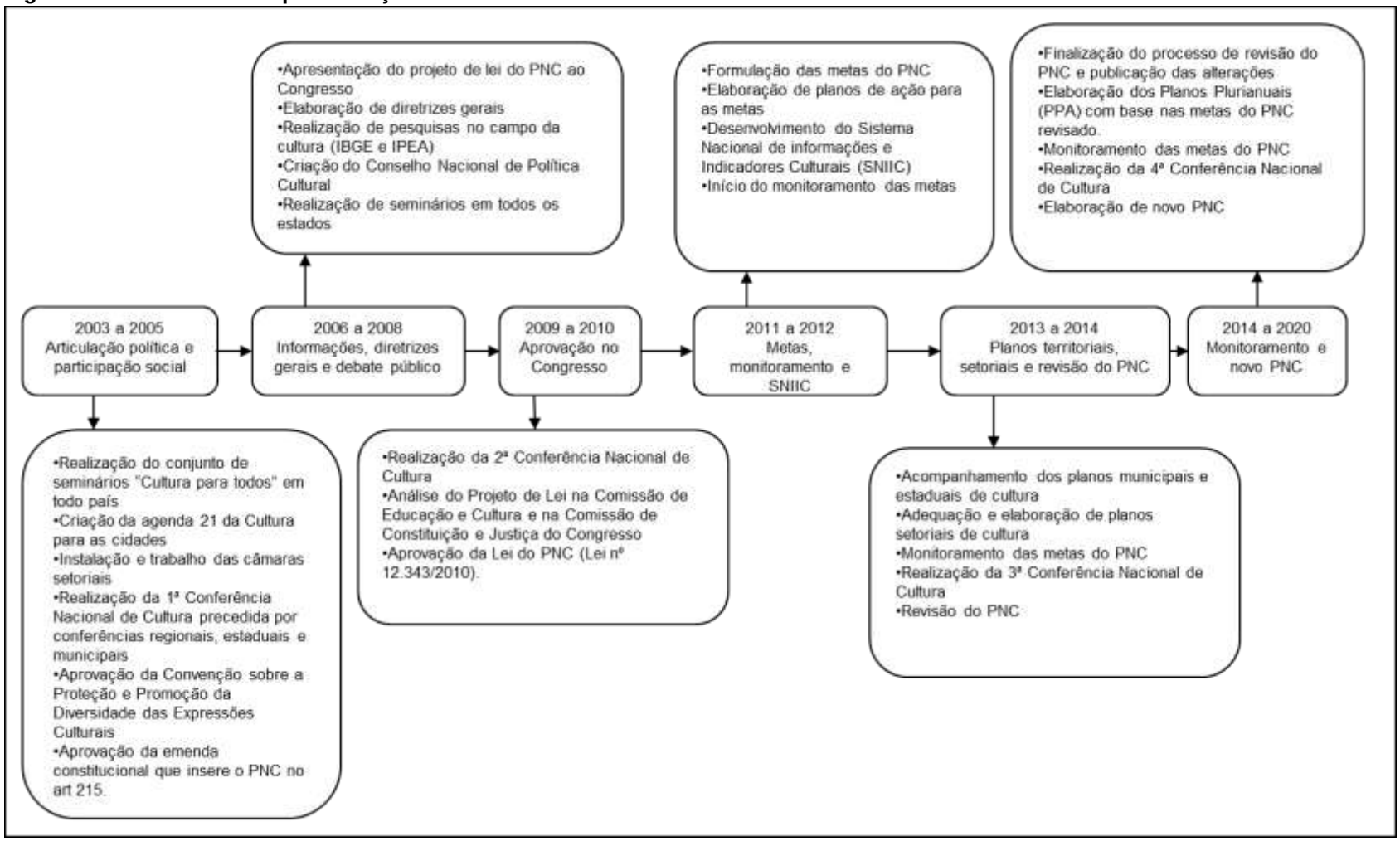
A partir de 2003, há um novo processo de reformulação no MinC com a criação de diversas secretarias e a partir daí iniciam-se uma série de iniciativas num esforço de garantir ações estruturantes para o campo da cultura. Entre as iniciativas estão a 1ª Conferência Nacional de Cultura no ano de 2005 que trouxe como resultado o início da elaboração do Plano Nacional de Cultura - PNC[13] instituído em 2010 e tem em seu escopo

> um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas que devem orientar o poder público na formulação de políticas culturais. 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 (MINC 2012a, p.140).

Na sequência foi criado o Sistema Nacional de Cultura - SNC que tem a função principal de possibilitar a gestão integrada entre o PNC e os agentes federais, estaduais, municipais e a sociedade civil (CALABRE 2009, p.120-128). Na Figura 11 é possível verificar o processo histórico da implementação do Plano de Nacional de Cultura e o processo de formulação das metas contidas neste plano.

[13] O Plano Nacional de Cultura estava previsto no artigo 215 da Constituição Federal e foi instituído pela Lei nº 12.343, de 2 de novembro de 2010.

Figura 11 - Histórico da implementação do Plano Nacional de Cultura



Fonte: MinC (2012a, p.146-147).

Todo o processo de implementação das metas do PNC, descrito no documento *As metas do Plano Nacional de Cultura*, publicado em 2012, foi organizado pela Secretaria de Políticas Culturais - SPC, vinculada ao MinC. Esse processo pretende levar à consolidação de um sistema de políticas culturais para o país. Em meio a tal processo, a partir do esforço coletivo na implementação dos instrumentos do PNC, teve origem o Plano Brasil Criativo - PBC instituído em 2011, e a Secretaria de Economia Criativa. Na sequência será abordado este assunto em específico.

3.3. Economia criativa e política cultural no Brasil

A partir da criação da Secretaria de Economia Criativa e da oficialização do Plano Brasil Criativo, em 2011 e 2012, respectivamente, o MinC passa a assumir uma função ampliada que prevê a proposição de projetos vinculados ao planejamento e desenvolvimento nacional, situação que extrapola suas capacidades institucionais, quer seja no âmbito de sua missão e também no âmbito técnico-operacional (DE MARCHI 2014, p.195-196).

Além de equacionar o elemento conceitual acerca do que é economia criativa para o MinC, é importante verificar a capacidade do ministério para atuar nessa nova política pública ao longo do tempo e de modo consistente. Caso contrário, há riscos de ocorrer o que já houve com outras políticas que originalmente detinham conceitos interessantes, mas não tiveram planejamento, consistência ou instrumentos para a ação política e sequer foram implementadas (BARBOSA 2013).

No Plano de Ação do PNC constam duzentas e setenta e cinco (275) propostas que se transformaram em cinquenta e três (53) metas a serem atingidas até 2020 (MINC 2012a). Estas metas vêm sendo implementadas e o acompanhamento da evolução deste processo tem sido por meio de uma plataforma virtual[14] onde é possível avaliar em que estágio se encontram.

Porém, o alcance das metas depende da *apropriação federativa*, ou seja, de como os estados e municípios se comprometem com a criação e implementação de seus planos de cultura, vinculados ao SNC (p. 10). Todo esse processo poderá levar à implementação do Sistema Nacional de Informação e Indicadores Culturais -

[14] Link para acessar a plataforma: pnc.culturadigital.br

SNIIC, o que, por consequência, possibilitará o acesso aos dados e indicadores das políticas públicas de cultura. Se isso se consolidar, poderá vir a ocorrer uma nova relação do Estado com a cultura e com a sociedade. Trata-se de consolidar a "cidadania cultural onde a cultura é um eixo do desenvolvimento e possibilita que os brasileiros avancem, cultural e economicamente – com justiça social, igualdade de oportunidades, consciência ambiental e convivência com a diversidade" (MAMBERTI 2012, p.10-11).

Das metas que constam no PNC, nota-se que, em cinco das cinquenta e três metas (metas: 7, 8, 9, 42 e 53), há a inserção da economia criativa, bem como outros termos vinculado ao tema como indústrias criativas, territórios criativos, empreendimentos criativos, setores e serviços criativos (MINC 2012a, p.18;36-40;115;136).

No Quadro 4 é apresentada a síntese do que compõe as metas.

Quadro 4 - Metas para a economia criativa no Plano Nacional de Cultura

Nº da Meta	Descrição da meta	Oque se pretende alterar na situação atual?	O que é preciso para alcançar a meta?
7	100% dos segmentos culturais com cadeias produtivas da economia criativa mapeadas	O mapeamento das cadeias produtivas dará visibilidade às potencialidades dos segmentos na produção, na fruição e na circulação dos bens e serviços culturais, tangíveis e imateriais, gerando sustentabilidade econômica e ganhos sociais (p. 37).	Ampliar os estudos e projetos para as cadeias produtivas; A instalação do Observatório da Economia Criativa como centro de convergência de uma rede de estudos e pesquisas representada pelos observatórios estaduais (p. 37).
8	110 territórios criativos reconhecidos	Espera-se o reconhecimento e a aprovação de pelo menos 110 territórios criativos. As ações necessárias para cumprir esta meta incentivarão os territórios aprovados a compartilhar em rede suas experiências, ideias e práticas para o desenvolvimento social e socioeconômico (p. 39).	Por meio do Plano Brasil Criativo coordenado pela Secretaria de Economia Criativa órgão do MinC, serão norteadas as ações que inserem a cultura como eixo estratégico de desenvolvimento e contribuirá com o incentivo aos territórios criativos. Para atingir esta meta será necessária a participação dos governos municipais e estaduais, academia, sociedade civil, instituições de representação patronal e laboral, entre outros (p. 39).
9	300 projetos de apoio à sustentabilidade econômica da produção cultural local	O desenvolvimento de 300 projetos de apoio à produção cultural local possibilitará identificar potencialidades e vocações locais, destacando oportunidades de desenvolvimento local e regional por meio da economia da cultura (p. 40).	Implementar os equipamentos denominados: Observatórios da Economia Criativa e os escritórios Criativa Birô. Estabelecer parcerias com SEBRAE, BNDES, IBGE, IPEA entre outros (p. 41).
42	Política para acesso a equipamentos tecnológicos sem similares nacionais re-	[...] rever a política de importação para produtos tecnológicos que possam contribuir para o desenvolvimento da criação	Um primeiro passo é a participação do Ministério da Cultura (MinC) na Câmara de Comércio Exterior (Camex). Além disso, a

	formulada	artística e cultural do país. Atualmente há políticas específicas para importação de produtos esportivos e instrumentos musicais. Pretende-se, assim, oferecer a possibilidade de importar produtos de forma menos burocrática e mais barata (p. 115).	instalação no MinC da Secretaria da Economia Criativa possibilitará a criação de políticas públicas para o desenvolvimento artístico local e regional, que priorizará o apoio e o estímulo aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos voltados para atividades artísticas e criativas (p. 115).
53	4,5% de participação do setor cultural brasileiro no Produto Interno Bruto (PIB)	Há esforços desde 2003 para medir o PIB da cultura, ainda que não exista um dado preciso, uma vez que o PIB brasileiro não possui uma conta que reúna todas as atividades culturais. Estima-se que, em 2010, as riquezas produzidas por essas atividades representaram 2,6% do PIB brasileiro. Isso equivale a cerca de 95 bilhões de reais. Pretende-se aumentar esse percentual para 4,5% do PIB. Se mantivermos a previsão de crescimento da economia brasileira em 4% ao ano, podemos projetar que, em 2020, o PIB da Cultura alcance o valor de cerca de 238 bilhões de reais (p. 136).	Para medir de maneira mais adequada o valor das atividades culturais no PIB, os ministérios da Cultura, da Fazenda e do Planejamento instituíram um comitê para desenvolver uma conta chamada Conta Satélite da Cultura. Ela irá medir de forma mais precisa os gastos com atividades culturais, para que se possa conhecer o impacto real dessas atividades na economia brasileira (p. 137).

Fonte: MinC (2012a, p.37; 39-41;115;136-137).

As propostas vinculas às metas definidas no Quadro 4 vêm sendo implementadas pelo Plano Brasil Criativo, a exemplo da meta 7 e 9, que se referem a implantação do Observatório da Economia Criativa vinculado ao MinC e de alguns observatórios estaduais nos estados de Amazonas, Distrito Federal, Bahia, Goiás, Amazonas, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro. E também, na meta 9, a implantação do escritório denominado Criativa Birô, que se constitui em projeto em fase de implementação a partir da manifestação de interesse de parceria dos estados. A proposta é que este conjunto de equipamentos façam parte da rede nacional de Criativa Birô. A saber, em março de 2013 foi realizado pelo MinC o I Encontro para capacitação dos Gestores estaduais onde estiveram presentes representantes do Acre, Bahia, Ceará, Pernambuco, Goiás, Mato Grosso, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Rio Grande do Norte, Pará, Paraná e Distrito Federal[15], este tipo de ação

[15] Informações obtidas no website do Ministério da Cultura na página da Secretaria de Economia Criativa até o período de junho/2014 (http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec).

será permanente como forma de capacitar continuamente os gestores destes equipamentos públicos.

Das demais metas onde consta a indicação de parcerias com outras instituições para o alcance da meta, até o período observado identificou-se que se encontra na etapa de articulação e não há outros acordos, termos de cooperação ou convênios firmados. Cabe destacar também que desde que se iniciaram os processos de implantação das políticas voltadas para a economia criativa no Brasil, o Ministério da Cultura tem sido impactado pela contínuas e frequentes trocas de ministros e da equipe que conduz esta política pública na Secretaria de Economia Criativa.

4. ECONOMIA CRIATIVA E A CIDADE CRIATIVA NA GESTÃO URBANA

A concentração das pessoas em espaços urbanos tem sido apontada não mais como tendência, mas com o fato desde a última parte do século passado. Na busca para inovar os meios de atendimento de grande parte das necessidades da sociedade urbana, vários estudos sobre a cidade criativa também vêm sendo desenvolvidos por pesquisadores do mundo todo.

4.1. Cidades e espaços criativos

Em um contexto abrangente, o conceito de cidade criativa vem sendo desenvolvido condicionado ao funcionamento econômico e social de cidades atrelado principalmente às atividades culturais. Estas atividades são desenvolvidas por pessoas que fomentam na cidade, enfatizando o desenvolvimento do potencial criativo de diferentes espaços e contextos urbanos (UNCTAD 2010, p.12-19).

Os espaços públicos são uma espécie de “entidade” complexa e multifacetada, onde vários tipos e perfis de públicos podem usufrui-los (ROTEM 2011, p.140-149). No aspecto do desenvolvimento das cidades e seus espaços, tem sido recorrente a discussão acerca de novos usos para os espaços públicos especialmente quando se trata de cidades criativas. As cidades passam, pois, a receber públicos cada vez mais diversificados. Uma das formas de se preparar para dar conta dessa demanda é oferecer vários tipos de atividades, proporcionando, com isso, liberdade

para que o cidadão escolha o que, quando, como e porque fazer. Entre os desafios encontrados nas cidades, além de revitalizar os espaços públicos para tais finalidades, está a criação de novos arranjos sociais para receber novos públicos e, ainda, estabelecer uma política econômica visando alternativas que possibilitem a atração de atividades dependentes de fatores de produção vinculados à economia criativa.

No âmbito das cidades, é importante ter em conta que o crescimento econômico nem sempre é sinônimo de desenvolvimento. Conforme já foi mencionado no capítulo anterior, ambos os termos não se aproximam conceitualmente. O crescimento é importante, mas não necessariamente leva ao pleno desenvolvimento. Para se colocar em rota de desenvolvimento é necessário estimular a criação de arranjos e relações sociais e de espaços urbanos apropriados para que ambos aconteçam (LEFEBVRE 2008, p.161).

Nesta perspectiva, a economia criativa vem contribuindo para a reorganização da sociedade por, principalmente, oferecer um modelo econômico que fomenta a economia pautada na utilização de recursos intangíveis nos centros urbanos. Essa perspectiva econômica, ao contrário da indústria tradicional, que muitas vezes exige maior investimento, pode ser implantada nas comunidades locais contribuindo para o desenvolvimento local por meio dos investimentos em micro e pequenas iniciativas (ASKERUD 2008, p.254-255) fortemente dependentes de habilidades artísticas, bagagem cultural e conhecimentos tecnológicos de diferentes pessoas e grupos sociais.

No campo conceitual, o termo cidade criativa perpassou por várias etapas ao longo das últimas décadas. O ponto de partida ocorreu nos Estados Unidos, nos anos de 1980, representado pela contribuição da classe artística, que buscava valorização econômica para suas criações. Depois de alguns anos, iniciativas como essas surgiram no Reino Unido e na Austrália e, após os anos de 1990, também em outras regiões da Europa e fora dela. A partir disso tem ficado claro que a classe artística passaria a ocupar papel central para que uma cidade pudesse ser criativa (LANDRY 2011, p.7-9). Classes artísticas são vistas no presente trabalho de forma bastante ampla, abrangendo, por exemplo, profissionais que atuam no desenvolvimento de soluções tecnológicas, criações culturais, na produção de artesanato etc.

Cabe ressaltar que, com muita frequência, a classe artística é apontada como a que influencia ou até mesmo inicia processos de gentrificação[16] e de revitalização urbana, seja em bairros populares ou em áreas industriais ociosas ou desativadas (VIVANT 2012, p.39). Embora também existam discussões sobre o risco de segmentação de classes sociais ocasionada pelos processos de gentrificação, não é o caso de aprofundar aqui esta análise e sim demarcar o papel da classe artística, citada por alguns pesquisadores, nestes processos de revitalização ou reocupação urbana.

Após a manifestação da classe artística, os profissionais ligados às áreas de *design*, música, artes do espetáculo, artes visuais e a comunidade de pesquisa se manifestam para que também pudessem compor os indicadores de cidade criativa. A justificativa para que passassem a fazer parte dos indicadores está pautada no entendimento de que também influenciam a identidade urbana, fomentam o turismo e interferem na formação na imagem da cidade. Surge então o questionamento sobre quais atributos estas classes criativas podem ou devem ter para, de fato, contribuírem para a formação de uma cidade mais criativa (LANDRY 2011, p.9-10).

A partir disso inicia-se o processo de reconhecimento de que estas novas classes, pertencentes a setores econômicos vinculados a serviços, poderiam vir a compor os indicadores da nova economia. Inicia-se, então, a tentativa de agrupar novas áreas de serviços, artes, criatividade, performance e desenvolvimento de pesquisa em segmentos econômicos para que, desta forma, se torne possível verificar objetivamente em que medida impactam a economia. Esse impacto tem sido mensurado a partir, por exemplo, de reclassificações de atividades econômicas a partir de sistemas de registros de empregos e de empresas em bases públicas de mapeamento da dinâmica econômica.

---

[16] Inicialmente foi um processo de transformação urbana, nos bairros operários, promovido pelas famílias da classe média inglesa (GLASS 1964). Na contemporaneidade possui um significado mais complexo que envolve a “regeneração urbana" e que incorpora em si, algumas dimensões, a saber, novo papel do Estado frente a globalização do capital; a lógica de mercado domina decisões locais; expansão dos processos de gentrificação para além da região central atingindo localidades mais afastadas (SMITH 2006). Para evitar a gentrificação, são necessárias ações de valorização homogênea do tecido urbano, que compõe a zona urbana, considerando aspectos econômicos locais (investimento e desinvestimento) e também as variáveis culturais e práticas de consumo local (CLAVER 2006).

4.2. Dinamização da vida urbana a partir da economia criativa

Tradicionalmente, o processo criativo tem sido vinculado ao indivíduo que é capaz de criar e inovar. Há, entretanto, também perspectivas que defendem a existência de influência da criatividade no desenvolvimento das cidades e regiões, e que isso ocorre de modo subjacente às atividades tradicionais de planejamento e gestão desde longa data. São destacadas ao menos três linhas principais que justificam a relação entre criatividade e desenvolvimento: (a) criar ferramentas ou instrumentos criativos de acordo com as realidades socioeconômicas e culturais de cada localidade; (b) desenvolver políticas de desenvolvimento atreladas aos setores econômicos criativos e culturais; (c) adotar medidas que possam atrair e reter profissionais vinculados a atividades criativas, especialmente aquelas que têm por base o conhecimento e a inovação (SEIXAS e COSTA 2010, p.28-29).

Historicamente, a maioria das pessoas prefere desenvolver atividades padronizadas, porém percebe-se que tem havido um aumento no número de profissionais dedicados a processos inovativos ou criativos. Com isso, os planejadores urbanos passam a considerar em suas propostas e planos, a criação de ambientes criativos com uma série de programas ou projetos voltados ao fomento ou estímulo da economia criativa, que, por sua vez, terá reflexo direto na construção de uma cidade criativa (LANDRY 2011, p.10-11).

Desta forma, identifica-se um ponto em comum nas discussões que apontam para a criatividade atrelada às pessoas que a desenvolvem e que tais pessoas se adaptarão melhor em ambientes que as recebam de forma diferenciada. Esses ambientes, podem ser os pontos comerciais e os agrupamentos urbanos onde há maior concentração de espaços propícios à criatividade.

Para atingir outro estágio na construção desses espaços criativos há a proposta do que seria uma ecologia criativa, ou seja, um ambiente pujante e diverso, capaz de fomentar a aprendizagem contínua e a capacidade de adaptação. Isso poderia ser impulsionado, por exemplo, pela existência de rede ampliada de banda larga atingindo escala ampliada no âmbito da cidade para fortalecer laços comunicativos entre agentes criativos. Esses espaços são repletos de colaboração, aprendizado e onde a novidade se torne estimulante. Quanto mais diversa esta ecologia, melhor seria o aprendizado e a colaboração (HOWKINS 2011, p.125-127).

A cidade, nesse contexto, deve se emancipar para permitir a manifestação da diversidade e das diferenças. O termo “cidade criativa” pode ser visto, portanto, como um projeto político que possa permitir que os cidadãos que ali vivem possam usufruir de um ambiente tolerante e livre para escolher seu estilo de vida (VIVANT 2012, p.23).

4.3. Estratégias de desenvolvimento da cidade a partir da economia criativa

Desde que ocorreu a crise econômica ocasionada pela desindustrialização, as cidades que sofreram impactos têm buscado algumas alternativas para atrair investimentos, novos tipos de empresas ou outras iniciativas para restauração de suas economias. As cidades passam a competir por investimentos e visibilidade em nível nacional e internacional. Como decorrência disso, a competição originou várias estratégias, como, por exemplo, subsídios fiscais, geração de empregos, atração de novos moradores residentes, exploração do turismo. De acordo com Correia (2010)

> neste sistema urbano global, as cidades não se posicionam apenas numa única hierarquia específica mas em várias, de acordo com a sua performance em determinada área de actividade (indústria, turismo, tecnologias, entre outros) ou esfera de influência (internacional, nacional ou regional). Em todo o caso, a imagem da cidade e a sua projecção tornaram- se extremamente importantes para atrair investidores, profissionais e atenção dos meios de comunicação (CORREIA 2010, p.3).

A capacidade de atrair novos negócios e novas classes de profissionais criativos passa a ser uma questão estratégica que desencadeia processos de planejamento atrelado à sobrevivência econômica das cidades. Para o caso das cidades criativas, Landry (2010, p.13-14), aponta para as perspectivas que envolvem uma cidade criativa: (a) como infraestrutura artística e cultural de suporte ao segmento artístico e cultural e também com infraestrutura institucional que seja adequada à área; (b) como economia criativa, no sentido de incentivar as artes, patrimônio cultural, as indústrias da mídia e do entretenimento; (c) sinônimo de uma classe criativa – quando a sociedade estimula um novo sistema centrado no ser humano e não mais num sistema centrado no corporativismo, além do investimento das cidades em alta tecnologia – deve ter como fundamental a preocupação com a oferta de diversificadas experiências culturais; (d) fonte de estímulo à cultura da criatividade, no sentido de ir além da preocupação em atender aos requisitos anteriores para compreender a

cidade como um sistema que integra várias organizações (setor público, privado e comunitário), que se inter-relacionam e desenvolvem ações conjuntas na busca das melhores soluções (LANDRY 2010, p.13-14).

Neste contexto, políticas culturais vinculadas a atividades de alta tecnologia e habilidades artesanais podem tornar-se um requisito diferencial para estabelecimento de novos níveis de competitividades das cidades. É importante frisar que, além da cultura como base, requisitos como conhecimento, inovação, criatividade passaram ocupar papel nuclear para contribuir para o desenvolvimento sustentado e sustentável das cidades e regiões.

Sobre a competitividade de uma cidade, é importante destacar que vai além da questão econômica, pois há possibilidade de adotar estratégias de desenvolvimento sustentável e integral, contribuindo para a melhoria de seus indicadores socioambientais. Neste caso, o desenvolvimento de projetos culturais pode contribuir para promover a competitividade, haja vista que influencia a geração de empregos, melhora o fluxo econômico, promove a cultura da população local e oportuniza a participação da população (CORREIA 2010, p.3-4).

Conforme aponta Correia (2010, p. 4), na economia globalizada, as cidades, regiões e localidades têm a oportunidade de promover, por meio de ações vinculadas aos segmentos culturais, iniciativas que resgatem e valorizem suas singularidades que são próprias de cada local. O papel fundamental da cultura é justificado pela importância do patrimônio material e imaterial, dos equipamentos e dos eventos culturais. Todos esses elementos vinculados às especificidades locais apresentam potencialidades para promover a particularidade de cada localidade, além de melhorar a competividade da cidade perante as demais.

São vários os requisitos que definem a posição competitiva das cidades. Dentre eles, destacam-se, a localização, quantidade e qualidade de atrativos naturais e patrimoniais. Mesmo as cidades que eventualmente não possuam localização favorável ou que estejam afastadas, por exemplo, dos roteiros turísticos e comerciais têm se dedicado à redescoberta de atrativos ou à criação de atrativos que irão colocá-la em posição melhor (CORREIA 2010, p.4-5).

CAPÍTULO II - ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA

O presente capítulo tem por finalidade delinear o arcabouço metodológico para tratar sistematicamente a aplicabilidade de modelos e conceitos específicos destinados a avaliar políticas públicas típicas de estados federativos, como o brasileiro. Isso passa pela operacionalização de fundamentos conceituais de governança multinível, *policy analysis*, para, com base na adaptação e aplicação do modelo chamado *multiple streams*, mapear os estágios em que se encontram as políticas públicas de fomento à economia criativa e às cidades criativas nas duas cidades objeto do estudo de caso.

1. GOVERNANÇA MULTINÍVEL EM POLÍTICAS PÚBLICAS

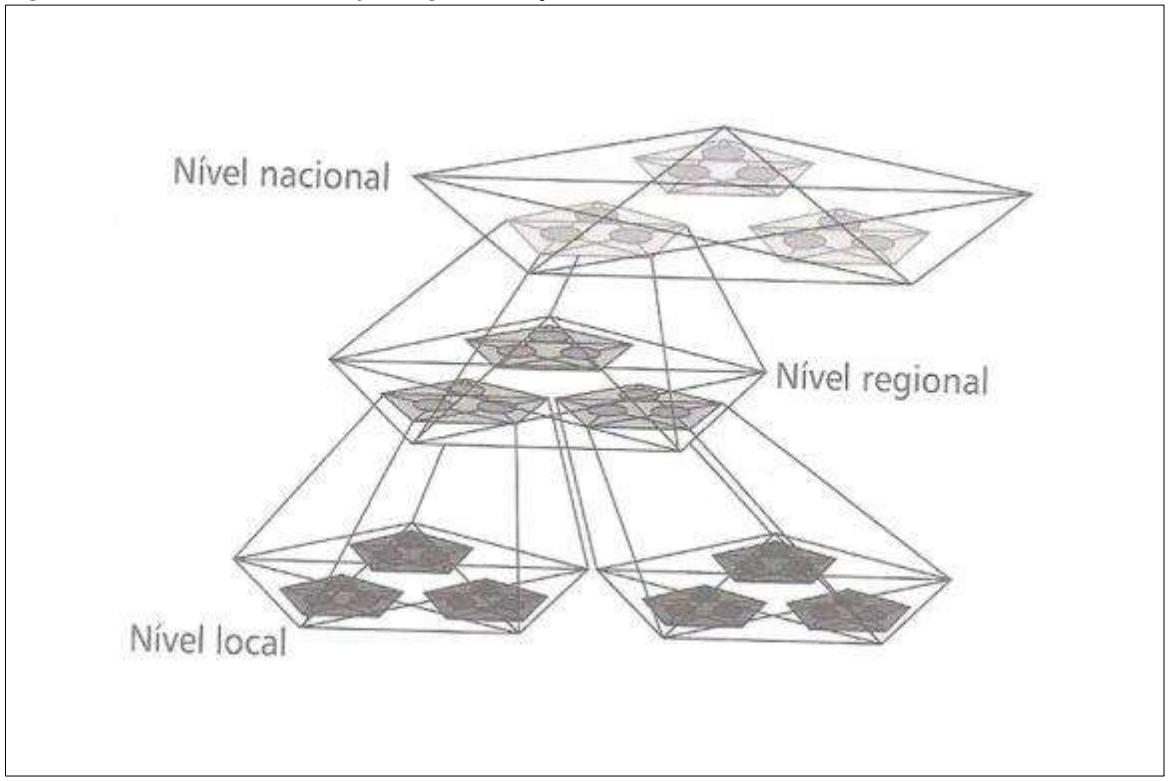
Tratar de políticas públicas procurando compreender as instâncias nas quais elas ocorrem e se desenvolvem é um dos requisitos para uma análise assertiva do contexto em perspectiva vertical em um estado federativo, como é o caso do brasileiro. Na medida em que instâncias e arranjos organizacionais nos quais as políticas públicas se inserem, em diferentes âmbitos da organização estatal e de articulação de atores da sociedade civil organizada, surge a tendência de se tornar crescentemente mais complexa a sua análise, gerando necessidade de empreendimento de esforços para identificá-los. Com essa finalidade, o conceito de governança se sobressai com grande importância, com destaque para a governança multinível, que, no caso específico do Brasil, procura, considerar concomitantemente estratégias aplicadas na implementação de políticas públicas pela União, estados e municípios.

Na tentativa de identificação dos atores envolvidos na política pública de fomento da economia criativa em multiníveis serão considerados múltiplos arranjos formados por atores públicos e privados. São atores que agem individual ou coletivamente, mesmo pertencendo a diferentes segmentos da sociedade para criar e influenciar espaços de formulação e implementação de políticas públicas.

São, portanto, necessárias estruturas de governança que tenham condições de fortalecer e legitimar o relacionamento destes atores e que tenham condições de compreender de que forma ocorrem relacionamentos a partir de conexões horizontal (entre atores situados em um mesmo âmbito federativo) e vertical (entre atores per-

tencentes à União, estados e municípios), que têm como consequência a prestação de serviços de natureza pública (PROCOPIUCK 2013, p.181-182). Portanto, de acordo este autor, “a governança multinível trata das relações de autoridade interativa em contexto multiatores de diferentes níveis e esferas” (p. 182), a exemplo da estrutura delineada pela Figura 12.

Figura 12 - Estrutura de arranjo de governança multinível



Fonte: Procopiuck (2013, p.183)

Essas novas formas de construir a política pública vêm se transformando nas últimas décadas e influenciando cada vez mais a tomada de decisão nas esferas pública e privada. Isso se dá em função de que o entendimento do que é política pública vem sendo reformulado enquanto campo de estudo e de práticas e a noção de “público” passa a compreender além do governo também as organizações privadas e a sociedade civil (FARAH 2011, p.819-821). Portanto, para que se estabeleça uma determinada política tem se tornado crescentemente necessária a participação da sociedade, representada por seus vários atores. A importância do envolvimento da sociedade reside principalmente pela atribuição de legitimidade ao processo (DIAS e MATOS 2012, p.61).

O cumprimento de uma série de etapas também é um dos requisitos para que seja possível formular e implementar políticas públicas, que de modo geral ini-

cia-se pela identificação do objetivo e quais serão os resultados esperados para a mesma (UNCTAD 2010, p.213). Na sequência estão definidos quais serão os instrumentos a serem utilizados e se os mesmos estão adequados e alinhados. Somente após esta definição é que será possível saber o alcance da política em questão.

1.1. *Policy Analysis* e complexidade de arranjos de governança

A escolha pela abordagem teórico-metodológica da análise de políticas públicas (*Policy Analysis*) se justifica pela possibilidade que ela oferece de estabelecer correlações desde as etapas de concepção até as de execução das políticas públicas objeto deste estudo. A importância dessa perspectiva reside na possibilidade de decompor complexas estratégias de ação sociopolítica em amplos conjuntos de ações e atividades analiticamente manejáveis. Este tipo de abordagem permite que se observe e analise diversas fases que compõe a construção das políticas e eventuais programas públicos, permitindo também que sejam identificados os atores que intervém nesses processos (PROCOPIUCK 2013, p.215).

Neste contexto, analisam-se as estruturas de “redes de políticas públicas” que, de acordo com Procopiuck (2013, p.215), possuem caráter prescritivo quando oferecem possibilidades instrumentais de avaliação para a melhoria na gestão pública, pois permitem o acesso às decisões que acontecem à sua volta. “As redes de políticas públicas vão além de abordagens estatocentristas ou de visões estreitas e juridicistas da autoridade pública” (p. 215) ao abrangerem um número maior de atores e de espaços na formulação das políticas públicas. Ainda que estes arranjos sejam suscetíveis a diferentes influências da vida social, refletindo em rupturas e rearranjos condicionados pela atuação de diferentes atores ao longo do tempo.

A lógica interpretativa das *redes de políticas públicas* reside no estabelecimento de relações em torno de problemas em que conjuntos de atores e suas percepções não são aleatórios, mas estruturados em função de elementos que formam redes organizacionais pautadas por temáticas de interesses comuns. É, portanto, dentro das organizações que são implementados processos de suporte a políticas públicas das mais diversas ordens. Embora o contexto interno das organizações seja importante, na análise de políticas públicas, com igual intensidade, devem ser consideradas as variáveis que são formatadas a partir de ambientes estratégicos exter-

nos, ou seja, a partir da lógica de ação articulada por comunidades relativamente fechadas, onde os atores são interdependentes no processo como um todo e que tendem a cooperar entre si em, pelo menos, alguns aspectos visados pela política pública (PROCOPIUCK 2013, p.215-217).

1.2. Modelo *multiple streams* para mapeamento de política pública

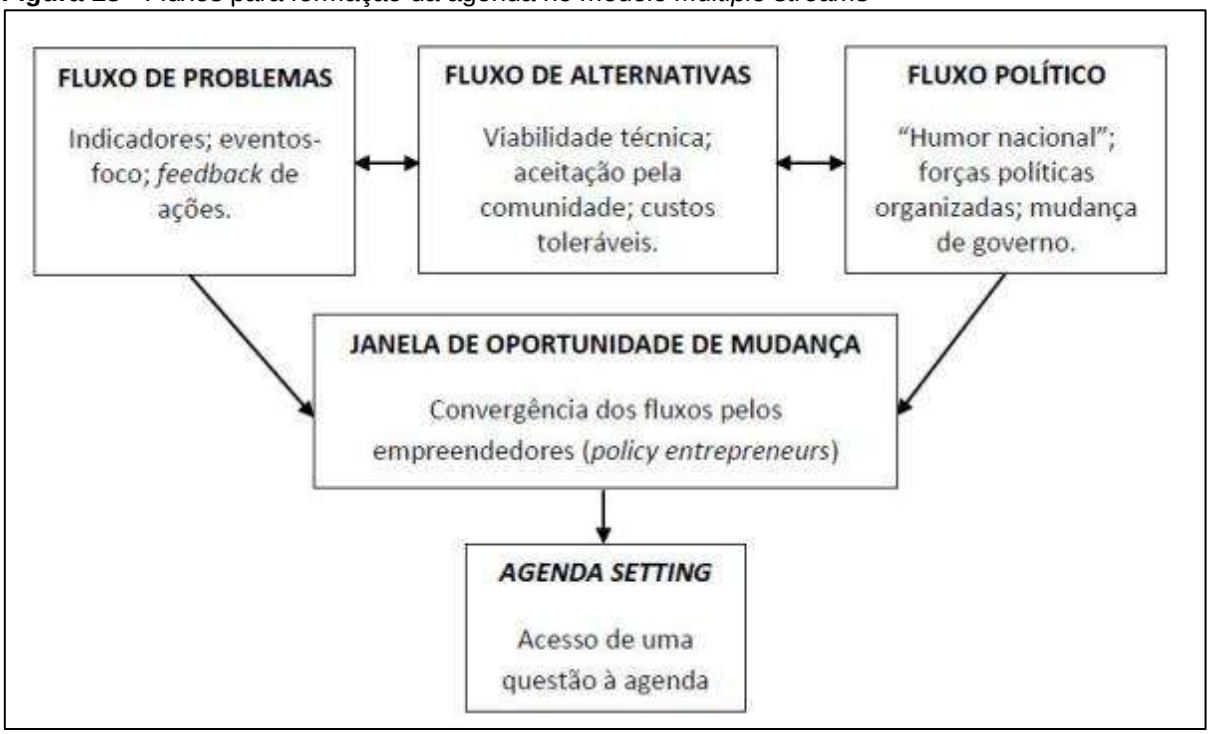
Para a formulação e implementação de políticas públicas, em geral, são envolvidos diversos atores que em conjunto elaboram programas que serão desenvolvidos para solucionar determinados problemas coletivos, de interesse comum (PROCOPIUCK 2013, p.138-139). O envolvimento e participação dos atores, na maioria das vezes, ocorre por interesse pessoal ou coletivo e se vincula a determinadas temáticas, como é o caso da saúde, transporte público, educação, entre outros. Há, portanto, um ponto crucial para a efetividade de uma proposta, que é a capacidade de intervenção dos atores políticos envolvidos nas etapas seguintes à implementação, pois dependendo de como ocorre este processo, a política pode nem ser implementada. Nesse ponto se sobressai a importância de utilizar modelos de suporte à análise de políticas públicas que considerem concomitantemente a atuação de atores individuais, com seus interesses particulares, e atores coletivos, normalmente representantes de interesses organizacionais.

Com tais preocupações, o modelo de análise adotado no presente estudo, dentro do arcabouço teórico das políticas públicas, é o *"Multiple Streams"* (múltiplos fluxos), desenvolvido por John Kingdon[17]. Esse modelo, a partir da relação das categorias analíticas definidas na Figura 13, possibilita entender de que forma as agendas governamentais são estabelecidas, considerando a atuação de diferentes atores em distintos momentos do processo de formulação e implementação de políticas públicas. Em geral, de acordo com tal modelo, a agenda se constrói a partir da priorização de temas ou problemas, que passam a ocupar a pauta dos atores (governo e sociedade) envolvidos na busca por soluções ou alternativas para estes problemas (FISCHER, 2014, p.22-43).

[17] KINGDON, J. W. **Agendas, alternatives, and public policies.** Boston: Little, Brown, 1984.

De acordo com Fischer (2014), “as generalizações analíticas proporcionadas pelo modelo de Kingdon fornecem o instrumental necessário para a investigação em torno das circunstâncias” que acabam influenciando a escolha de uma ou outra alternativa aos tomadores de decisão. No modelo de *múltiplos fluxos* são delimitadas três dinâmicas ou fluxo do processo, são eles: dos problemas, das alternativas e o fluxo político. Depois de superadas estas etapas será possível a formação da agenda de determinada política pública. Ao aplicar o modelo não se busca a origem de determinada ideia, mas quais foram as condições que favoreceram a sua aceitação no governo e na comunidade interessada na política pública.

Figura 13 - Fluxos para formação da agenda no modelo *Multiple streams*



Fonte: Fischer (2014, p.27).

Portanto o modelo dos *múltiplos fluxos* tem especial preocupação com a etapa pré-decisória, que acontece no processo de formulação de uma determinada política pública, para compreender porque os tomadores de decisão escolheram uma ou outra alternativa para a solução de um determinado problema (CAPELLA 2004, p.18-19). O detalhamento do processo proposto por Kingdon percorre vários fluxos que estão descritos no Quadro 5.

Quadro 5 - Definição das categorias analíticas do modelo de múltiplos fluxos

Tipo	Definição
Fluxo de problemas	A análise se centra na identificação de uma determinada questão e sua influência para que o assunto passe a ser tratado como política pública, pautan-

	do a agenda governamental. Ao levantarem os vários problemas, as pessoas envolvidas não conseguirão dar a atenção para todos eles durante um maior período de tempo; logo, tenderá a haver a escolha de alguns problemas em potencial e, consequentemente, outros são ignorados. Nessas análises Kindgon ressalta a importância de diferenciação entre problemas e condições. A condição é uma situação social percebida que não necessariamente originará alguma ação. As condições se tornam problema no momento em que os formuladores de políticas julguem que há necessidade fazer algo. Quando isso ocorre, é possível verificar que a condição se transformou em problema. São apontados três mecanismos que podem influenciar os tomadores de decisão para que tomem alguma iniciativa para que determinada questão passe de condição para problema, são eles: indicadores; eventos, crises e símbolos; e *feedback* das ações governamentais. Em geral, é desta forma que uma determinada questão se destaca e, então, é incluída na agenda política.
Fluxo de alternativas	Diz respeito a um conjunto de soluções disponíveis para enfrentar os problemas, mesmo que nem sempre as propostas geradas nesta etapa estejam vinculadas a problemas específicos. As propostas com maior probabilidade de serem aprovadas são as com maior viabilidade técnica, custos adequados, aceitação do público e a receptividade dos formuladores de políticas. Esse conjunto de características pode fazer com que uma proposta avance, mas não é uma regra geral.
Fluxo político	Segue uma lógica própria e, em geral, ocorre a partir de coalizões construídas a partir de um processo de negociação política, independente se há o reconhecimento de determinado problema ou das alternativas cabíveis para cada caso. São apontados três elementos no fluxo político: (I) O “humor nacional”, que diz respeito o momento propício para a aceitação de determinada ideia ou iniciativa. Um ambiente com humor favorável tende a incentivar para a promoção de determinada questão. Da mesma forma, um momento desfavorável tende a desestimular alguma iniciativa. (II) forças políticas organizadas que, na maioria das vezes, são exercidas pelos grupos de pressão. Isso, de certa forma, pode sinalizar aos formuladores de política quanto ao momento mais adequado para apresentação de determinada proposta. Assim, quando ocorre o consenso entre os grupos de interesse, o ambiente torna-se favorável para determinada questão. (III) a mudança de governo, que, em geral, faz com que ocorram várias alterações na estrutura interna. Esse processo pode influenciar na organização de determinadas propostas dentro da agenda governamental e pode ocasionar o avanço e/ou retrocesso das mesmas.
Janela de oportunidade de mudança	Quando ocorre a convergência dos fluxos de problemas e político acontece abertura das janelas. São oportunidades que se apresentam transitoriamente. Há certa imprevisibilidade tanto ao seu surgimento quanto ao momento em que oportunidade política cessará. Com o fechamento da janela de oportunidade, pode ocorrer rapidamente a desarticulação dos fluxos políticos, paralisando ou cessando determinada iniciativa.
Empreendedores políticos	São os atores principais envolvidos no processo de política pública, com destaque aos indivíduos que se dedicam na defesa de determinada ideia ou proposta e que estão inseridos em estruturas governamentais ou da sociedade civil. São, em geral, especialistas em determinado assunto, com habilidades na representação de ideias de outros indivíduos ou grupos e com habilidades para se posicionarem em lugar favorável na esfera decisória. Os empreendedores políticos são negociadores persistentes e detêm capacidade de unir os três fluxos para aguardar o momento de entrarem em ação, assim que a janela de oportunidades se mostre favorável. O papel central dos *policy entrepreneurs* é unir soluções a problemas; propostas a momentos políticos; eventos políticos a problemas. O empreendedor político exerce papel fundamental na formação da agenda, pois, em alguns casos, sem a sua intervenção, a ligação entre os fluxos pode nem ocorrer.

Fonte: Capella (2004, p.21-39). Elaboração própria.

Além dos empreendedores políticos, no modelo proposto por Kingdon, há outros atores que influenciam na agenda. A identificação e definição das funções de tais atores constam do Quadro 6.

Quadro 6 - Nível de influência dos atores do processo de formação da agenda

ATOR	Funções	NÍVEL DE INFLUÊNCIA
Atores visíveis	Recebem atenção da imprensa e do público.	Exercem forte influência nos fluxos de problemas, no fluxo político e na definição da agenda.
Atores invisíveis	Integram comunidades onde as ideias são formadas e colocadas em circulação, por exemplo, servidores públicos, analistas de grupos de interesse, assessores parlamentares, acadêmicos, pesquisadores e consultores.	Influenciam mais especificamente na agenda das alternativas e soluções atuando na agenda de decisão.
Presidente	O ator mais forte na definição da agenda, maneja recursos institucionais, tem o poder de veto e nomeia pessoas para cargos-chave no processo decisório.	Interfere na determinação de questões de agenda, mas não consegue determinar o resultado final de uma política.
Alto escalão	Cargos nomeados pelo Presidente e que ocupam ministérios.	Podem interferir para que determinada questão ocupe a atenção na agenda.
Legislativo	São os parlamentares, senadores, deputados pois dispõe de autoridade legal para a produção de leis para a maioria das mudanças	Além de influenciarem a agenda podem contribuir para a geração de alternativas.

Fonte: Capella (2004, p.33-39). Elaboração própria.

Com o modelo dos *múltiplos fluxos* será possível compreender a origem das etapas que compõe a escolha das alternativas, fazendo com que seja possível entender a origem e o desenvolvimento da política pública de fomento à economia criativa, em perspectiva de multinível da relação dos três entes da federação brasileira (União, Estados e municípios), tendo como recorte as relações que emergem dos municípios de Curitiba e Porto Alegre.

1.3. *Estratégia de pesquisa, corpus* de análise e delimitação do estudo

Como meio de operacionalizar a pesquisa foram definidas como **unidades de análise** as *políticas públicas de fomento a economia criativa como meio de formação de cidades criativas*, tendo como **universo da pesquisa**[18] as *cidades de Curitiba e Porto Alegre*. A escolha da primeira cidade ocorreu em virtude de facilidade para obtenção dos dados na fase inicial da análise e estendeu-se para a Porto Ale-

[18] A totalidade de indivíduos que apresentem as características definidas pela pesquisa é também conhecida por população ou universo (MENEZES e SILVA 2005).

gre por possuir características similares às de Curitiba, mas com diferenças importantes quanto a alinhamentos políticos e históricos com potenciais influências na condução da política pública pesquisada. As **unidades de observação** são compostas por *indivíduos envolvidos na condução das políticas públicas em questão* e por *manifestações de instituições por meio de seus representantes e de publicações técnicas e administrativas*. Com fins de abordar metodologicamente a realidade empírica em que se desenvolvem políticas públicas de fomento à economia criativa, com base nesse modelo de Kingdon, foi organizado um esquema a partir da questão problema, como demonstrado no Quadro 7.

Quadro 7 - Corpus de análise

Questão problema	Constatar em que estágio se encontram os fluxos	Estratégia de pesquisa	Instrumentos para acessar a realidade empírica
Como estão estruturadas as políticas públicas de fomento à economia criativa no âmbito federal, estadual e municipal brasileiro para desenvolvimento da perspectiva das cidades criativas em Curitiba e Porto Alegre?	Fluxo de problemas	Levantamento e análise histórica que trata da evolução da economia criativa em perspectiva de políticas públicas no Brasil.	Levantamento e análise bibliográfica. Documentação oral (entrevistas de campo)
	Fluxo de Alternativas	Identificar propostas e soluções com potencial de fomentar a economia criativa como perspectiva para desenvolvimento de cidades criativas.	Levantamento e análise documental (editais, processos administrativos, relatórios técnicos) Mapeamento na internet sobre a intensidade das discussões sobre estratégias adotadas no Brasil.
	Fluxo Político	Identificar processos e articulações locais para estruturação de políticas públicas específicas para os entes objetos da pesquisa.	Levantamento e análise de documentação oral (entrevistas, audiências públicas e eventos gravados) e escrita (documentos).
	Formação da Agenda		Levantamento e análise documental (relatórios, projetos e processos administrativos)

Elaboração própria.

1.4. Fases, estratégias e materiais de pesquisa

A pesquisa foi desenvolvida em duas fases, ou grandes momentos. No primeiro, concomitantemente com o desenvolvimento teórico-conceitual, a preocupação foi levantar base documental para explicitar o contexto nacional, estadual e municipal em que ocorriam as iniciativas de fomento à economia criativa e às cidades

criativas. No segundo momento, os esforços foram envidados para buscar a compreensão dos processos de formação e condução das políticas públicas com base em entrevistas pessoais com os principais atores envolvidos com a política pública estudada.

1.4.1.Levantamento documental sobre o contexto nacional, estadual e local

As publicações e documentações (oral e escrita) analisadas estão descritas no Quadro 8. Estes forneceram significativos dados iniciais e factuais acerca do universo da pesquisa.

Quadro 8 - Quadro de publicações e documentação analisada

	Ano	Instituição	Documento
1	2008	FIRJAN	Relatório – A cadeia da indústria criativa no Brasil (e no Rio de Janeiro)
2	2010	UNCTAD	Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável
3	2010	British Council	Documento – A economia criativa: um guia introdutório (Série Economia Criativa e Cultural/1, elaborado pelo pesquisador John Newbigin)
4	2010	British Council	Documento – Guia prático para mapeamento das indústrias criativas (Série Economia Criativa e Cultural/2, elaborado pelo pesquisador John Newbigin)
5	2011	FIRJAN	Nota técnica – A cadeira da indústria criativa no Brasil – Edição 2011
6	2011	MinC/SEC	Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014 (1ª edição)
7	2011	SEEC/PR	Relatório – Seminário Economia Criativa
8	2012	MinC/SEC	Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014 (2ª edição)
9	2012	FIRJAN	Relatório - Indústria Criativa: mapeamento da indústria criativa no Brasil
10	2012	SEBRAE	Documento – Curso de Economia Criativa e Empreendedorismo
11	2012	TV Brasil	Vídeo - Economia Criativa - As estratégias específicas para o desenvolvimento do setor criativo. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=L4BGXu449jE>, em 11/07/2014.
12	2013	Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser	Relatório - Indústria Criativa no Rio Grande do Sul
13	2013	MinC/SEC	Processo de Termo de Cooperação Técnica com a UFRGS para implementação de Observatório Estadual de Economia Criativa e redes de Observatórios no âmbito Estadual. (Nota Técnica nº 08/2013/SEC/DDM/CGAE/MinC).
14	2013	MinC/SEC/OBEC	Documento - III Colóquio Celso Furtado sobre cultura e desenvolvimento
15	2013	Prefeitura Muni-	Decreto nº 18.422, de 9 de outubro de 2013 que institui o Co-

		cipal de Porto Alegre	mitê Municipal de Economia Criativa (CMEC), em Porto Alegre, dispondo sobre sua composição e atribuições.
16	2013	TV Senado	Vídeo - Economia criativa. Parte 1. 2013. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=clWGmtGU6Pk>, em 12/07/2014.
17	2013	TV Senado	Vídeo - Economia criativa. Parte 2. 2013. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=OMK-_ZpwfhU>, em 12/07/2014.
18	2013	TV Senado	Vídeo - Economia criativa. Parte 3. 2013. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=4-f79TBjPAk>, em 12/07/2014.
19	2014	Câmara Municipal de Curitiba	Áudio – Audiência pública com o tema Cultura e economia criativa, promovida pela Câmara Municipal de Curitiba dentro da programação para discussão do novo Plano Diretor de Curitiba.

Elaboração própria.

Além dessa base documental, para atingir os objetivos da pesquisa foram utilizadas buscas na internet com base em domínios de topo de endereços, também conhecido como *country-code top-level domains (ccTLD)*, conforme quadro que segue:

Quadro 9 - Bases para mapeamento de discussões na internet

Contexto	Domínio de topo	Expressões
Estado do Paraná	“pr.gov.br”	“Economia criativa” “Cidades criativas” “Classes criativas” “Indústrias criativas”
Estado do Rio Grande do Sul	“rs.gov.br”	
Município de Curitiba	“curitiba.pr.gov.br”	
Município de Porto Alegre	“portoalegre.rs.gov.br”	

A pesquisa com base na metodologia e critérios definidos no quadro acima proporcionou o monitoramento do volume das discussões sobre o tema no nível nacional, estadual e municipais. No âmbito dos objetos deste estudo, a ênfase foi para os Estados do Paraná e Rio Grande do Sul para aproximar a análise com os municípios objeto do estudo, Curitiba e Porto Alegre.

1.4.2. Realização de entrevistas sobre os contextos estadual e local

A aplicação de entrevistas aos atores que representavam as organizações públicas e sociedade civil que estivessem vinculadas ao tema de pesquisa selecionando atores que representassem os Estados do Paraná e Rio Grande do Sul. O objetivo foi aproximar as análises realizadas na primeira fase da pesquisa (documental) com a realidade vivida na condução das políticas públicas nos municípios objeto do estudo, Curitiba e Porto Alegre.

A utilização da técnica de entrevista se justifica em função da possiblidade de se obter informações do entrevistado em relação a determinado problema ou assunto. Dos objetivos que podem ser alcançados na utilização desta técnica são destacados seis: “averiguação de fatos; determinação das opiniões sobre os fatos; determinação de sentimentos; descoberta de planos de ação; conduta atual ou do passado e motivos conscientes para opiniões, sentimentos, sistemas ou condutas”. Dentro da categorização da entrevista, dos diferentes tipos que existem, optou-se pelo modelo não estruturada, na modalidade focalizada, que é aquela onde o entrevistador segue um roteiro com tópicos relacionados ao tema trabalhado e tem liberdade para desenvolver as questões e direcionar de modo que seja mais adequado explorando de modo mais amplo determinado assunto (MARCONI e LAKATOS 2010, p.176-181). A estruturação do roteiro de entrevista foi a partir do Modelo metodológico, para que desta forma pudesse ser averiguada a aplicação do modelo, conforme Quadro 10.

Quadro 10 - Roteiro de entrevistas

Modelo Kingdon	Roteiro da entrevista
Fluxo de Problemas	Como e de quem surgiu a iniciativa para implantar ações no campo da economia criativa em Curitiba / Porto Alegre? De que forma ocorreu a mobilização inicial?
Fluxo de Alternativas	O que motivou a adoção de uma ideia pelos diferentes atores (sociedade civil, poder público)? Nesse processo evolutivo, alguma ideia foi descartada? Houve definição clara do conteúdo da política de fomento à economia criativa? Houve convergência para alguma alternativa? Que tipo de ação tem sido priorizada? Qual instituição ou órgão gestor tem papel de maior relevância para a implementação da proposta em Curitiba / Porto Alegre? Quais as secretarias ou instituições envolvidas na implantação? Em que momento cada uma assumiu papel de liderança no processo?
Fluxo Político	Na atualidade, há alguma proposta em conjunto com outro nível governamental (esfera estadual ou federal)? De que forma esta implantação vem acontecendo? Na sua opinião, quais foram os fatores políticos favoráveis para a aceitação do tema economia criativa? Qual a importância do governo federal, estadual e municipal neste processo? Na sua opinião, quais foram os fatores políticos favoráveis para a aceitação do tema?
Janela de Oportunidades	Nas instituições, quem são os técnicos ou gestores que conduzem ou conduziram o processo? Nas instituições, quem são os técnicos ou gestores que conduzem ou con-

(Empreendedores políticos visíveis e invisíveis)	duziram o processo?
Agenda-setting	Na sua opinião, como a política de fomento à economia criativa ganhou força?

Elaboração própria.

A aplicação das entrevistas ocorreu entre os dias 01 a 03 de dezembro de 2014, na cidade de Porto Alegre/RS e entre os dias 08 a 12 de dezembro de 2014, na cidade de Curitiba/PR. Foram entrevistados treze atores, que se sobressaíram na articulação político-institucional nos âmbitos estadual, municipal e sociedade civil dos dois municípios do universo deste estudo. No sentido de garantir o sigilo dos depoimentos, os 13 entrevistados receberam uma codificação com as letras do alfabeto, com uma ordenação embaralhada entre as instituições ou movimentos que representam o universo da pesquisa, conforme apresentado no Apêndice I.

CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

No presente capítulo, com base no delineamento e instrumentalização metodológica definidos no Capítulo II e em fontes de dados definidas, serão apresentados os resultados do estudo.

Com base em dados qualitativos obtidos e análise empreendidas, a discussão está organizada em base *top-down*, partindo de constatações sobre a lógica de desenvolvimento das políticas pública na esfera federal, passando pelos Estados do Paraná e do Rio Grande do Sul para, por fim, abordar com maior profundidade Curitiba e Porto Alegre.

1. FOMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA NO ÂMBITO FEDERAL

A abordagem do tema economia criativa no Brasil teve dois momentos distintos. No primeiro, a partir das observações realizadas teve um período de duração de dois anos, entre 2004 a 2006, com foco mais voltada para a estruturação de uma política nacional de fomento da economia criativa. O segundo, iniciado em 2011, pautado nas bases construídas naquele primeiro momento teve maior abrangência e mobilização na medida em que passou a abranger estados e municípios.

1.1. Origem da discussão e formação da agenda brasileira

Em 2004, o Brasil sediou a *XI UNCTAD - Conferência da ONU sobre Comércio e Desenvolvimento*. Nesse evento ocorreram diversos painéis para tratar dos temas economia criativa e indústrias criativas. Ocorreram importantes articulações para que dali surgisse um compromisso do governo brasileiro para analisar a temática e seus desdobramentos, como base para pautar possíveis iniciativas que poderiam ser viabilizadas em termos de estruturação de políticas culturais.

De reuniões ocorridas durante o evento entre os vários países e organizações participantes resultou a sugestão de criação de uma instituição internacional dedicada às indústrias criativas, com fins de fortalecer esse setor nos países do Hemisfério Sul. Na ocasião, o governo brasileiro, por intermédio do Ministério da Cultura, se dispôs a contribuir para a criação e implantação do Centro Internacional de

Economia Criativa, que teria sede na Bahia. Com o passar dos anos, percebeu-se que, apesar dos esforços manifestos por meio eventos e encontros envolvendo várias organizações nacionais e internacionais, a mobilização tinha encerrado em 2006, de maneira ainda não esclarecida (MIGUEZ 2012, p.105).

Entre 2006 e 2011, no âmbito do governo federal, não foi possível identificar iniciativas concernentes à implementação de programas, projetos ou políticas públicas relacionadas ao tema da economia criativa. Apesar disso, aconteceram algumas iniciativas de organizações brasileiras, principalmente manifestas por meio de esforços para levantamento de informações e dados destinados a quantificar a indústria criativa no Brasil. As principais iniciativas nesse sentido podem ser vistas no Quadro 11.

Quadro 11 - Fontes de dados quantitativos sobre a Indústria Criativa brasileira

Instituição	Ano da base de dados	Ano da Publicação	Fonte de Dados
FIRJAN[19] (RJ)	2006	2008	MTE[20] - RAIS[21] - Empregos formais em 12 núcleos da indústria criativa, com base no CNAE[22].
FIRJAN (RJ)	2010	2011	MTE - RAIS - Empregos formais em 12 núcleos da indústria criativa, com base no CNAE.
FUNDAP[23] (SP)	2011	2012	MTE - RAIS - Empregos formais em 11 áreas da indústria criativa, com base no CNAE, CBO[24] e PNAD[25] do IBGE[26].
FIRJAN (RJ)	2011	2012	MTE - RAIS - Empregos formais em 12 núcleos da indústria criativa, com base no CNAE e no CBO[27].
FEE[28] (RS)	2007, 2008, 2009 e 2010	2013	CNAE, Corede[29] e análise do Valor Bruto da Produção dos municípios.

Fonte: FIRJAN (2008); Caiado (2011); FIRJAN (2011); FIRJAN (2012); Valiati e Wink Junior (2013).

Nos mapeamentos realizados nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul, é possível identificar tentativas de alinhamento de instituições brasileiras com o que se compreende a indústria criativa brasileira com as bases metodológicas definidas UNCTAD, que assumiu protagonismo como organização internacional oficialmente responsável pelo mapeamento da economia criativa mun-

[19] Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro.
[20] Ministério do Trabalho e Emprego.
[21] RAIS - Relação Anual de Informações Sociais.
[22] CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas.
[23] Fundação do Desenvolvimento Administrativo.
[24] Classificação Brasileira de Ocupações.
[25] Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.
[26] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
[27] Classificação Brasileira de Ocupações.
[28] Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser.
[29] Conselho Regional de Desenvolvimento.

dial. A preocupação com o alinhamento com metodologias mais amplas surgiu para que se tornasse possível comparar a evolução do setor no Brasil com o que ocorre em âmbito internacional. Apesar dos esforços envidados, até o momento isso não foi possível, principalmente pela ausência de dados e pela dificuldade de uniformização daqueles que estão disponíveis.

Na tentativa de se demonstrar a importância do setor criativo na economia brasileira, com base em dados do relatório publicado pela FIRJAN, de 2008, e dos estudos da UNCTAD, de 2010, o Ministério da Cultura brasileiro passou a justificar a importância da área em documentos que produzia. Dentre as informações, ganharam destaque aquelas produzidas a partir de dados que espelhavam o nível de ocupação e parâmetros da massa salarial extraídos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), elaborada sob coordenação do Ministério do Trabalho e Emprego, e do número de empreendimentos, obtidos com base na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), junto ao IBGE (p. 31). A partir disso começaram a ser demonstrados os potenciais da economia criativa como nova base de estratégia de desenvolvimento, principalmente por destacar muitas atividades econômicas vinculadas aos setores criativos que sequer integravam as estatísticas nacionais (MINC 2012b, p.31). Exemplos de tal base informacional produzida podem ser verificados nas constatações trazidas no quadro Quadro 12.

Quadro 12 - Potenciais dos setores criativos no Brasil

SETORES CRIATIVOS NO BRASIL		
Descrição	Dado	Análise Econômica
Contribuição dos setores criativos ao PIB do Brasil (2010)	R$ 104,37 bilhões* (2,84% do PIB brasileiro) ***	Trata-se de setores de grande dinamismo econômico cuja participação no PIB supera alguns subsetores tradicionais de atividade econômica (IBGE) como indústria extrativa (R$ 78,77 bilhões) e a produção e distribuição de eletricidade, gás, água, esgoto e limpeza urbana (R$ 103,24 bilhões).
Crescimento anual do setor criativo nos últimos 5 anos (relativo ao PIB)	6,13% a.a	Há uma tendência do núcleo dos setores criativos de ganhar maior robustez econômica no Produto Interno Bruto (PIB) com possibilidades reais de ampliar futuramente sua participação. O crescimento médio anual dos últimos 5 anos do núcleo dos setores criativos (6,13%) foi superior ao crescimento médio anual do PIB brasileiro (4,3%).
*IBGE, ** RAIS, ***FIRJAN, **** UNCTAD		

Fonte: MinC (2012b, p.31).

Os números levantados apontam que em 2010 os setores criativos representavam 2,84% do PIB brasileiro, superando alguns setores tradicionais da economia, e crescimento médio de 6,13% nos últimos cinco anos. Esse crescimento se situa

em patamar superior ao do PIB nacional, além de apresentar tendência de um crescimento expressivo nos anos seguintes.

Esse foi o cenário geral que precedeu o processo de institucionalização da política pública federal brasileira de fomento à economia criativa. Em tais momentos de pré-institucionalização da política pública, é importante notar que a temática foi fortemente discutida no âmbito extra estatal, envolvendo atores vinculados à sociedade civil e ao mercado. No caso da política pública em pauta, fica evidente que, apesar de passar a ser conduzida diretamente pelo estado, teve origem a partir de articulações de atores sociais.

1.2. Institucionalização da economia criativa como política pública federal

No âmbito governamental, a temática da economia criativa ressurge no Brasil em 2011, que se situou oficialmente no campo das políticas públicas da cultura. O Ministério da Cultura (MinC) assume, então, as atribuições de conceber e estruturar uma política pública. Um marco importante no sentido da institucionalização da política pública de fomento à economia criativa foi a criação da Secretaria de Economia Criativa (SEC)[30], pois representou o nascimento de uma estratégia de redefinição o papel da cultura no Brasil (MinC, 2012, p.19-20). A proposta inicial de mobilização do aparato da administração pública federal passou pela ideia da condução conjunta de iniciativas com os demais ministérios, organizações de fomento dentre outras. Com isso, considerava-se que seria possível a construção de uma agenda de desenvolvimento para o país, por meio da cultura (LEITÃO 2012, p.11-15).

Instrumentalmente, como meio de pautar as discussões e o desencadeamento de ações político-administrativas para geração de resultados concretos de fomento da economia criativa no Brasil a SEC elaborou o Plano Brasil Criativo (PBC), com metas abrangendo o período de 2011 a 2014. O histórico desse processo de implementação da nova secretaria e do processo de mobilização e articulação para desenvolvimento do PBC consta no documento “Relatório de Ações da SEC

[30] A SEC foi instituída pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012, porém em 2011 já estava realizado algumas atividades e eventos.

2011-2013", elaborado pela equipe da própria SEC. Nesse documento são registradas as principais atividades ocorridas entre janeiro de 2011 e julho de 2013.

Nesse período mencionado foram realizados esforços para reestruturação administrativa interna do MinC, que teria como reflexo a institucionalização de uma área responsável pela política pública de fomento da economia criativa no Brasil. Com a nova configuração administrativa que levou à oficialização da SEC, por meio do Decreto nº 7743, ficou instituída a estrutura administrativa ainda bastante precária para condução de políticas nacionais (vide Quadro 13).

Quadro 13 - Cargos em comissão e das funções gratificadas da SEC

Unidade	Cargo / Função nº	Denominação do cargo
Secretaria da Economia Criativa	1	Secretário
	1	Assistente Técnico
Gabinete	1	Chefe
Divisão	1	Chefe

Fonte: Brasil (2012).

Até que a referida secretaria fosse efetivamente institucionalizada e oficializada, ainda no ano de 2011 uma equipe havia sido nomeada para elaborar a proposta de atuação e o plano de trabalho desta nova instância dentro do MinC. O processo de mobilização e articulação interna para reformulação administrativa e procedimental de ministério pode ser observado a partir do seguinte relato:

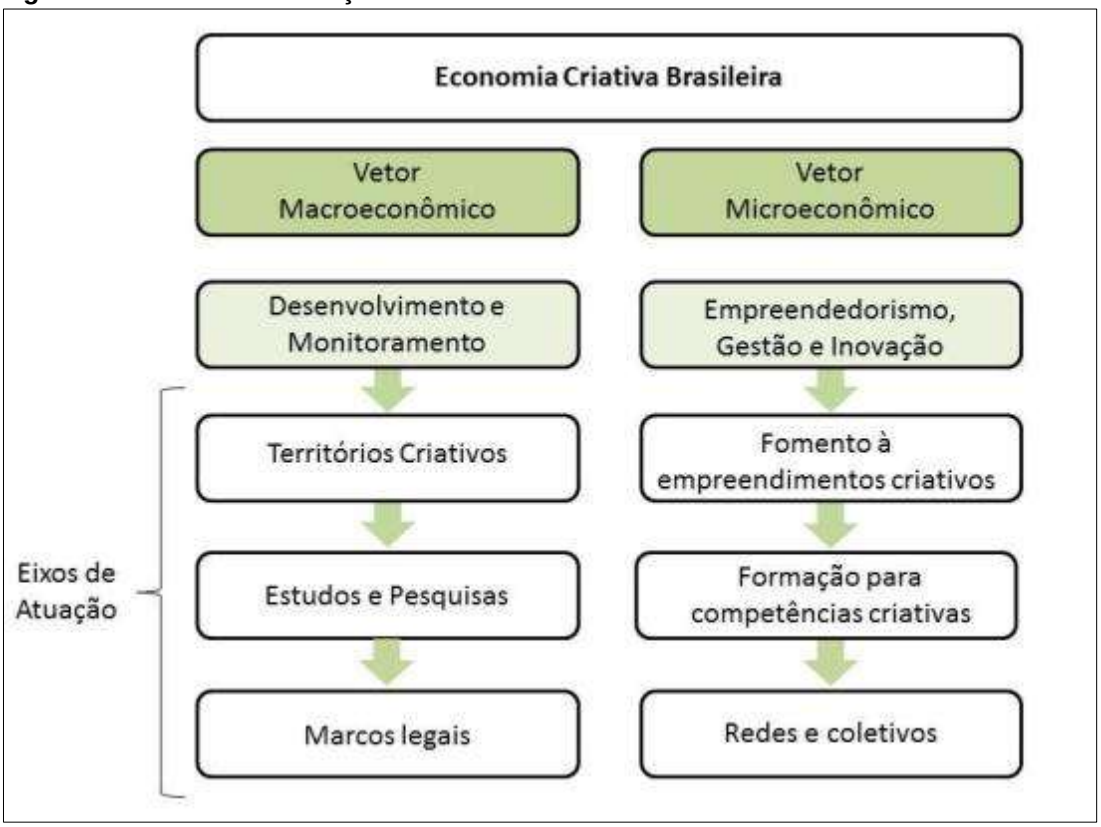
> Durante os dezessete meses que antecederam a oficialização da Secretaria de Economia Criativa, sua equipe recebeu a incumbência de conceber, propor e implantar a estrutura organizacional da nova secretaria, tendo como lócus institucional provisório a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural - SID, prevista para ser extinta por ocasião da reestruturação do MinC. Simultaneamente, essa equipe assumiu a responsabilidade de formular políticas para os setores criativos, visto que o tema não havia sido objeto de planejamento em exercícios anteriores. Havia o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (PRODEC), cuja temática era intrinsecamente relacionada à economia criativa, mas que dispunha de poucos recursos e precisava de atualização. A fim de proporcionar o mínimo de condições para operacionalização, o PRODEC foi transferido, através da Portaria MinC nº 56, de 2011, da Secretaria de Políticas Culturais – SPC para a então SID. Por seu turno, por meio das Portarias MinC nº 39 e nº 80 de 2011, o Programa Brasil Plural e respectivos projetos foram transferidos da SID para a Secretaria da Cidadania Cultural – SCC, através da Portaria n° 56 de 2011, que incorporou a agenda da diversidade cultural, para mais tarde transformar-se na Secretaria da Cidadania e Diversidade Cultural – SCDC. Releva salientar que metade dos servidores da Secretaria da Identidade e Diversidade Cultural, inclusive ocupantes cargos comissionados, migrou para a Secretaria da Cidadania Cultural, juntamente com os programas e projetos. A equipe remanescente, encarregada de promover a transição, mesmo com novos agregados (dentre servidores e comissionados) era bastante reduzida. Ao longo de todo o exercício de 2011 e dos cinco primeiros meses de 2012, essa equipe dividiu-se entre o planejamento das ações da futura secretaria e a conclusão dos procedimentos necessários ao encerramento

> das atividades da secretaria que viria a ser extinta. Inicialmente realizou-se o levantamento de atividades afetas a economia criativa presentes nas competências descritas no Decreto 6835 de 2009, que tratava da estrutura do Ministério da Cultura vigente à época. Com isto, foi possível identificar e sistematizar as competências que se encontravam dispersas entre as diversos órgãos do MinC. O Plano Nacional de Cultura (PNC), instituído pela Lei 12.243 de 02/12/2010, por corresponder ao nascedouro do processo de institucionalização de políticas públicas na área da economia criativa, mais especificamente no campo da economia da cultura, norteou a configuração da nova estrutura. Nos anos anteriores, as políticas do MinC avançaram com base nas dimensões simbólica e cidadã, mas a dimensão econômica, relacionada a estratégia 4 do PNC – "Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável", careceu de proposições estruturantes. Essa estratégia foi assumida pela Secretaria de Economia Criativa como seu maior objetivo. Todo esse processo coincidiu com o período de formulação do PPA 2012-2015, elaborado de acordo com a nova metodologia adotada pelo Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão. Assim, foi possível inserir mais explicitamente o conceito de economia criativa na agenda governamental (SEC 2013, p.7-8).

Assim foi institucionalizada a temática da economia criativa no Brasil no âmbito interno do aparato administrativo federal. A missão definida para SEC foi de "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" (SEC 2013, p.8).

Do plano de trabalho elaborado, denominado "*Plano da Secretaria da Economia Criativa: política, diretrizes e ações, 2011-2014"* a secretaria justifica suas ações defendendo a diretriz de que este novo movimento do MinC representa uma redefinição do papel da cultura no país (MINC 2012b, p.19). Em termos pragmáticos para pautar a execução da política pública de fomento, o escopo da economia criativa brasileira foi definido em dois grandes vetores (macroeconômico e microeconômico) priorizando seis eixos de atuação conforme Figura 14.

Figura 14 - Vetores de atuação da SEC



Fonte: SEC (2013, p.9).

Em 2014, ocorreu nova alteração na estrutura organizacional do MinC, viabilizada pelo Decreto nº 8297, de 15 de agosto de 2014. Com isso, houve o fortalecimento do aparato administrativo federal na medida em que a SEC passou a ter um maior número de cargos e contar com áreas especializadas para conduzir em diferentes frentes projetos e ações. A estrutura geral de cargos e funções criados pode ser verificado Quadro 14.

Quadro 14 - Cargos em comissão e funções gratificadas vinculados à SEC

Unidade	**Qtde.**	**Cargo**
Secretaria da Economia Criativa	1	Secretário
	1	Assistente Técnico
Gabinete	1	Chefe
Divisão	1	Chefe
Diretoria de Desenvolvimento e Monitoramento	1	Diretor
Coordenação-Geral de Ações Estruturantes	1	Coordenador-Geral
Coordenação	2	Coordenador
Coordenação-Geral de Desenvolvimento de Projetos Integrados	1	Coordenador-Geral
Divisão	2	Chefe
Diretoria de Empreendedorismo, Gestão e Inovação	1	Diretor
Coordenação-Geral de Ações Empreendedoras	1	Coordenador-Geral
Coordenação	1	Coordenador

Fonte: Brasil (2014).

O Plano Brasil Criativo também aponta para a necessidade de superar alguns desafios para tornar possível o alcance das metas traçadas e desta forma consolidar uma política de economia criativa brasileira. São listados cinco desafios: 1) Levantamento de informações e dados sobre a economia criativa brasileira; 2) Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos; 3) Educação para competências criativas; 4) Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos; e 5) Criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos (MINC 2012c, p.36-37; 49-51).

1.3. O modelo federal de fomento à economia criativa

Os governos nacionais vêm adotando diferentes parâmetros ou modelos para a definição dos setores econômicos que compõe a economia criativa. Na busca por compreender o conteúdo desses referenciais foi elaborado o **Quadro 15**, que estabelece comparações entre os critérios utilizados pelas instituições brasileiras MinC e FIRJAN e a organização internacional UNCTAD para caracterização de setores criativos.

Quadro 15 - Classificação dos setores criativos

MinC (1)	UNCTAD (2)	FIRJAN (3)
Patrimônio (material, imaterial, arquivos, museus)	Locais Culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições)	
Expressões culturais (artesanato, culturas populares, culturas indígenas, culturas afro-brasileiras, artes visuais, arte digital)	Expressões culturais tradicionais (artesanato, festivais, celebrações) Artes Visuais (pinturas, esculturas, fotografia, antiguidades)	Expressões Culturais Artes
Artes de espetáculo (dança, música, circo, teatro)	Artes cênicas (música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches etc.)	Música Artes Cênicas
Audiovisual, livro, leitura e literatura (cinema e vídeo, publicações e mídias impressas)	Audiovisuais (filme, televisão, rádio, demais radiodifusões) Editoras e mídia impressa (livros, imprensa e outras publicações)	Televisão & Rádio Filme & Vídeo Mercado Editorial
Criações Culturais e Funcionais (moda, design, arquitetura)	Design (interiores, gráfico, moda, joalheria e brinquedos) Serviços Criativos (arquitetura, publicidade, P&D criativo, cultural, recreativo)	Moda Design Arquitetura & Engenharia Publicidade Pesquisa & Desenvolvimento
	Novas mídias (software, conteúdo digital, vídeo games, conteúdo digital criativo)	Software, Computação &Telecom
		Biotecnologia

Fonte: (1) MinC (2012c, p.30); (2) UNCTAD (2010, p.8); (3) FIRJAN (2012, p.4) Elaboração própria.

O **Quadro 15** foi estruturado a partir dos segmentos categorizados pelo MinC em 2011. Na segunda coluna está a estruturação da UNCTAD, com base na classificação que consta no relatório do ano de 2012. E na terceira coluna está demonstrada a estruturação da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN[31] com base nos dados de 2012. O quadro em questão deixa claro que não há consenso acerca da configuração precisa dos setores que compõem a economia criativa.

Tendo em vista que cada organização adota critérios próprios na categorização dos setores econômicos, por meio de análise comparativa é possível constatar que há alinhamento somente em alguns setores enquanto outros permanecem alocados em categorias diferentes ou estão isolados. A FIRJAN, por exemplo, não mapeia setores vinculados à área patrimonial, porém analisa o setor de biotecnologia.

No campo conceitual, a SEC fundamentou a sua definição nos princípios de inclusão social, sustentabilidade, inovação, diversidade cultural brasileira (MinC, 2012, p. 21-23) e procurou definir economia criativa a partir das “dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica” (MinC, 2012, p. 23). Com base nessa análise, as políticas culturais do MinC, que antes agregavam setores vinculados à cultura (patrimônio, expressões culturais, artes de espetáculo, audiovisual e livro, leitura e literatura), passaram a considerar setores com base cultural com aplicabilidade funcional (moda, design, arquitetura e artesanato).

Na Figura 15 é possível verificar o esquema dos setores denominados criativos pelo MinC.

[31] A FIRJAN é a primeira organização a mapear a indústria criativa brasileira. A primeira publicação foi 2008, em 2011 publicaram uma Nota Técnica e um novo relatório em 2012. É possível acessar os relatórios em: http://www.firjan.org.br/economiacriativa/pages/default.aspx

Figura 15 - Escopo dos setores criativos do MinC

Fonte: MinC (2012b, p.30)

O MinC tem sido criticado por não ter considerado como criativos os setores econômicos das áreas da ciência e tecnologia, segmentos considerados, por exemplo, pelo mapeamento da FIRJAN. De acordo com Pavanelli (2013), essas áreas são fundamentais e possivelmente representam o estado da arte da produção intelectual na atualidade e uma das ferramentas mais poderosas nas diversas esferas do desenvolvimento (PAVANELLI 2013). Desvincular essas áreas do escopo da economia criativa brasileira poderá trazer importantes rupturas no processo de construção da política pública de fomento, principalmente por eliminar setores dinâmicos e promissores na aplicação de recursos intangíveis para geração de valor econômico a partir de recursos culturais. Nesse sentido, por exemplo, o Reino Unido tem se destacado no campo da economia criativa ao considerar como pertencentes às suas indústrias criativas as áreas de ciência e tecnologia. São áreas do conhecimento responsáveis, em grande parte, pela dinamização e recuperação de sua economia. A inclusão desses setores na economia criativa decorreu do reconhecimento de que a economia tradicional do Reino Unido sofria um intenso processo de declínio em função da desindustrialização.

Apesar da discordância de opiniões relacionadas à categorização dos setores criativos, o MinC vem implementando o PBC. Por ora tem sido possível acompanhar a implantação de algumas iniciativas como editais, prêmios e termos de cooperação com os estados da federação conforme será apresentado na sequência.

1.4. Processo de implantação da política pública

Ao analisar o processo de implantação de políticas vinculadas a economia criativa no âmbito federal brasileiro, via elaboração interna do Plano Brasil Criativo e institucionalização da Secretaria da Economia Criativa, o MinC promoveu vários eventos e encontros para disseminar o tema no Brasil. Entre 2011 e 2014 também ocorreram outras iniciativas de governos estaduais e municipais. Antes disso, no Rio de Janeiro, em 2009 foi criada a Coordenação de Economia Criativa junto à Secretaria de Estado da Cultura do Rio de Janeiro. Antes mesmo da existência da iniciativa de institucionalização da política pelo MinC eram, portanto, iniciadas discussões sobre economia criativa naquele estado (FIRJAN 2011, p.1).

Para além de ações esparsas, no Quadro 16 é possível verificar a consolidação das primeiras iniciativas que demonstram a implementação do plano da SEC, mencionado anteriormente. É possível considerar que as ações implementadas estão, de certa forma, alinhadas aos desafios apontados no plano de ação (MINC 2012b, p.36-38;49-51).

Quadro 16 - Ações implementadas pelo MINC/SEC

Desafios apontados no plano	Ações concretizadas
1) Levantamento de informações e dados sobre a economia criativa brasileira;	• Termo de Cooperação entre o Ministério da Cultura (MinC) e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), em agosto de 2013, para o apoio financeiro a projetos de pesquisa em temas relacionados à economia criativa. A intenção é de que a difusão das pesquisas e levantamentos ocorram por meio do Observatório Brasileiro da Economia Criativa a (OBEC) e dos Observatórios Estaduais, que comporão a Rede Brasileira de Informação e Monitoramento sobre Economia Criativa. Valor a ser destinado R$ 2,5 milhões.
2) Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos;	• Convênios com 13 estados brasileiros para a implementação de centros de apoio e formação aos empreendedores criativos. Estes centros são denominados Criativa Birô. • Termo de Cooperação entre o Ministério da Cultura (MinC) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), em julho de 2013, para o desenvolvimento de 27 Arranjos Produtivos Locais Intensivos em Cultura (APLs), sendo um em cada unidade da Federação. • Edital do Ministério da Cultura (MinC), por meio da Secretaria da

	Economia Criativa (SEC), em julho de 2013, com a finalidade de fortalecer entidades que atuam com empreendimentos criativos e inovadores para que ampliem a oferta de vagas para a incubação. Valor total R$ 5 milhões. • Termo de cooperação entre o Ministério da Cultura (SEC/MinC) e o Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília (CDT/UnB), em julho de 2013, para dar suporte técnico à implantação da Rede Criativa Brasil, que até 2014 irá implementar 13 Criativa Birôs (centros de apoio aos empreendedores criativos). Valor previsto R$ 3,6 milhões.
3) Educação para competências criativas;	• Edital do Ministério da Cultura (MinC), por meio da Secretaria da Economia Criativa (SEC), em julho de 2013, com a finalidade de apoiar a formação de profissionais e empreendedores criativos, por meio de cursos para formação e qualificação em gestão. Valor total 1,1 milhões.
4) Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos	• Neste item, percebe-se que ocorreram eventos e encontros para debater a temática mas no período da análise desta pesquisa não foi possível identificar se houve algum projeto efetivado
5) Criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos	• Neste item, percebe-se que ocorreram eventos e encontros para debater a temática mas no período da análise desta pesquisa não foi possível identificar se houve algum projeto efetivado

Fonte: Ministério da Cultura. Elaboração própria.

Relativamente ao Quadro 16, para o alcance do objetivo representado pelo Desafio 1 foi amplamente difundida a intenção de implementação de oito Observatórios Estaduais em parceria com universidades federais: Fluminense (UFF), da Bahia (UFBA), de Goiás (UFG), de Santa Catarina (UFSC), do Maranhão (UFMA), do Pará (UFPA), de Brasília (UnB) e do Rio Grande do Sul (UFRGS). O investimento em tais iniciativas alcançava valor previsto de R$ 4 milhões, porém apenas um desses observatórios está em vias de implementação, no Rio Grande do Sul, a partir da assinatura de termo de cooperação em agosto de 2013 com a UFRGS[32].

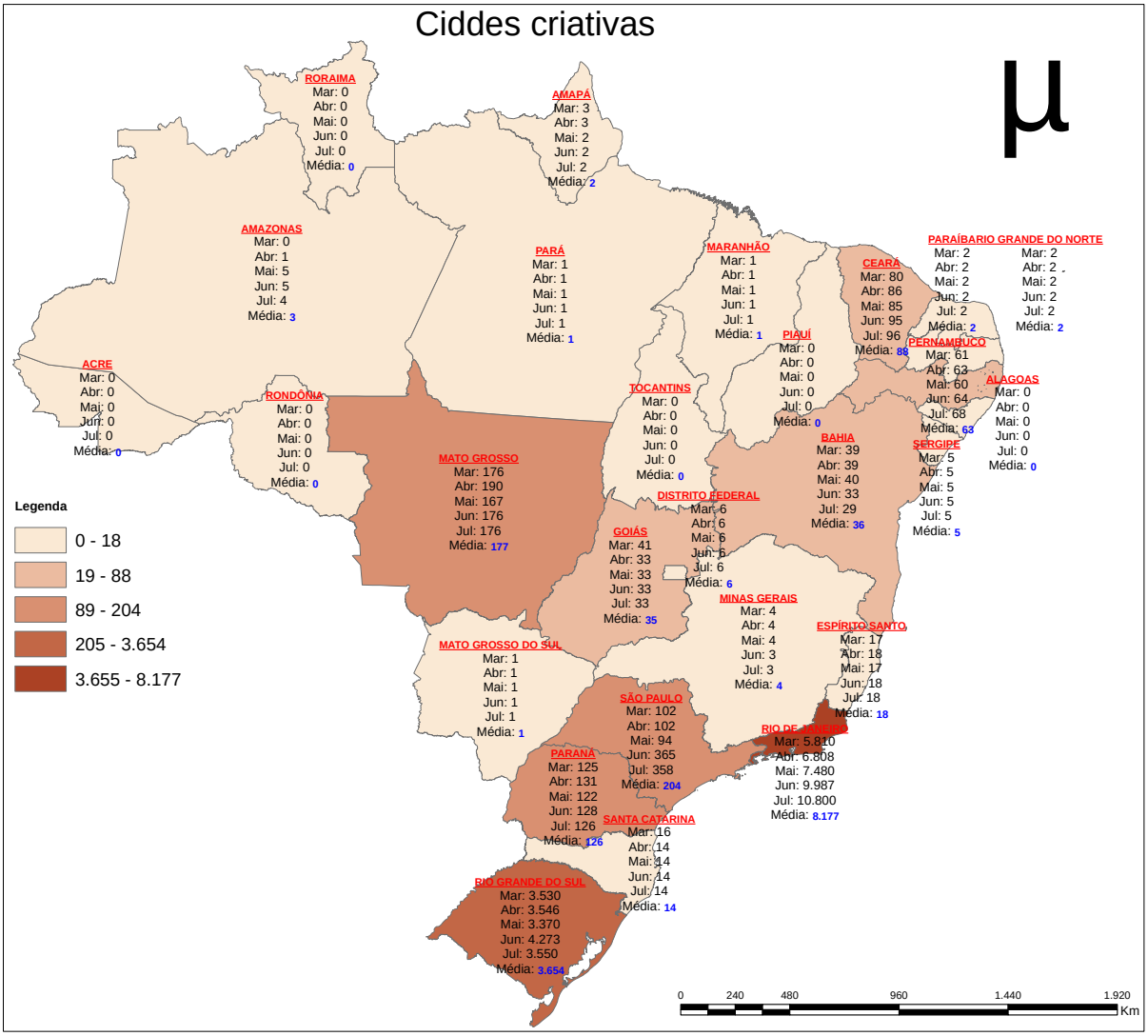
De modo geral, a atuação do governo federal na política pública de fomento à economia criativa parece ter perdido intensidade a partir de 2013. Uma das ações promissoras para difusão seria o envolvimento das universidades federais para institucionalização dos Observatórios de Economia Criativa e de governos estaduais para a instalação dos escritórios Criativa Birôs, mas, pelos resultados verificados atualmente, parece estar enfrentando problemas para avançar. Como se tratam de iniciativas que envolvem complexas articulações multiníveis e interinstitucionais, ainda seria prematuro tentar projetar tendências quanto ao sucesso ou insucesso da política federal de fomento à economia criativa a partir desses instrumentos.

[32] Informações monitoradas por meio de acessos às notícias, eventos e outras citações via internet, até julho/2013.

1.5. Repercussão do processo implementação da política pública

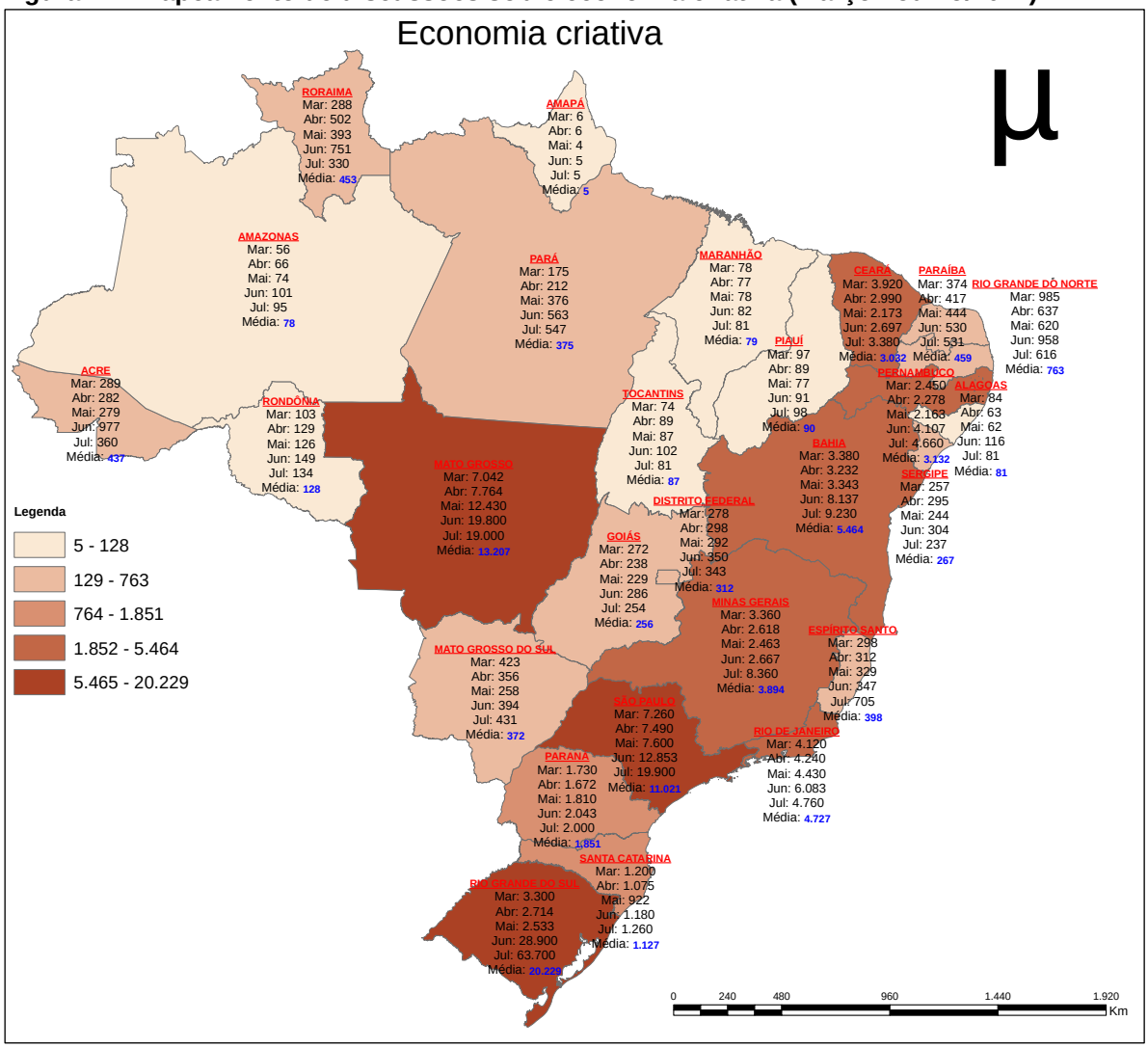
Entre os meses de março a julho de 2014, enquanto eram desenvolvidas atividades de levantamento documental e de fundamentação teórico-conceitual, foram realizados monitoramentos na internet pautados no *country-code top-level domains (ccTLD)* para avaliar a repercussão das discussões sobre os temas “cidades criativas”, “economia criativa” e “indústrias criativas” nos estados brasileiros. Esses mapas, demonstrados a seguir, resultam dos valores das médias de 12 coletas de dados: uma em março, quatro em abril, três em maio, três em junho e uma em julho de 2014. O levantamento demonstra a evolução da intensidade média das discussões em todos os estados da federação.

Figura 16 - Mapeamento de discussões sobre cidades criativas (Março - Julho/2014)



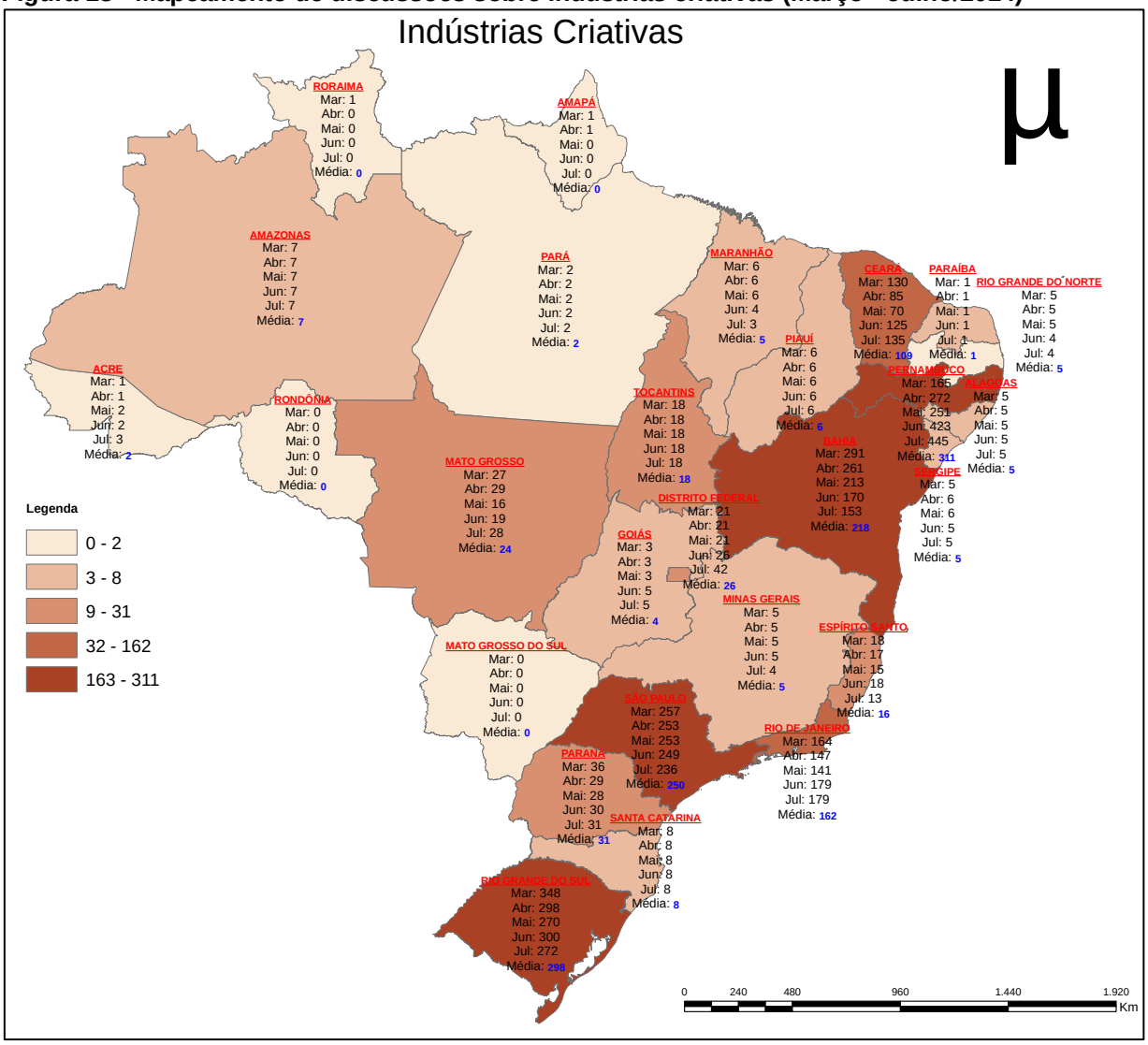
Elaboração própria.

Figura 17 - Mapeamento de discussões sobre economia criativa (Março - Julho/2014)



Elaboração própria.

Figura 18 - Mapeamento de discussões sobre indústrias criativas (Março - Julho/2014)



Elaboração própria.

Considerando a intensidade média das discussões, nos três temas “cidades criativas”, “economia criativa” e “indústrias criativas”, o Rio Grande do Sul lidera os resultados quando comparamos com o Paraná. Da mesma forma, ao selecionarmos, por exemplo, os cinco estados que mais se destacam nos números médios, o Rio Grande do Sul lidera no tema economia criativa e indústrias criativas e ocupa o segundo lugar no tema das cidades criativas, sendo que o primeiro lugar é o Rio de Janeiro. No caso do Rio Grande do Sul, chama atenção o impulso que as discussões ganharam nos dois últimos momentos da pesquisa. A explicação desse incremento poderá ser obtida a seguir a partir do aprofundamento da análise documental e das entrevistas.

Ao compararmos os três temas, a economia criativa tem intensidade de discussões que se sobressaem em relação a cidades criativas e indústrias criativas, respectivamente, em todos os estados. É importante notar que, relativamente à nomenclatura "indústrias criativas", há no Brasil certa confusão com "setores criativos". Talvez isso possa ter influenciado nos resultados do levantamento de dados do tema. Nesses mapas acima é possível verificar que dos Estados que mais se destacaram no levantamento[33], com exceção do Mato Grosso, vinham apresentando alguma iniciativa ligada à economia criativa ou já haviam iniciado algum tipo de parceria com o MinC.

Os dados obtidos por meio da pesquisa na internet foram importantes para monitorar eventos e tendências sobre a repercussão de discussões sobre economia criativa nos dois estados e respectivos municípios objeto da presente pesquisa. Isso facilitou, por exemplo, a obtenção de base documental para construção da trajetória histórica das discussões e ações desencadeadas em cada um de tais níveis e locais de articulações relacionadas à economia criativa e, por conseguinte, cidades criativas.

1.6. Perspectivas da política federal de fomento à economia criativa

O histórico da implantação da temática da economia criativa no âmbito do MinC consta do relato das atividades realizadas pela SEC, das ações entre janeiro de 2011 e julho de 2013. Disso foi possível constatar que a implementação da política ocorreu em um momento de reestruturação do ministério, inclusive com a realocação de recursos do orçamento para que a nova equipe pudesse compor o quadro oficial do órgão e a iniciativa fosse então institucionalizada (SEC 2013, p.7-8).

A observar este processo a partir da perspectiva do modelo dos *múltiplos fluxos*, de Kingdon, para a formação de agenda para a política pública articulada pelo Ministério da Cultura, constatam-se várias atividades que percorrem os fluxos propostos pelo modelo. É possível identificar, por exemplo, as articulações realizadas por organizações da sociedade civil, formação de redes de discussão *on line* (Rede

[33] Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso, Paraná, Bahia, Minas Gerais, Pernambuco, Ceará.

de Economia Criativa, de um grupo em São Paulo, no Paraná, fóruns de discussões, entre outros), e por outras vinculadas ao mercado (instituições de ensino privadas que passam a promover cursos, entre outras iniciativas) que geraram dados e informações importantes para constituir um “problema” de política pública, representado pela necessidade de institucionalização da política de fomento à economia criativa. Isso também está diretamente relacionado com a conversão de fluxo criada pelos empreendedores políticos, que resultou na elaboração e implantação do PBC. Esta convergência aconteceu no momento de abertura de janela de oportunidade, no início de 2011 com a nomeação da equipe que organizaria e implantaria o PBC e seus desdobramentos.

O ajuste de dotação orçamentária do MinC fez com que fosse possível viabilizar uma série de iniciativas em um curto período de tempo. Antes mesmo do lançamento oficial do PBC a etapa de eventos, levantamento de informações, que corresponde ao fluxo de problemas, já havia iniciado. Dentre tais iniciativas, destacam-se a criação dos Observatórios, a implantação dos escritórios Criativa Birôs, editais de pesquisa e premiações. Concomitante a este processo, aconteceu o levantamento de viabilidade técnica, com o ajuste orçamentário para que uma equipe de técnicos especializados passasse a integrar o MinC.

Embora importante em termos de institucionalização do aparato administrativo de suporte à política de fomento da economia criativa, a escolha do campo da cultura para a implementação da economia criativa tem gerado questionamentos, como, por exemplo, sobre as bases conceituais que pautaram a decisão sobre quais setores criativos comporiam o escopo do Plano Brasil Criativo e da capacidade institucional de o Ministério da Cultura implementar política pública de economia criativa. De acordo com Pavanelli (2013), uma alternativa seria implementar as políticas para a economia criativa a partir de institucionalização que privilegiasse a atuação interministerial. Isso poderia ocorrer por meio da alocação da coordenação política na Casa Civil, para que tivesse uma base independente e condições de articular com as demais pastas representantes dos diversos setores criativos envolvidos, seguindo o modelo adotado na Inglaterra, no governo de Tony Blair (PAVANELLI 2013).

Nesse sentido, mesmo com dificuldades de articulação decorrentes de posicionamento em igualdade de capacidade política e administrativa em relação aos demais ministérios envolvidos, o Ministério da Cultura, dentre as etapas da formação

da agenda, procurou se articular com 20 ministérios afins e um encontro realizado em 16 de maio de 2011, que contou com a presença de 16 deles[34]. O encontro fez parte do processo de identificação das interfaces entre as políticas dos ministérios e os eixos de atuação da SEC. Foram também realizados eventos pela SEC com o objetivo de sensibilizar os mais diversos atores acerca do tema da economia criativa (SEC 2013, p.21-36).

Para o caso do campo do turismo, foram declaradas intenções de realizar ações transversais com outras políticas, reconhecendo a importância do turismo cultural, conforme consta no Plano Brasil Criativo (MINC 2012b, p.40). Também constam registros de algumas aproximações em encontros e reuniões, porém não foi constatada até a atualidade outras iniciativas concretas no sentido de haver algum compromisso bilateral e eventualmente alguma ação em conjunto.

Na área de fomento, foram viabilizados diversos editais e chamadas públicas[35] para Prêmios, apoio à formação, apoio para implantação de incubadoras e concursos culturais (SEC 2013, p.37-43). Das parcerias institucionais foram relatadas iniciativas nacionais e internacionais, dentre elas a participação de comissões e termos de cooperação[36] (SEC 2013, p.43-47).

Ao longo do período analisado foi possível constatar diversas iniciativas para que o tema economia criativa fosse inserido na agenda governamental e encontras-

---

[34] Ministérios e Secretarias que participaram do encontro: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; Ministério do Trabalho e Emprego; Ministério da Justiça, Ministério do Meio Ambiente; Ministério do Turismo; Ministério dos Esportes; Ministério das Comunicações, Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério da Educação; Ministério das Relações Exteriores; Ministério das Cidades; Ministério do Desenvolvimento Social; Gabinete da Presidência - Secretaria de Assuntos Estratégicos; Secretaria de Políticas para as Mulheres, Secretaria da Comunicação e Secretaria da Micro e Pequena Empresa.

[35] Prêmio Economia Criativa - Edital de Apoio a Estudos e Pesquisas em Economia Criativa (2011/2012); Prêmio Economia Criativa - Prêmio de fomento a iniciativas empreendedoras e inovadoras (2011/2012); Edital de Apoio à Formação para Profissionais e Empreendedores Criativos (2013); Edital de Fomento a Incubadoras de Empreendimentos da Economia Criativa; Edital Copa – Concurso Cultura 2014; Capacitação em Gestão de Projetos e Empreendimentos Criativos; Edital Arranjos Produtivos Locais Intensivos em Cultura – APLs Criativos; Tradução para o português do Relatório da Economia Criativa Mundial 2010 – UNCTAD (SEC 2013, p.37-43).

[36] Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior; Universidade Federal da Bahia – UFBA; Governo da República Popular da China; Mercado Comum do Sul - MERCOSUL (Comissão de Economia Criativa e Indústrias Culturais - CECIC); Comitê Executivo preparatório para o MICSUR – Mercado das Indústrias Culturais dos Países do Mercosul; Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e FAPs; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE; Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI; Caixa Econômica Federal – CEF; Sistema Nacional de Emprego – SINE / MTE (SEC 2013, p.43-47).

se espaço para se institucionalizar no aparelho administrativo federal brasileiro, inclusive com alocação de recursos orçamentários específicos para fazer frente a iniciativas concretas. Contudo, apesar da reestruturação interna do MinC em períodos curtos de tempo, como ocorreu com a economia criativa, uma política ampla e consistente no campo da cultura no Brasil ainda está em fase de estruturação, bem como todas as possíveis iniciativas que venham a se formar nesta área. Isso, em parte, pode explicar a redução do ritmo das iniciativas de fomento da economia criativa a partir da ação do governo federal.

2. ECONOMIA CRIATIVA NO PARANÁ E EM CURITIBA

No Paraná, as principais discussões vinculadas ao tema da economia criativa estão no campo da cultura e foram promovidas pela Secretaria de Estado da Cultura. No município de Curitiba também é possível constatar algumas iniciativas que contam com envolvimento de duas organizações governamentais: a primeira, no campo do desenvolvimento, é a Agência Curitiba de Desenvolvimento e a segunda, no campo da cultura, é a Fundação Cultural de Curitiba.

2.1. Origem da discussão e formação da agenda no Estado do Paraná

No Paraná, as iniciativas e discussões relacionadas ao tema da economia criativa surgiram no final de 2011. A maioria das ações tem se concentrado na Capital do Estado, Curitiba, e estão mais fortemente vinculadas ao campo da cultura, a exemplo do que ocorre na esfera federal. Isso está diretamente vinculado à estratégia do governo federal, onde o MinC vem implementando o plano de ação que dá corpo à política federal de fomento à economia criativa.

No caso paranaense, dos atores que aparecem no processo de discussão sobre o tema, alguns são identificados como pertencentes ao âmbito governamental e outros no âmbito da sociedade civil, tanto no nível estadual quanto municipal.

No âmbito estadual a liderança no processo é da Secretaria de Estado da Cultura (SEEC), que, desde 2011, vem desenvolvendo ações para formar a agenda pública estadual. No primeiro evento, realizado em 2011, a SEEC convidou a Secreta-

ria de Estado do Turismo (SETU), com fins pensar em possiblidades de desenvolver iniciativas em conjunto. Entretanto, no decorrer do processo, a SETU foi extinta (em setembro de 2013) e, depois, reincorporada dentro da Secretaria de Estado do Esporte. Com isso, houve a criação da Secretaria de Estado do Esporte e Turismo. Com este processo de reestruturação não foi realizada outra ação ou tentativa de ações conjuntas.

Dos demais atores no âmbito regional e estadual, destacam-se a Rede de Economia Criativa do Paraná, Universidade Federal do Paraná e a Agência de Inovação da Universidade Federal do Paraná, que têm realizado eventos, colóquios e encontros temáticos em Curitiba e no litoral do estado.

No Quadro 17 consta um histórico, por ordem cronológica, das iniciativas no Estado do Paraná.

Quadro 17 - Mapeamento das iniciativas no Paraná

Ano	Iniciativa
2011	Foi iniciado o Movimento Londrina Criativa que colocou como meta atrair, reter e cultivar cidadãos criativos produzindo um ambiente propício gerar riquezas para a cidade e transformando Londrina em Cidade Criativa (em maio de 2011).
2011	Seminário de Economia Criativa realizado pelas Secretarias de Estado da Cultura do Paraná (SEEC) e Secretaria de Estado do Turismo do Paraná (SETU) com apoio do Sistema FIEP/SESI no Museu Oscar Niemeyer em Curitiba (em outubro de 2011).
2011	Criação do Fórum de Economia Criativa do Paraná, (atualmente Rede de Economia Criativa do Paraná) que iniciou sua estruturação em novembro de 2011.
2012	Curso de Economia Criativa e Empreendedorismo, em Curitiba organizado pela Secretaria de Estado da Cultura do Paraná (SEEC) com patrocínio do Sebrae Nacional e participação da empresa Garimpo Soluções foi realizado o (em junho de 2012).
2012	Palestras e Oficinas realizadas em dez cidades do Paraná, organizado pela Secretaria de Estado da Cultura do Paraná (SEEC) em parceria com a Garimpo Soluções, com o objetivo de sensibilizar os participantes acerca do tema da economia criativa. As cidades que receberam os encontros foram: Foz do Iguaçu, Francisco Beltrão, Toledo, Londrina, Cianorte, Paranavaí, Piraí do Sul, Guarapuava, Paranaguá e Araucária (em agosto de 2012).
2012	Foi noticiado que o Estado receberá o Criativa Birô, que é um centro de apoio aos empreendedores e profissionais criativos e que irá oferecer formação e consultoria na área de gestão. A implantação destes espaços é meta do Minc em todos os Estados da federação e a previsão é de que ocorram até a Copa 2014, até junho/2014.
2012	Seminário sobre Economia Criativa na UFPR, promovido pela Agência de Inovação da UFPR, onde foi abordado sobre um outro espaço a ser implantado no Paraná que é o Observatório de Economia Criativa em uma tentativa de parceria com a UFPR (em outubro de 2012). Até o período desta pesquisa não foi identificada nenhuma outra informação relacionado a este assunto.
2012	Implementado um eixo temático de estudos sobre Economia Criativa na Cátedra Ozires Silva de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis, com a proposta de desenvolver estudos na área. São duas frentes de trabalho, uma delas em Curitiba e a outra em Londrina (em outubro de 2012). Este eixo específico foi retirado do plano de trabalho a partir de 2014.
2013	III Colóquio Celso Furtado sobre Cultura e Desenvolvimento. Realizado pelo MinC/SEC em parceria com a UFPR e REDEC (em março/2013).
2013	I Encontro de Economia Criativa do Litoral do Paraná. Evento realizado pela Agência de Inovação da Universidade Federal do Paraná em parceria com o município de

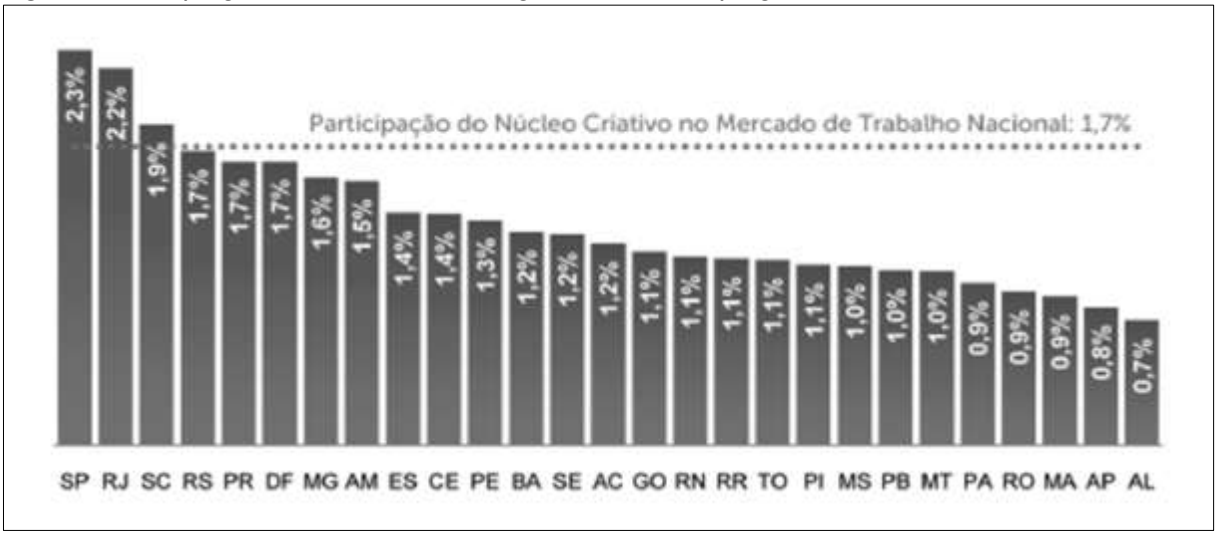
	Pontal do Paraná e REDEC (em agosto de 2013).

Elaboração própria[37].

Um fato chama a atenção que antes mesmo de se identificarem iniciativas estaduais ou até mesmo na Capital, foi criado o movimento “Londrina Criativa”, na cidade de Londrina.

Na tentativa de mensurar qual a representatividade do setor criativo no Estado do Paraná, utilizou-se dados do relatório da FIRJAN 2012, apresentados na Figura 19. Isso foi necessário por não ter sido possível identificar documentos de instituições governamentais ou de pesquisa com informações ou dados tabulados para este setor no Paraná. Os dados trazidos neste relatório apontam para o percentual de empregados formais alocados nos setores criativos.

Figura 19 - Empregados criativos no ranking nacional de empregos



Fonte: FIRJAN (2012, p.14)

De acordo com a tabela apresentada, o núcleo criativo paranaense representa 1,7% do PIB estadual. O número refere-se ao montante de empregados nos setores criativos no estado do Paraná, revelando que o estado aparece entre os cinco estados brasileiros que mais empregam funcionários nos setores criativos. Neste levantamento constata-se que o setor criativo representa a alocação de um significativo número de pessoas que desenvolvem atividades econômicas nestas áreas criativas.

[37] A fonte de dados deste levantamento é a partir do envolvimento pessoal da pesquisadora ao participar e observar os encontros que vinham acontecendo desde 2011 até o período de corte deste estudo que foi em julho/2014.

2.2. Institucionalização da economia criativa como política pública estadual

A liderança do processo para a institucionalização da economia criativa como política pública vem acontecendo por iniciativa da Secretaria de Estado da Cultura (SEEC), desde 2011. Neste ano foi realizado o primeiro evento com o tema. O objetivo foi a promoção da sensibilização sobre a importância da economia criativa. O encontro, chamado "Seminário Economia Criativa", foi organizado e promovido pela Secretaria de Estado da Cultura (SEEC), em parceria com a Secretaria de Estado do Turismo (SETU) e pelo departamento de cultura do SESI-PR. O evento ocorreu nos dias 09 e 10 de novembro de 2011, no Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba, e contou com a presença de convidados com atuação importante na definição da agenda governamental na esfera estadual e federal, também de pesquisadores e profissionais da área. Ao todo, o evento contou com 321 participantes nos dois dias de encontro[38] (SEEC 2011, p.2-10; 11-54; 24).

Ainda em 2011 foi organizado um movimento da sociedade civil, o Fórum de Economia Criativa do Paraná, que tinha como proposta se tornar "um espaço de articulação em prol do fomento do tema no estado do Paraná". Logo em seguida ocorreu a alteração de nome para Rede de Economia Criativa do Paraná. Desde então, algumas ações realizadas em torno do tema (MARCHETTE *et al.* 2013, p.16;23-24), mas sem grande repercussão que possa ser identificada objetivamente em publicações, por exemplo.

No ano de 2012 foi realizado o evento "Curso de Economia Criativa e Empreendedorismo", pela Secretaria de Estado da Cultura em parceria com o SEBRAE nacional e a Garimpo Soluções, com a presença de 401 participantes[39]. Na sequência foi realizado um ciclo de palestras e oficinas em dez cidades do estado[40], entre 31 de julho a 28 de agosto. Não foi possível obter o número de participantes dos en-

---

[38] Foi possível conhecer o número de participantes e demais detalhes do encontro em função da pesquisadora ter livre acesso ao relatório geral do evento cedido pela coordenadora de economia criativa no estado, Sra. Regina Iorio.

[39] Foi possível conhecer o número de participantes em função da pesquisadora ter livre acesso à listagem de presenças do evento, com o nome dos participantes, cedido pela coordenadora do evento, realizado em Curitiba, Sra. Lolita Beretta do Sebrae.

[40] Foz do Iguaçu, Francisco Beltrão, Toledo, Londrina, Cianorte, Paranavaí, Piraí do Sul, Guarapuava, Paranaguá e Araucária.

contros, pois, de acordo com informações da SEEC, não foram organizadas listas de presença nos eventos.

Ainda no ano de 2012, em outubro, foram iniciadas as tratativas para a instalação do escritório Criativa Birô[41], em parceria com o MinC, alinhado ao Plano Brasil Criativo. Com essa proposta de parceria, o estado forneceria a infraestrutura e contrapartida financeira enquanto o governo federal, por meio do MinC, contribuiria com outra parte do recurso em parcela única, para viabilizar o início das atividades.

A primeira parcela do recurso foi liberada pelo MinC em 2013 e no mesmo ano foi iniciado o processo licitatório[42] para reforma do espaço físico, de responsabilidade do Estado do Paraná. Foram dois processos licitatórios sem êxito. Não acorreram ao certame, pois, empresas interessadas. Até encerramento da coleta de dados desta pesquisa, não surgiram notícias sobre os desdobramentos dessa questão.

Outro evento que aconteceu em outubro de 2012 foi o "I Seminário de Economia Criativa: do que estamos falando?", promovido pela Agência de Inovação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), que reuniu representantes do grupo artístico, autoridades do governo municipal, estadual e federal. Na ocasião, a representante do MinC, Sra. Mércia Queiroz, explanou sobre o funcionamento dos Observatórios de Economia Criativa, que iriam funcionar nos estados em parceria com o Observatório nacional vinculado ao MinC. A representante do MinC manifestou a intenção de escolher a UFPR para sediar o observatório do Paraná. Contudo, até encerramento da coleta de dados para a presente pesquisa, não foi possível constatar o desdobramento dessa questão.

Embora as articulações da política de fomento da economia criativa no estado do Paraná estejam sendo conduzidas no campo da cultura, em nenhum momento foi citada a participação ou envolvimento do Conselho Estadual de Cultura, instituído em 2012, que tem por atribuição:

> fiscalizar a execução dos projetos culturais e a aplicação de recursos, emitir pareceres sobre questões técnico-culturais, participar da formulação de políticas públicas do Governo do Estado na área da cultura, incentivar a prote-

---

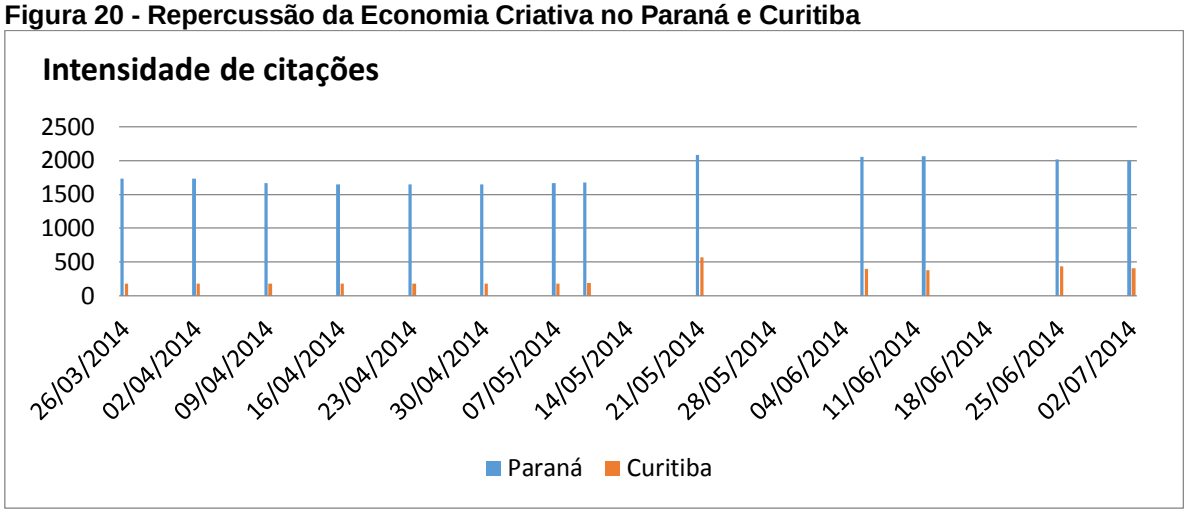
[41] O número da proposta original é 00068/2012 (10/2012), convertida em convênio nº 774951 (02/2013), com um valor montante de R$ 1.200.000,00 e tem por objetivo "Adequação do espaço físico, aquisição de mobiliário e equipamentos, bem como contratação de serviços profissionais especializados para implantar um escritório denominado Criativa Birô no Estado do Paraná destinado ao atendimento a profissionais e empreendedores dos setores criativos.

[42] Concorrência nº 82/2013, Protocolo nº 11.919.371-0. Em 15 de abril de 2014 a Comissão de licitação declarou a licitação deserta, por não haver empresas interessadas no processo.

> ção do patrimônio cultural, valorizar as manifestações culturais locais e regionais, incentivar pesquisas sobre a cultura paranaense, entre outras importantes ações (PARANÁ 2012).

No presente estudo, entre março de 2014 até junho de 2014, também foram realizados monitoramentos, via internet, sobre a repercussão do tema "economia criativa" para o Estado do Paraná e para o município de Curitiba, utilizando os domínios de topo: pr.gov.br e curitiba.pr.gov.br. Os resultados das ocorrências deram origem à Figura 20.

Figura 20 - Repercussão da Economia Criativa no Paraná e Curitiba



Elaboração própria.

Possivelmente em função das iniciativas que já vinham sendo realizadas no nível estadual desde 2011, o volume de citações tende a ser superior quando comparadas às citações no nível do município de Curitiba.

Todo o trâmite para a institucionalização do tema tem ocorrido nos âmbitos técnicos e políticos no âmbito estadual paranaense. Por ora, o único projeto concreto, o Criativa Birô, encontra-se paralisado em função das questões administrativas que envolvem alinhamento técnico-financeiro entre os âmbitos federal e estadual, bem como a solução para o problema do processo licitatório que inviabiliza a criação de espaço para operacionalizar aquela unidade de apoio. Embora o tema esteja no Plano de Governo, conforme informações obtidas na entrevista realizada, não houve outro investimento em projetos ou programas. Na atualidade a responsabilidade pela política de fomento à economia criativa está atrelada a uma única secretaria, mas sem que seja possível identificar medidas concretas tendentes a gerar resultados em termos de desenvolvimento local ou regional.

2.3. Tendências e perspectivas da economia criativa no Paraná

No âmbito estadual, com base nas observações realizadas, constata-se que o processo de formação de uma agenda para a economia criativa encontra-se em fase inicial de implantação. Tendo como base o modelo dos *múltiplos fluxos,* foi possível constar que uma das poucas iniciativas que avançaram ocorreu com a tentativa de implementar o escritório Criativa Birô, conforme Figura 21.

Figura 21 - Fluxos para implementação do Criativo Birô no Paraná

Elaboração própria.

O anúncio para a implantação do projeto foi feito em julho de 2012. Em outubro daquele ano foi encaminhada a proposta de cooperação e fevereiro de 2013 foi assinada, com compromisso para que a inauguração ocorresse até junho de 2014 (GUILHERME 2012). Ainda em 2013, o MinC repassou uma parte do montante dos recursos do convênio para que se iniciassem as obras de infraestrutura. Esse processo, entretanto, foi paralisado pela incapacidade de obter sucesso em licitação, desde abril de 2014.

Diante das evidências levantadas, é possível concluir que o processo para institucionalização da política pública para a economia criativa no Estado do Paraná está bastante fragilizado, principalmente por estar sendo conduzido por uma única secretaria e sem indicativos de intenções de adesão por parte de outros atores. No Estado do Paraná, embora a proposta conste do Plano de governo, não houve identificação de nenhum outro esforço no sentido de adotar a política de fomento à economia criativa de modo a permear outras instâncias governamentais. Ainda, sobre a única iniciativa concreta em andamento, projeto Criativa Birô, se chegar a ser implementada, tende a representar mero cumprimento de convênio firmado, dada a falta de apoio institucional e falta de mobilização com força significativa da sociedade civil local. Mesmo em relação a tal projeto, não há garantias de que possa ter continuidade após a implantação e do prazo de encerramento do contrato com o MinC.

2.4. Origem da discussão e formação da agenda em Curitiba

No âmbito municipal, a quantidade de iniciativas é menor quando comparada as iniciativas no âmbito estadual, conforme pode ser verificado no Quadro 18. O histórico de iniciativas que surgiram para discutir a economia criativa como política pública de fomento ao desenvolvimento endógeno local tem início em maio de 2012 quando foi instituído o Movimento Curitiba Criativa, iniciativa particular, coordenado pela Escola de Criatividade.

No final de 2013, aconteceu a primeira iniciativa do governo municipal, nominada “Encontro da cultura e indicadores de economia criativa inspirações para Curitiba”, coordenado pela Agência Curitiba de Desenvolvimento e em meados de 2014, dois eventos promovidos pela Fundação Cultural de Curitiba em conjunto com a Agência Curitiba de Desenvolvimento o curso “Cultura & Autonomia – orientando para planejar o futuro”, também em parceria com o SEBRAE e a palestra “Economia Criativa - estudo e desenvolvimento de processos produtivos vinculados à criatividade e conhecimento”, em parceria com a Fecomércio e SESC-PR.

Quadro 18 - Fomento da economia criativa em Curitiba

Ano	Iniciativa
2012	Movimento Curitiba Criativa iniciou suas atividades (em maio de 2012).
2013	Evento da Agência Curitiba de Desenvolvimento “Encontro da cultura e indicadores de economia criativa inspirações para Curitiba” (em novembro de 2013).
2014	Audiência Pública promovida pela Câmara Municipal de Curitiba, com o tema Economia Criativa e Cultura (em maio de 2014).

2014	Curso “Cultura & Autonomia – orientando para planejar o futuro” promovido pela Fundação Cultural de Curitiba, Agência Curitiba de Desenvolvimento e SEBRAE (em maio de 2014).
2014	Palestra “Economia Criativa - estudo e desenvolvimento de processos produtivos vinculados à criatividade e conhecimento” promovido pela Fundação Cultural de Curitiba, Agência Curitiba de Desenvolvimento, Fecomércio e SESC/PR (em maio de 2014).

Elaboração própria[43].

Nota-se que algumas dessas ações estão vinculadas ao desdobramento que constam no Plano de Governo 2013-2016, no item “Desenvolvimento Sustentável e Emprego” que tem como objetivo “reposicionar Curitiba no patamar das principais cidades inovadoras e criativas do mundo através de incentivos e instrumentos de fomento apropriados” (CURITIBA 2013a, p.29).

A partir das diretrizes do Plano de Governo foram estabelecidas as metas e projetos que constam do Plano Plurianual (PPA) 2014-2017, desenvolvido a partir de quatro dimensões estratégicas: Qualidade Urbana e Ambiental, Desenvolvimento Econômico, Desenvolvimento Social e Governança Participativa. O plano aprovado tem seis grandes diretrizes: Curitiba Sustentável, Curitiba Criativa, Curitiba Inteligente, Curitiba sem Miséria, Curitiba mais Verde e Curitiba Participativa - e 12 programas a elas vinculadas: Curitiba Mais Humana, Curitiba Mais Segura, Curitiba Mais Saúde, Curitiba Mais Educação, Curitiba Mais Nutrição, Viva Mais Curitiba, Portal do Futuro, Curitiba Metrópole, Mobilidade Urbana Integrada, Curitiba Mais Verde, Curitiba Criativa e Curitiba Participativa (CURITIBA 2013b).

Mesmo percebendo o desdobramento das ações em 2013 e 2014, nota-se que são pouco representativas se levarmos em conta que as ações compõem um Plano Plurianual, especialmente a partir de 2014 que prevê orçamento que garante a execução dos projetos.

2.5. Institucionalização da economia criativa como política pública municipal

Dentre as iniciativas no âmbito do município, em março de 2012 foi iniciado o Movimento Curitiba Criativa. Esse movimento foi iniciado pela Escola de Criatividade, organização privada, por solicitação do Sebrae e Fecomércio para preparação

[43] A fonte de dados deste levantamento é a partir do envolvimento pessoal da pesquisadora ao participar e observar os encontros que vinham acontecendo desde 2011 até o período de corte deste estudo que foi em julho/2014.

de um projeto para o Centro Histórico de Curitiba. Ao longo de um ano foram realizados encontros, com atores de diversas áreas da economia criativa, com o objetivo de levantar informações sobre o centro histórico de Curitiba, com fins de idealizar iniciativas e projetos vinculados a economia criativa. Após esta etapa inicial, as reuniões foram paralisadas a partir de junho de 2013, pois ainda não havia o envolvimento do poder público municipal, que seria fundamental para a implementação de algumas propostas (Entrevistado PRJ). Não foi possível localizar resultados de tais encontros, pois as informações não foram publicadas.

No caso de iniciativas governamentais no âmbito do município, a primeira delas ocorreu em novembro de 2013, por meio do encontro "Encontro da cultura e indicadores de economia criativa inspirações para Curitiba", promovido pela Agência Curitiba de Desenvolvimento. Não foi possível quantificar o número de participantes, pois não foi obtida resposta ao pedido de informação junto ao órgão responsável[44].

Em maio de 2014 foi promovida pela Câmara Municipal de Curitiba uma Audiência Pública promovida com o tema "Economia Criativa e Cultura". A audiência compôs um conjunto de iniciativas da Câmara Municipal de Curitiba[45] no processo de revisão do Plano Diretor de Curitiba.

No campo da cultura, as primeiras iniciativas promovidas pelo órgão gestor, a Fundação Cultura de Curitiba, aconteceram em maio de 2014. Essas iniciativas foram o curso "Cultura & Autonomia – orientando para planejar o futuro", em parceria com a Agência Curitiba de Desenvolvimento e o SEBRAE-PR, e a palestra "Economia Criativa - estudo e desenvolvimento de processos produtivos vinculados à criatividade e conhecimento" realizada a partir de parceria entre a Agência Curitiba de Desenvolvimento, a Fecomércio e o SESC/PR.

Da mesma forma como foi observado no âmbito estadual, também no âmbito do município não foi constatada a participação do Conselho Municipal de Cultura,

---

[44] Em março de 2014 foi encaminhado e-mail solicitando a listagem de presença e demais informações sobre o encontro para que constasse nesta pesquisa, porém até o período de recorte desta pesquisa, em julho/2014 o e-mail não havia sido respondido.

[45] As audiências têm por objetivo a revisão do Plano Diretor de Curitiba e foram coordenadas pelo Vereador Jonny Stica (PT), atual coordenador da Comissão de Urbanismo, Obras Públicas e Tecnologia da Informação da Câmara Municipal de Curitiba. As audiências foram agendadas para as datas de 06 e 22 de maio; 5 de junho; 7 e 21 de agosto; 4 e 18 de setembro; 9 e 23 de outubro; e 6 de novembro de 2014.

especialmente para os eventos que ocorrem no âmbito das políticas públicas de cultura. Até o período de corte deste estudo não foi identificada nenhuma outra ação no âmbito municipal, seja na esfera governamental ou da sociedade civil, que possam evidenciar a formação de agenda para a formulação de política pública de fomento à economia criativa no município.

2.6. Tendências e perspectivas da economia criativa em Curitiba

No âmbito de Curitiba, com base na aplicação do modelo dos *múltiplos fluxos*, é possível verificar que nem todos os fluxos chegaram a ser acionados, o que demonstra um processo em estágio inicial. Algumas ações constatadas podem se enquadrar no fluxo de problemas, que são palestras, audiência pública, encontros e eventos, conforme demonstrado na Figura 22.

Figura 22 - Fluxo da formação de agenda de política pública em Curitiba

Elaboração própria.

No fluxo de alternativas constam as intenções para a economia criativa no Plano de Governo 2013-2016, que se transformaram em metas no Plano Plurianual 2014-2017, porém ainda não houve publicização dos programas ou projetos que

compõe a meta. Na aplicação das entrevistas surgiu a confirmação de que a liderança do processo está junto à Agência Curitiba de Desenvolvimento que detém cerca de 90% do orçamento para o Programa Curitiba Criativa e os outros 10% do orçamento estão alocados junto a Fundação Cultural de Curitiba (Entrevistado PRK). Com esta informação confirma-se o fato de pouca participação ou proposição de ações do gestor de cultura do município, desvinculando-se inclusive de alinhamento das iniciativas no âmbito federal.

Ocorre que outro processo interno acontece concomitantemente com esta tentativa de implementar ações no campo da economia criativa que é a reformulação da Lei da Cultura do município, juntamente com o Conselho Municipal de Cultura. Esta reformulação compõe um dos requisitos exigidos para aderir ao Sistema Nacional de Cultura, compromisso firmado no ano de 2013 entre os órgãos gestores da cultura nos níveis municipal e federal. Porém, embora no PNC em âmbito federal já constem diretrizes para a economia criativa, não foram encontradas menções em relação ao tema da economia criativa no processo municipal, diante disso, conforme mencionado no parágrafo anterior nota-se a desarticulação institucional multinível.

Por se tratarem duas estratégias significativas neste campo o gestor municipal tem demonstrado grande esforço ao dedicar-se na implantação, porém, o município encontra-se num momento político não favorável[46] e de acordo com o modelo metodológico adotado neste estudo, este é um fator significativo que pode influenciar para a não abertura da janela de oportunidades e consequentemente influenciar na formação de agenda, inclusive onde processos importantes venham a ser paralisados.

De todo modo, ao longo da pesquisa, buscaram-se indícios para compreender posicionamentos e motivações que justificasse de que forma a agenda estaria sento estruturada, conforme preconiza o modelo metodológico. Então, outro evento analisado foi a Audiência Pública “Cultura e Economia Criativa” promovida pela Câmara Municipal de Curitiba. A análise se deteve às palestras proferidas pelos dois atores governamentais que atualmente lideram a tentativa de formação da agenda

[46] Ao longo do ano de 2014 foram noticiadas crises financeiras e institucionais recorrentes em várias organizações públicas no município de Curitiba. Nesta entrevista, Marcos Cordiolli, que é o Presidente da Fundação Cultural de Curitiba - FCC, afirma que “a Prefeitura de Curitiba passa por uma “crise fiscal” e que por isso os recursos não estão entrando (será que o povo não está pagando o IPTU em dia?) e isso dificulta a manutenção dos projetos” (OLIVEIRA, 2014).

no município que são os gestores do campo da cultura, Marcos Cordiolli e outro ator representa a área do desenvolvimento econômico do município, Gina Paladino.

Ambas as representações governamentais confirmam que a aproximação com o tema da economia criativa acontece a partir do início do ano de 2013 e que a proposta é desenvolverem ações conjuntas. A Presidente da Agência Curitiba de Desenvolvimento, Gina Paladino, afirma em seu discurso que a cidade inicia a aproximação com o tema e que o processo na etapa do entendimento do que é a economia criativa no contexto mundial e o que poderá representar para Curitiba:

> Estamos começando essa jornada de tentar olhar, entender e agir sobre a economia criativa da nossa cidade, ela está aí, existe, mas nós ainda não estamos tratando dela como um recorte econômico tradicional como se fosse a área de moda ou de qualquer produto tradicional, é um novo recorte da economia (PALADINO 2014).

Destaca as ações desenvolvidas na Inglaterra, após a severa crise econômica vivenciada, que adota estratégicas para a economia criativa fazendo com que aquele país conseguisse recuperar sua economia fomentando e incentivando essa nova área. Sobre o caso específico de Curitiba, Paladino avalia que a cidade tem indicadores de criatividade elevada, porém ainda possui baixos números de empreendimentos criativos. Os empreendimentos existentes e registrados são muito pequenos; logo, causam relativamente baixo impacto na economia local.

É demonstrada preocupação em relação a transformação econômica pela qual o município de Curitiba está passando quando Paladino destaca os números que a Agência Curitiba de Desenvolvimento tem levantado que indicam que, em curto período de tempo, cerca de 90% do PIB da cidade de Curitiba será da área de serviços. “Agora temos 80% do seu PIB que é oriundo da prestação de serviços. As perspectivas e os estudos prospectivos informam que isso logo chegará a 90%.” (PALADINO 2014).

Quando trata do assunto da atração de novos negócios para a cidade, Paladino destaca a atenção que a cidade tem que ter em relação às suas cidades concorrentes. Há preocupações em entender o que elas têm oferecido aos investidores, pois nestas questões residem os motivos que estão levando Curitiba deixar de receber determinados tipos de empresas em alguns momentos. Uma das cidades concorrentes é Porto Alegre, conforme Gina Paladino.

> sentimos na agência todos os dias. No que diz respeito aos negócios que vem conversar conosco eles estão sempre entre Porto Alegre e Curitiba, en-

> tre Florianópolis e Curitiba, entre Campinas e Belo Horizonte. Esse é o universo nessa área que estamos falando aqui, nessa área de altíssimo valor agregado. É nesse universo que temos que nos preparar coletivamente e esse é um momento bastante propício para que esse tipo de discussão possa avançar ainda mais até porque tem todo um desdobramento aí num segundo momento do Plano Diretor (PALADINO 2014).

Paladino reconhece a importância da área da economia criativa para a cidade e a necessidade de haver mapeamentos que possam apontar qual será a diretriz para a elaboração de propostas para a área. Também comenta acerca da atual dificuldade no levantamento de dados em função da informalidade dos profissionais da área e também das subáreas que envolvem o setor avalia que “as estatísticas pra você recuperar dados nesta área são complicadas, até porque os empreendimentos, vários deles ainda estão um pouco [...] ocultos” (PALADINO 2014). Não obstante, anuncia que o setor de audiovisual tem merecido a atenção da Agência Curitiba de Desenvolvimento e que o poder público municipal pretende firmar parceria com o Sebrae para que seja elaborado um plano estratégico para a área.

O segundo palestrante no evento da Câmara Municipal, Presidente da Fundação Cultural de Curitiba - FCC, Marcos Cordiolli, informou que vem sendo realizado um estudo para identificar territórios criativos na cidade. Um deles localizado na região denominada Alto São Francisco, no centro histórico, e o outro o Edifício Tijucas, também na região central. Destaca a importância no reconhecimento e identificação da cadeia produtiva que envolve a economia criativa e de que algo precisa ser feito neste sentido, pois acredita que “é fundamental que no caso da economia criativa precisamos olhar para toda a cadeia produtiva, tentar entender todos os seus elos”. Lembra, ainda da importância da participação da Fundação Cultural de Curitiba no processo que envolve uma futura parceria com o Sebrae para a área do audiovisual (CORDIOLLI 2014).

Também apontou que uma das prioridades da FCC é a capacitação de mão de obra e que há uma possibilidade de parceria com o Governo Federal, com o programa de formação técnica, o Pronatec. Quanto aos cursos que serão ofertados, dependerá do resultado do mapeamento que apontará qual setor criativo demanda por determinado curso.

Outra questão que, segundo Cordiolli, pode afetar as atividades econômicas da econômica criativa da cidade é o aspecto tributário que possui taxas elevadas inibindo a formalização de empreendimentos na área criativa. Cabe destaque que

esse item não consta da abordagem de Paladino, que seria o órgão mais apto a pleitear melhorias e/ou mudanças para a área tributária.

Além disso, ele aponta para a necessidade de que sejam estabelecidas novas formas para o fomento também para a cadeia produtiva da economia criativa. Nessa linha de entendimento defende que, o fomento e incentivo à economia criativa deveria ser tripartite, ou seja, nas três esferas de poder, o que ele denomina um pacto republicano para a política da economia criativa. Ele cita o exemplo de funcionamento do Sistema Único de Saúde (SUS) e do Sistema de Educação, onde vários recursos são divididos entre os entes federativos para a execução de políticas e programas.

No caso do envolvimento do Conselho Municipal de Cultura, Cordiolli informou que foi instituída uma comissão no conselho para revisar a nova lei de fomento à cultura e as possibilidades de novas formas de fomento que poderão surgir a partir dos estudos desta comissão. Porém, na área da economia criativa, foi observado que não há o envolvimento ou participação do Conselho na formulação de propostas de ação.

Por fim, na abordagem do Cordiolli ele destaca a importância de haver a separação do campo da cultura, quando se trata da cultura como política pública e da cultura como mercado. Sob essa ótica, o estado teria algumas funções no campo de fomento e incentivo à cultura, mas quando dado projeto tem aspectos de mercado, não há muito que fazer em termos de o estado apoiar financeiramente. O mercado, portanto, deve buscar suas estratégias para sustentabilidade econômica e não depender mais de recursos do estado.

> Mas, sempre dizemos claramente que entendemos que a produção, o desenvolvimento e o fomento da arte sempre é fomentado pelo poder público. Como entendemos que as primeiras obras, as obras autorais, as obras experimentais, via de regra, são quase sempre financiadas totalmente pelo Poder Público. Como entendemos também que alguns segmentos, como a área de patrimônio, área de música clássica, também tem uma dependência extremada do Poder Público, mas que nas outras áreas nós queremos sempre um elemento gradativo de sustentabilidade desse setor cultural (CORDIOLLI 2014).

Do que pode ser apontado como perspectiva a partir da análise realizada para o caso de Curitiba, é que ambos os atores governamentais com funções nucleares no delineamento de políticas públicas locais ainda buscam compreender como a economia criativa poderia contribuir com o desenvolvimento local. A partir daí pode-

rão surgir propostas, porém até o período observado, ainda se encontram em estágios iniciais e conforme o modelo metodológico utilizado na análise, encontrando-se na etapa do Fluxo de problemas.

Sobre o estágio inicial do processo de formação da política pública de fomento à economia criativa em Curitiba, possivelmente os tomadores de decisão ainda não conseguiram mobilizar forças ou desenvolver interesse, ou não houve ou não perceberam a abertura na janela de oportunidades para que pudessem avançar consistentemente na formulação de uma política pública nesse sentido para o município.

3. ECONOMIA CRIATIVA NO RIO GRANDE DO SUL E EM PORTO ALEGRE

As iniciativas para a formação de agenda para políticas públicas para a economia criativa no Estado do Rio Grande do Sul e no município de Porto Alegre vêm acontecendo desde 2011 e envolvem ações no campo da tecnologia, inovação e cultura. No campo da inovação as iniciativas datam de 2009 e neste campo houve a preocupação em categorizar separadamente a economia criativa e as indústrias criativas, porém fortalecendo algumas organizações e projetos organizacionais, conforme veremos a seguir.

3.1. Origem da discussão e formação da agenda

As iniciativas para uma formação de agenda para políticas públicas no Estado do Rio Grande do Sul e na cidade de Porto Alegre vêm ocorrendo desde 2011. A origem delas pode ser atribuída aos planos de governo estadual e municipal, ambos iniciados em tempos diferentes. Com a aplicação das entrevistas, confirmou-se que a origem e o desdobramento das iniciativas decorreram dos planos de governo, nos dois níveis municipal e estadual.

No caso do governo do Rio Grande do Sul e de Porto Alegre, ao iniciar a nova gestão, os técnicos e assessores trabalharam no desdobramento do plano governo. O reflexo foi o início de ações a partir de 2012, conforme informações gerais no Quadro 19.

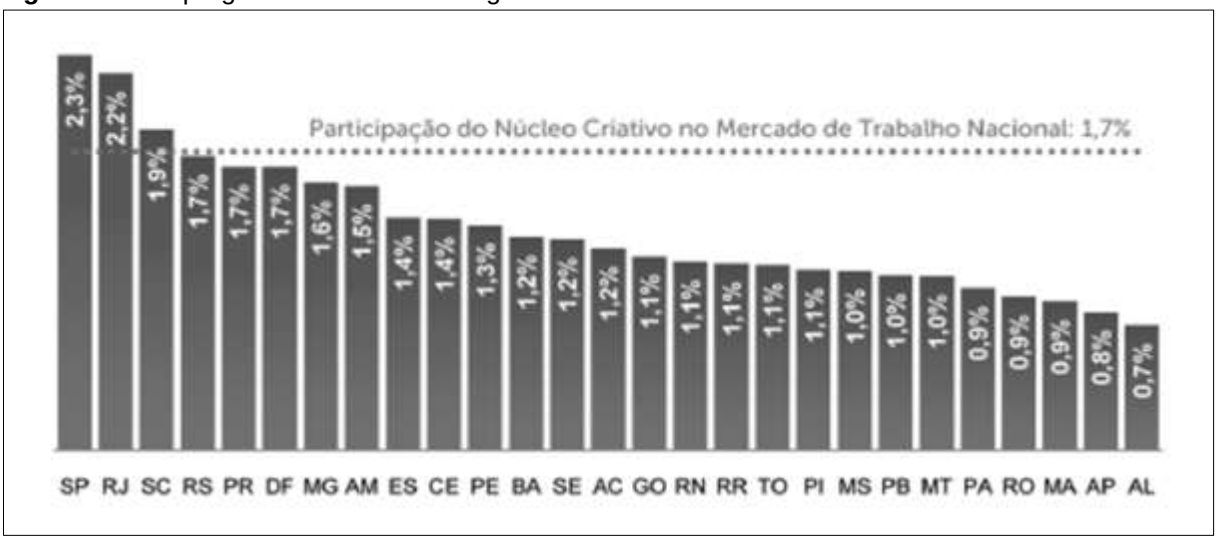
Quadro 19 - Iniciativas no Rio Grande do Sul e Porto Alegre

Ano	Iniciativa
2012	A Secretaria de Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico (SCIT)/AGDI promovem o Evento Hamburtec - Programa RD Tecnóple (em agosto de 2012).
2012	Secretaria Municipal de Cultura em cooperação com British Council instituem o Núcleo de Economia Criativa (em dezembro de 2012).
2013	Secretaria de Estado da Cultura institui o Grupo de Trabalho bilateral Uruguai e governo estadual do Rio Grande do Sul (em maio de 2013).
2013	UFRGS/MinC – Termo de Cooperação para implantação do Observatório de Economia Criativa do Rio Grande do Sul (em maio de 2013).
2013	A Secretaria Municipal de Turismo institui o Programa Porto Alegre Turismo Criativo (em junho de 2013).
2013	O Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa) e a Secretaria Municipal de Cultura instituem o Grupo de trabalho "Porto Alegre Criativa" (em agosto de 2013).
2013	A Secretaria de Estado da Cultura assinatura do Termo de Cooperação Uruguai (em outubro de 2013).
2013	A Secretaria Municipal de Cultura institui do Comitê Municipal de Economia Criativa (em outubro de 2013).
2013	AGDI e Tribunal de Contas do Estado do Rio Grande do Sul realizam Seminário Fazendo Negócios na Economia Criativa (em dezembro de 2013).
2013	O Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa) oficializa a implantação do Polo Criativo - Tecendo Ideias (em dezembro de 2013).

Elaboração própria.

De acordo com as informações contidas no relatório da FIRJAN de 2012, apresentados na Figura 23, o setor criativo no Rio Grande do Sul representa 1,7% do PIB estadual de empregados. O Estado aparece entre os cinco que mais empregam funcionários nos setores criativos brasileiros.

Figura 23 - Empregos criativos no ranking nacional



Fonte: FIRJAN (2012, p.14).

Os dados do gráfico acima dados têm origem no número de empregados formais nos setores criativos. Conforme já citado, mesmo que o levantamento da FIRJAN ainda não esteja alinhado à categorização do MinC/SEC e nem com os critérios

utilizados pela UNCTAD, os dados Figura 23 apontam que o setor criativo representa uma importante força de trabalho no estado.

Para que fosse possível obter dados mais precisos do perfil do estado, em 2012 a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção da Inovação (AGDI) firmou convênio com a Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser (FEE). O objetivo do convênio foi elaborar o mapeamento da indústria criativa estadual. O relatório resultante, chamado “Indústria Criativa no Rio Grande do Sul”, publicado em 2013, constatou que 5,8% dos empregos formais gaúchos são vinculados a setores criativos. A diferença no número encontrado em relação ao estudo da FIRJAN decorre de o estudo da FEE ter considerado informações da CNAE[47], dados da RAIS e, também, informações dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento do estado (VALIATI e WINK JUNIOR 2013, p.8;24).

O relatório também trouxe uma outra contribuição representada por um quadro comparativo. Esse quadro esclarece as disparidades nos levantamentos de dados do setor nas instituições nacionais e internacionais que têm desenvolvido indicadores sobre os setores criativos. No Quadro 20 estão demonstradas as atividades codificadas com base na CNAE considerados pelas instituições internacionais e nacionais em suas tentativas de mensurações.

Quadro 20 - Atividades econômicas da indústria criativa em classificações

Atividade	CNAE 2.0	UNESCO	UNCTAD	IBGE	DCMS	FIRJAN	OIC	FUNDAP	FEE
Fabricação de instrumentos musicais	32205								
Construção de obras de arte especiais	42120								
Edição de livros	58115								
Edição de Jornais	58123								
Edição de revistas	58131								
Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos	58191								
Edição integrada à impressão de livros	58212								
Edição integrada à impressão de jornais	58221								
Edição integrada à impressão de revistas	58239								
Edição integrada à impressão de cadastros, listas e outros produtos gráficos	58298								
Atividades de produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59111								
Atividades de pós-graduação cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59120								
Distribuição cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59138								

[47] CNAE - Classificação Nacional das Atividades Econômicas.

Atividades de exibição cinematográfica	59146								
Atividades de gravação de som e edição de música	59201								
Atividades de rádio	60101								
Atividades de televisão aberta	60217								
Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	60225								
Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	62015								
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	62023								
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis	62031								
Consultoria em tecnologia da informação	62040								
Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	62091								
Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação a serviços de hospedagem na internet	63119								
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de hospedagem na internet	63194								
Serviços de arquitetura	71111								
Atividades técnicas relacionadas à engenharia e arquitetura	71197								
Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais	72100								
Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências humanas e sociais	72207								
Agências de publicidade	73114								
Agenciamento de espaços para publicidade exceto em veículos de comunicação	73122								
Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	73190								
Pesquisas de mercado e de opinião pública	73203								
Design e decoração de interiores	74102								
Atividades fotográficas e similares	74200								
Atividades paisagísticas	81303								
Ensino de arte e cultura	85929								
Ensino de idiomas	85937								
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	90019								
Criação artística	90027								
Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	90035								
Atividades de bibliotecas e arquivos	91015								
Atividades de museus e de exploração; restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	91023								
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	91031								
Parques de exposição e parques temáticos	93212								
Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	94936								

Fonte: Valiati e Wink Junior (2013, p.17).

Buscar dados e informações que justifiquem a representatividade dos setores econômicos vinculados à área criativa e ao montante que eles representam no sistema econômico de cidades, estados e países tem sido um dos pontos críticos. Possivelmente por este motivo, o governo do Estado do Rio Grande do Sul se motivou a investir no levantamento dessas informações. Avaliações como essas tendem

a tornar a concepção e desenvolvimento de programas mais assertivas, pois haverá possibilidades de atender objetivamente expectativas e demandas do setor criativo.

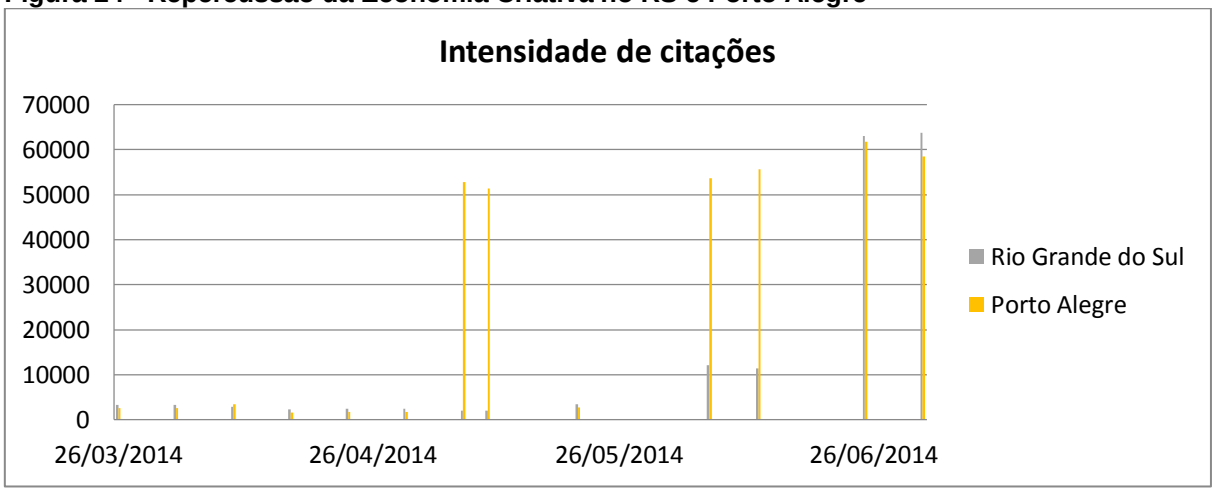
Também se verifica com esse estudo que, na medida em que se refinam os dados em torno destes segmentos, ocorrem agregações de novas áreas. Disso decorre que os indicadores de percentual de representatividade tendem a ser maiores quando comparados com outros relatórios. Exemplo disso é perceptível ao se comparar o percentual de trabalhadores alocados em setores criativos em relação ao PIB nacional e o montante que isso representa no Estado do Rio Grande do Sul. O relatório da FIRJAN aponta para 1,8% enquanto o relatório da FEE indica que são 5,8% os trabalhadores alocados em tais atividades.

Além do levantamento dos dados, o processo de consolidação de agenda avança com a criação de um grupo de trabalho envolvendo várias secretarias no âmbito do governo estadual, com fins de desenvolver propostas para a área.

3.2. Institucionalização da economia criativa como política pública estadual

Foram realizados monitoramentos na internet com base em domínios de topo com base a “economia criativa” para o Estado do Rio Grande do Sul e para o município de Porto Alegre, no período de março de 2014 a julho de 2014. Considerando os domínios de topo com as terminações: “rs.gov.br e portoalegre.rs.gov.br” foram obtidos os dados que deram origem à Figura 24.

Figura 24 - Repercussão da Economia Criativa no RS e Porto Alegre



Elaboração própria.

A Figura 24 indica que as citações no âmbito municipal são superiores quando comparadas com as citações no estado. Em junho de 2014, o volume de citações foi seis vezes maior quando comparado com os meses anteriores. A análise documental explicitou que em junho de 2014 ocorreu o lançamento do edital para chamada de projetos no Polo de Economia Criativa "Tecendo Ideias", em Porto Alegre, convocando empreendedores para que enviassem suas propostas. A isso pode ser atribuída a elevação da repercussão local e regional da economia criativa no Rio Grande do Sul. O monitoramento a partir de informações documentais possibilitou a identificação de alguns movimentos capitaneados por instituições governamentais do estado do Rio Grande do Sul, conforme Quadro 21.

Quadro 21 - Eventos relativos à economia criativa no Rio Grande do Sul

Data	Organização responsável	Iniciativa
16/08/2012	Secretaria de Estado de Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico (SCIT)	Evento estadual com o tema "Oportunidades de inovação para empresas da Economia Criativa". Encontro voltado para empresas das áreas de audiovisual (filmes, televisão, rádio), novas mídias (software, jogos digitais, conteúdo criativo digital, simulação e animação) e design de moda e produto.
18/05/2013	Secretaria de Estado da Cultura, e Ministério de Educação e Cultura do Uruguai.	Criação do grupo de trabalho bilateral para Economia Criativa, com o objetivo de propor ações de incentivo e fomento para o as expressões artísticas e a integração cultural bilateral.
08/05/2013	Secretaria Estadual de Cultura, Universidade de Valência – Espanha e MinC/SEC	Em 08/05/2013, foi elaborada nota técnica nº 08/2013 solicitando parecer para implantação do Observatório Estadual de Economia Criativa. Em 08/05/2013, o despacho nº 063/2013 assinado pela secretária Claudia Leitão, emite parecer favorável à constituição do Observatório. 06/06/2013 – Ofício da UFRGS encaminhando documentação necessária para formular o Termo de Cooperação.
31/10/2013	Secretaria da Cultura (Sedac) e Assessoria de Cooperação e Relações Internacionais (Acri)	Visita técnica de representantes do Governo do Estado do Rio Grande do Sul a Montevidéu com o objetivo de conhecer as políticas de estímulo à indústria da economia criativa desenvolvidas pelo Uruguai e também fortalecer a cooperação firmada entre o Estado e o Ministério de Educação e Cultura do Uruguai.
13/12/2013	Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI), Secretaria da Cultura, Gabinete do Governador por meio da Assessoria de Cooperação e Relações Internacionais, Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (SDPI), Secretaria da Economia Solidária e Apoio à Micro e Pequena Empresa, Secretaria do Turismo, Secretaria	Seminário "Fazendo Negócios na Economia Criativa" dentro do Programa RS Criativo.

	da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico	
20/03/2014	Secretaria de Estado da Cultura	Encontro para apresentar balanço dos recursos investidos no fundo estadual de apoio a cultura, o "Pró-cultura RS". Na pauta do evento também constou a apresentação do "Programa RS Criativo" e foi anunciada a instalação do Criativa Birô que funcionará espaço na Casa de Cultura Mário Quintana.

Elaboração própria.

No Quadro 21 é interessante notar que, em alguns casos, ocorreram iniciativas conjuntas entre os governos estadual e federal e em outros casos envolveram governos estadual e internacional, foram iniciativas que contaram com envolvimento de governo estadual e organizações no âmbito internacional, como, por exemplo, do Ministério da Cultura do Uruguai e do *British Council*.

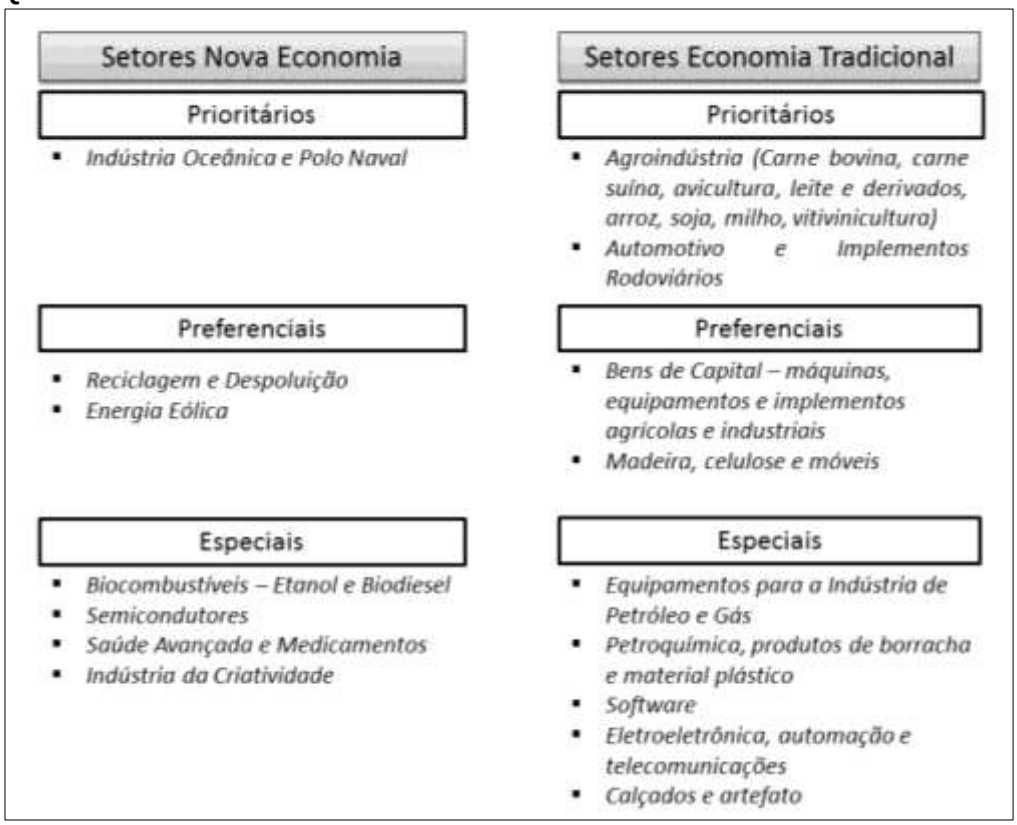
No início da gestão[48] foi instituída a Política Industrial do Estado, com a priorização de ação em 23 setores estratégicos. A implementação dessa política ficou sob responsabilidade da Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (SDPI) juntamente com a autarquia a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI). A Política Industrial, além de considerar a indústria tradicional, passou a contemplar também negócios relacionados à nova economia, conforme segue:

> define as diretrizes para o desenvolvimento do Rio Grande do Sul. Liderada pela Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (SDPI), instituiu o Sistema de Desenvolvimento do Rio Grande do Sul, composto ainda pela Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento e os bancos Badesul, BRDE e Banrisul. A Política Industrial prioriza 23 setores estratégicos, desde aqueles considerados tradicionais até os da nova economia. Determina ações para estimular o fortalecimento das empresas e atrair novos empreendimentos. Também contempla programas para apoio a Arranjos Produtivos Locais e estimula o acesso das indústrias a novos mercados (RS 2012).

A partir da criação da política foram elaborados programas setoriais para a Nova Economia e Economia Tradicional, ambos subdivididos em estratégias prioritárias, preferenciais e especiais. No setor da nova economia estão elencados sete programas setoriais. Entre esses programas encontra-se a Indústria da Criatividade, tratada como Especial.

[48] Governador Tarso Fernando Herz Genro (Gestão 2011-2014).

Quadro 22 - Setores da Política Industrial do Rio Grande do Sul



Fonte: SDPI (2013, p.12), com adaptações.

As ações do programa setorial da Indústria da Criatividade contemplam o mapeamento, fomento por meio de editais e integração de ações com outras secretarias. Foram definidas também ações vinculadas ao desenvolvimento local com o estímulo dos Arranjos Produtivos Locais e cooperação com diversas universidades para o fomento de Pesquisa e Desenvolvimento e Parques Tecnológicos. A construção desse programa foi realizada por um grupo de trabalho[49], incluindo SDPI e AGDI, mas contou com representação de várias secretarias e autarquias estaduais. Em momento subsequente, o grupo de trabalho foi transformado no Comitê Gestor do Programa RS Criativo, oficializado por meio do Decreto nº 50.975/2013.

Outra iniciativa, no âmbito estadual, anunciada em janeiro de 2012, foi a oficialização da parceria com o MinC/SEC e a SEDAC para a instalação do escritório Criativa Birô, que é um equipamento que compõe o plano de ação no âmbito Federal

[49] O grupo de trabalho do RS Criativo é composto pelas instituições: Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (SDPI), a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI), a Secretaria da Cultura (SEDAC), o Instituto Estadual de Cinema (IECINE), a Assessoria de Cooperação e Relações Internacionais (ACRI), a Secretaria de Turismo (SETUR), a Secretaria de Comunicação (SECOM), Secretaria de Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico (SCIT), e a Secretaria da Economia Solidária e Apoio à Micro e Pequena Empresa (SESAMPE) (SEDAC 2014, p.55).

e será implantado em parceria com as secretarias estaduais de cultura. O convênio foi assinado em janeiro de 2014, mas ainda não foi instalado por dificuldades no processo burocrático do convênio entre o Estado e o nível Federal.

A parceria com o Ministério da Cultura resultou também, em 2013, na criação do Observatório de Economia Criativa do Estado do Rio Grande do Sul, em parceria com a UFRGS. O projeto foi implantado em 2014, contando com parceria do Observatório de Cultura de Porto Alegre, SEDAC e da Universidade de Valência.

Este é o conjunto de iniciativas constatadas no âmbito estadual e que representam o esforço de institucionalização de políticas públicas para a econômica criativa no Rio Grande do Sul. Nestas primeiras iniciativas que estão sendo viabilizadas, que compõe o Programa RS Criativo, estão sendo priorizados os setores que abrangem o campo da cultura, audiovisual e games.

3.3. Tendências e perspectivas da economia criativa no Rio Grande do Sul

Com aplicação do modelo dos *múltiplos fluxos* foi possível identificar no âmbito estadual que a diretriz para a economia criativa já constava no plano de governo. Assim, ao iniciar a nova gestão, o direcionamento para a construção de propostas ligadas à economia criativa já se encontrava em passo relativamente avançado em direção à institucionalização de programas, projetos e ações. Esse fato foi confirmado nas entrevistas aplicadas aos atores que representavam o estado.

> A visão avançada do governo do estado, na pessoa do governador foi fato decisivo. Embora a sociedade tenha muitas iniciativas que estão acontecendo, esta sociedade não está madura e organizada para reivindicar políticas em favor da economia criativa (Entrevista RSA). A diretriz do governador para olhar a economia criativa como algo estratégico dentro do governo foi uma mola propulsora para o avanço nas ações e outro fator favorável foi a abertura das pessoas do governo para este tema, as pessoas que se juntaram nas equipes do novo governo já vinham com esta predisposição (Entrevista RSB).

Certamente, o fato de haver compromisso por parte do Governador, representando a alta administração, com o tema, foi fato decisivo para a consolidação das iniciativas fazendo com que as equipes técnicas buscassem meios para viabilizá-las, conforme preconiza o Fluxo de Alternativas do modelo. A síntese das informações obtidas nas entrevistas pode ser verificada no Quadro 23.

Quadro 23 - Síntese das entrevistas aplicadas a atores estaduais do RS

Modelo Kingdon	Análise das respostas das entrevistas
Fluxo de Problemas	A iniciativa e a mobilização inicial foram a partir do plano de governo que ao assumir a gestão, materializa o plano na Política Industrial do Estado. Um dos itens da política é construir ações estratégicas para a nova economia, abrangendo alguns setores, entre estes a economia criativa.
Fluxo de Alternativas	A estruturação das iniciativas é governo estadual e num primeiro momento não ficou definida uma política de fomento à economia criativa, o que aconteceu foi a definição de uma política inicial, com diretrizes gerais (2011). A partir daí, as secretarias se reuniram em um Comitê misto para a realização de levantamentos. Num segundo momento a política se desdobra em um Programa Setorial para a Indústria da Criatividade (2012-2013), liderado pela AGDI. E no terceiro momento é lançado o RS Criativo, via Decreto 50.975/2013 liderado pela SEDAC e que tem por objetivo "fomentar, capacitar, inovar, internacionalizar e territorializar a economia criativa do Rio Grande do Sul (SEDAC 2014, p.5)".
Fluxo Político	Em parceria com o âmbito federal, o MinC/SEC e SEDAC-RS será implantado o Criativa Birô na Casa de Cultura Mário Quintana em Porto Alegre. No âmbito internacional foi firmado Termo de Cooperação com o Ministério da Cultura do Uruguai e SEDAC-RS para intercâmbio cultural. Num âmbito multinível, foi implantado o Observatório de Economia Criativa do Estado do Rio Grande do Sul. A parceria é da UFRGS com o MinC/SEC, com o apoio da Universidade de Valência, SEDAC e Observatório de Cultura do município de Porto Alegre/SMC.
Janela de Oportunidades (Empreendedores políticos visíveis e invisíveis)	Dos empreendedores políticos visíveis o Governador exerceu influência direta na inserção do tema da economia criativa na agenda governamental. Dos empreendedores políticos invisíveis, destacam-se os técnicos e assessores do Comitê Gestor do Programa RS Criativo que lideram a construção e implementação dos programas, bem como os técnicos da AGDI e ACRI.
Agenda-setting	A formação da agenda vem se consolidando via implantação de ações, como Política Industrial, Programa Setorial da Indústria da Criatividade, Programa RS Criativo, Criativa Birô em parceria com o MinC/SEC, Observatório de Economia Criativa – UFRGS e MinC/SEC e Termo de Cooperação com o Ministério da Cultura do Uruguai para o intercâmbio cultural entre os dois países.

Elaboração própria.

No caso do governo estadual gaúcho, a formação da agenda vem se consolidando por meio da implantação de algumas ações a partir de um desdobramento da Política Industrial, que direcionaram as decisões para a criação do Programa Setorial da Indústria da Criatividade e do Programa RS Criativo. Os casos das parcerias da SEDAC com o MinC, para a implantação do Criativa Birô, e do Termo de Cooperação com o Ministério da Cultura do Uruguai, para o intercâmbio cultural entre os dois países, resultaram de ações independentes do programa do governo estadual. O Observatório de Economia Criativa se constituiu em iniciativa do MinC/SEC com a UFRGS e tem o objetivo de mapear as iniciativas da economia criativa do estado. Embora sejam iniciativas que estão sendo lideradas por outras organizações, ambas estão sendo articuladas no nível do estado e possuem potencial de impacto positivo quando somadas ao conjunto de ações do governo do estado já concretizadas. O

conjunto de ações em desenvolvimento pelo governo estadual do Rio Grande do Sul estão demonstradas no modelo dos *múltiplos fluxos*, conforme Figura 25.

Figura 25 - Fluxo de formação de agenda no Rio Grande do Sul

Elaboração própria.

A coordenação geral das ações de economia criativa no Rio Grande do Sul está vinculada diretamente ao Gabinete do Governador, por meio da SDPI e AGDI e também da Diretoria Geral da SEDAC. Essas ações fazem parte de um programa mais abrangente para o desenvolvimento econômico do Estado e a tendência é de que, caso tenham continuidade no governo seguinte, sirvam de base, ao longo do processo de gestão, para outros desdobramentos importantes, pois estão articuladas entre as várias secretarias de estado.

Considerando o processo de transição política, é importante considerar que, em outubro de 2014, não ocorreu a reeleição do governador que implantou o programa industrial que ao qual se vincula a política de fomento à economia criativa. Como decorrência disso do fim de tal governo, parte dos técnicos e assessores comissionados envolvidos nos programas da política industrial encerrarão suas atividades. Considerando as naturais mudanças de prioridades em programas de governo, esses momentos de transição sempre colocam a continuidade das ações em

certo nível de fragilidade, principalmente aquelas atreladas ao programa do governo anterior. Uma das possiblidades de continuidade seria por meio da institucionalização da política pública por meio de leis resultantes da atuação do Poder Legislativo estadual, transformando-a em política de estado. No caso em pauta, a política pública não avançou até esse estágio, logo, permanecendo como política de governo.

Diante dessa situação, tentativas para assegurar a continuidade das ações foram no sentido de envolver agentes da sociedade civil nas comissões e comitês responsáveis pela condução dos projetos. Também foi instituído, por meio de decreto, o Programa RS Criativo, que é um dos produtos finais de todo o processo que visou definir bases para avanço da nova economia naquele Estado. Embora tenha sido instituído por meio de decreto, não há garantia de continuidade, pois tal instrumento pode ser alterado ou anulado pelo novo governo, alterando a composição da agenda.

De modo geral, é possível concluir que a política estadual gaúcha de fomento à economia criativa encontra-se num estágio relativamente mais avançado ao que ocorre, por exemplo, no Paraná. O avanço pode ser constatado a partir da implantação de ações concretas envolvendo várias secretarias, instituições da sociedade civil e universidades. O envolvimento de organizações que se situam fora do âmbito de atuação administrativa do Estado pode desenvolver forças que, com intensidade variada, pode assegurar a continuidade de programas. A avaliação da efetividade e do avanço conseguido na política de fomento da economia criativa do governo estadual do Rio Grande do Sul dependerá, em essência, do nível de prioridade que alcançará no programa do novo governo que assume a gestão do Estado a partir de 2015.

3.4. Origem da discussão e formação da agenda em Porto Alegre

No âmbito municipal, desde 2012, são constatadas diversas iniciativas, conforme expresso no Quadro 24.

Quadro 24- Iniciativas municipais para o fomento da economia criativa

Data	Organização responsável	Iniciativa
13/12/2012	Secretaria Municipal da Cultura (Coordenador) Prefeitura de Porto Alegre, por meio do Gabinete de Inovação e Tecnologia (Ino-	Criação do Núcleo de Economia Criativa (NEC), por meio do termo de cooperação entre a Prefeitura de Porto Alegre e o *British Council*, departamento cultural do governo do Reino Unido.

	vapoa) Secretaria Municipal de Coordenação Política e Governança Local (SMGL) Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio (Smic) e apoio institucional da Procempa	
21/08/2013	Prefeitura de Porto Alegre por meio do Gabinete de Inovação e Tecnologia – Inovapoa Secretaria Municipal de Cultura	Criação do Grupo de Trabalho[50] denominado "Porto Alegre Criativa". O objetivo do grupo é desenvolver a proposta para o Programa Municipal de Economia Criativa, com diretrizes para que se utilizem da inovação social e da inteligência colaborativa para idealizar solução às problemáticas urbanas.
09/10/2013	Prefeitura de Porto Alegre e Gabinete de Inovação e Tecnologia – Inovapoa	Oficialização do Comitê Municipal de Economia Criativa por meio do Decreto nº 18.422. O comitê é formado por organizações públicas, privadas e representantes da sociedade civil[51]. O comitê é coordenado pelo Inovapoa e consolida as atividades do grupo de trabalho Porto Alegre Criativa e tem por objetivo atrair as indústrias criativas.
18/12/2013	Prefeitura de Porto Alegre, por meio do Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa) Centro Universitário Metodista - IPA	Oficialização da parceria com o Centro Universitário Metodista - IPA para a instalação do primeiro Polo de Economia Criativa – Tecendo Ideias, no 4º Distrito da Capital, com o objetivo de promover o desenvolvimento local sustentável e a inclusão social. Outra estratégia deste projeto é a revitalização do bairro do 4º Distrito.
26/02/2014	Comitê Municipal de Economia Criativa	Registro da primeira reunião de 2014 do Comitê, com o objetivo de avaliar o trabalho de 2013, apresentar o

[50] Integram o Grupo de Trabalho "Porto Alegre Criativa" diversos órgãos da prefeitura, como Inovapoa, Gabinete de Comunicação Social e secretarias municipais da Cultura, Urbanismo, Turismo, Governança Local, Fazenda, Produção, Indústria e Comércio, Trabalho e Emprego. Também são parceiros na iniciativa a Federasul, Fecomércio, Sindilojas, CITEC da Fiergs, Sebrae, Softsul, Conselho das Entidades de Tecnologia da Informação - Ceti, Conselho Municipal de Ciência e Tecnologia - Comcet, Nós Coworking, e, no meio acadêmico, a PUCRS, ESPM, UFRGS, Unisinos e IPA.

[51] Agência de Inovação Social – URBSNOVA, Associação de Desenvolvedores de Jogos Digitais do Rio Grande do Sul – ADJDRS, Associação Gaúcha de Dança – Asgadan, Associação Riograndense de Artes Plásticas Francisco Lisboa – Chico Lisboa, Associação Riograndense de Publicidade – ARP, Câmara Municipal de Porto Alegre – CMPA, Câmara Riograndense do Livro – CRL, Conselho das Entidades de TI do Rio Grande do Sul - Ceti, Conselho Municipal de Ciência e Tecnologia – Comcet, Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul – CRA-RS, Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM, Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul – Fiergs, Federação do Comércio de Bens e Serviços do Estado do Rio Grande do Sul – Fecomércio, Federação das Associações Comerciais e Serviços do Rio Grande do Sul – Federasul, Fundação do Cinema do RS – Fundacine, Gabinete de Comunicação Social – GCS, Gabinete de Inovação e Tecnologia – Inovapoa/GP, Gabinete do Vice – Prefeito – GVP, Instituto dos Arquitetos do Brasil – IAB, Laureati International Universities – Uniritter, Nós Gestão de Negócios Ltda. – Nós Coworking, Núcleo de Economia Criativa-NEC da Secretaria Municipal da Cultura – SMC, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Rede Metodista de Educação do Sul – IPA, Secretaria Municipal da Fazenda – SMF, Secretaria Municipal de Governança Local – SMGL, Secretaria Municipal da Indústria e Comércio – Smic, Secretaria Municipal da Juventude – SMJ, Secretaria Municipal do Trabalho e Emprego – SMTE, Secretaria Municipal de Turismo – SMTUR, Secretaria Municipal de Urbanismo – Smurb, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversão – Sated, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, Universidade Federal do Estado do Rio Grande do Sul – UFRGS.

	Prefeitura de Porto Alegre, por meio do Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa)	calendário anual e retomar as discussões relativas à elaboração do Plano Municipal de Economia Criativa. Agenda de eventos do Comitê: (15/03) Lançamento da Escola da Indústria Criativa, na Unisinos e Conferência com a Dra. Edna dos Santos Duisenberg, chefe da Economia Criativa das Nações Unidas; (19/03) Reunião na UNIRITTER; (30/04) Encontro no Conselho Regional de Administração; (14/05) Reunião na FIERGS, dentro da Feira 4ª BITS - Business II South América.
15 e 16/03/2014	Secretaria Municipal de Turismo (SMTUR) Prefeitura de Porto Alegre, por meio do Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa) Secretaria Estadual da Cultura	Lançamento da Escola da Indústria Criativa Unisinos (EIC) e apresentação do Programa Porto Alegre Turismo Criativo. Na ocasião foi apresentado o conceito do segmento do turismo criativo e de que forma o programa será desenvolvido na cidade.
02/04/2014	Gabinete de Inovação e Tecnologia – (Inovapoa) Comitê Municipal de Economia Criativa	Reunião do Comitê Municipal de Economia Criativa para elaborar o Plano Municipal de Economia Criativa, que tem por objetivo potencializar e desenvolver os setores criativos por meio da formulação de políticas públicas.
23/06/2014	Prefeitura de Porto Alegre, por meio do Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa) Centro Universitário Metodista - IPA	Chamada de projetos para inaugurarem o Polo de economia criativa “Tecendo Ideias”. Serão selecionadas oito propostas inovadoras nas áreas de arquitetura, artesanato, design, engenharias, moda, música, publicidade e propaganda, audiovisual, jogos e turismo. Os projetos escolhidos terão um período de pré-incubação de seis meses para desenvolver a ideia, período em que o IPA disponibilizará um conjunto de serviços de infraestrutura como estações de trabalho, laboratórios tecnológicos, sala de reuniões e assessoria de especialistas.

Elaboração própria.

Dentre o rol de iniciativas trazido no Quadro 24, destaca-se a criação do Núcleo de Economia Criativa (NEC), em 2012, vinculado à Secretaria Municipal de Cultura e resulta de cooperação com o *British Council*, que é o departamento cultural do governo do Reino Unido. Outra iniciativa importante foi a criação junto ao Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa) de um Comitê Municipal de Economia Criativa, em 2013. E em 2014, o Inovapoa, em parceria com o Centro Universitário Metodista (IPA) implantou o Polo de Economia Criativa chamado “Tecendo Ideias”.

É importante observar que ações vinham sendo implementadas pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre mesmo anteriormente ao governo atual, principalmente pela Secretaria Municipal de Cultura (SMC), via Observatório de Cultura. Em 2011 foi realizado o Seminário Internacional “Cultura e Desenvolvimento local” em parceria com a UFRGS, que tinha como pauta

> a construção de um novo olhar sobre as relações entre cultura e cidade: a importância estratégica da cultura para o desenvolvimento local sob o ponto de vista de especialistas, gestores e pesquisadores da Argentina, Brasil, Chile e Espanha. O seminário Cultura e Desenvolvimento Local tem como ponto de partida a reflexão sobre uma nova apropriação da cultura a partir de temas transversais da gestão e da política cultural e do desenvolvimento local (UFRGS 2011).

Durante os três dias deste evento foram debatidos diversos temas vinculados à cultura e também um painel que inseriu o tema economia criativa. O painel denominado "Indústrias Criativas e sustentabilidade na cultura" contou com três palestras: "Observatorio de Industrias Creativas", "Secretária de Economia Criativa – MinC" e "Articula DF-Incubadora de Arte e Cultura". Essas discussões serviram como fonte de troca de experiências na área. Apesar de importantes para sensibilização sobre a importância do tema, desses eventos não surtiram desdobramentos no sentido de nortear ações no campo das políticas públicas.

3.5. Institucionalização da economia criativa como política pública municipal

Em 2012, por meio de decreto municipal, houve a instituição do Núcleo de Economia Criativa (NEC)[52] na Secretaria Municipal da Cultura. O núcleo oficializou parceria com o departamento cultural do governo do Reino Unido, o *British Council*, via termo de cooperação com 4 anos de vigência.

Com criação do NEC houve a formação de um grupo reunindo várias secretarias para debater possibilidades de desencadeamento de ações pautadas em fundamentos da economia criativa. Contudo, não foi possível verificar memórias de reuniões ou desdobramento das ações de tal grupo, dada a indisponibilidade de informações no website oficial da Secretaria Municipal da Cultura. O que se constatou nas entrevistas é que a intenção do NEC será no sentido de desenvolver ações na área da cultura voltadas aos profissionais criativos. Por meio dessas ações, pretende-se apoiar ações individuais e coletivos para profissionais que atuam formalmente. Para aqueles que trabalham na informalidade também poderão ser abrangidos. Porém trata-se de um projeto a ser viabilizado, não é algo consolidado.

---

[52] Decreto nº 17.956, de 31 de agosto de 2012. Institui o Núcleo de Economia Criativa vinculado a Secretaria Municipal da Cultura de Porto Alegre. http://www2.portoalegre.rs.gov.br/cgi-bin/nph-brs?s1=000032264.DOCN.&l=20&u=/netahtml/sirel/simples.html&p=1&r=1&f=G&d=atos&SECT1=TEXT <Acesso em 05/12/2014>.

Em outro âmbito municipal, junto ao Inovapoa, em outubro 2013, houve a instituição do Comitê Municipal de Economia Criativa, por meio do Decreto nº 18.422[53]. O comitê é composto por diversos atores governamentais, atores não governamentais e universidades e tem por objetivo "estabelecer diretrizes para o desenvolvimento de atividades de economia criativa, mediante estudo cultural, econômico e social". O grupo realizou encontros quinzenais, concentrando esforços para a criação do "Plano Municipal de Economia Criativa", que estabelecerá diretrizes para as ações no município. Este documento tem lançamento previsto para dezembro de 2014.

3.6. Tendências e perspectivas da economia criativa em Porto Alegre

No município de Porto Alegre foram constatadas ações diferentes daquelas que vem ocorrendo no âmbito estadual. A análise do processo de formação de política pública mediante aplicação do modelo dos *múltiplos fluxos* permite identificar avanços importantes em iniciativas para formação da agenda.

Desde o plano de governo da gestão atual[54], o tema da economia criativa foi colocado como base para desencadeamento de diretrizes para que as instituições governamentais criassem propostas de iniciativas e projetos. Uma das consequências foi a designação da agência Inovapoa para a implantação de um Polo de Economia Criativa na cidade de Porto Alegre. Isso, na atualidade, está sendo viabilizado por meio da parceria com o Centro Universitário Metodista (IPA).

O Polo de Economia Criativa "Tecendo Ideias" é um espaço que funcionará como uma incubadora e que receberá projetos da economia criativa. Foi viabilizado em parceria com a Agência Inovapoa que viabilizou recursos financeiros para reforma do espaço físico, aquisição de mobiliário e equipamentos e com o Centro Universitário Metodista (IPA), que em contrapartida cedeu a infraestrutura e equipe de professores para atender as demandas dos empreendedores em diversas áreas como

---

[53] Decreto nº 18.422, de 09 de outubro de 2013. Institui o Núcleo de Economia Criativa vinculado a Gabinete de Inovação – Inovapoa. http://dopaonlineupload.procempa.com.br/dopaonlineupload/946_ce_79104_1.pdf - <Acesso em 05/12/2014>.

[54] Prefeito José Fortunati (Gestão 2013-2016).

gestão, finanças, marketing, jurídico, produção e comercialização de produtos e serviços.

O edital para seleção dos projetos foi em junho/2014 em que foram selecionadas nove iniciativas[55] recebem assessoramento ao longo de seis meses. Findando este prazo, que coincide com o prazo do termo de parceria, não há informação de como será a continuidade deste processo de incubação. Tanto o IPA, quanto Inovapoa, demonstraram interesse em dar continuidade no processo e estudam de que forma será possível buscar novos recursos, conforme apontado pelos entrevistados RSF e RSG.

No Quadro 25 consta a síntese das informações que permitem avaliar o estágio da política pública a partir das categorias analíticas do modelo dos *múltiplos fluxos.*

Quadro 25 - Análise das entrevistas aplicadas aos atores no âmbito municipal

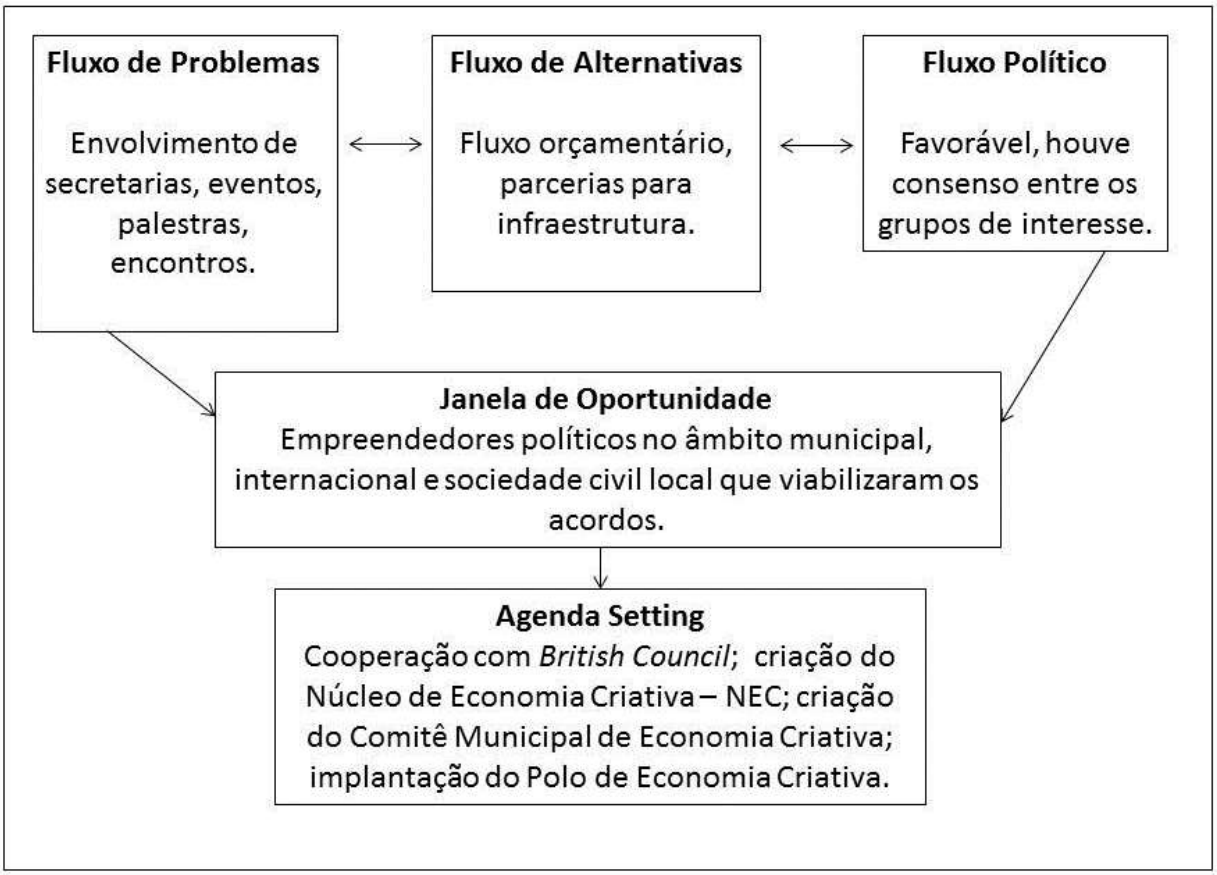
Modelo Kingdon	Análise das respostas das entrevistas
Fluxo de Problemas	A iniciativa e a mobilização inicial aconteceram antes da atual gestão. Mas a partir desta gestão o tema é inserido em instâncias de governança mais estratégicas, o Gabinete de Inovação - Inovapoa recebeu a incumbência de desenvolver a proposta para a implantação de um Polo de Economia Criativa. A partir disto os técnicos responsáveis realizam os estudos de viabilidade.
Fluxo de Alternativas	A estruturação das iniciativas acontece no âmbito governamental e não houve a definição de uma política de fomento à economia criativa, o que aconteceu foi a definição de uma diretriz inicial (2013). A partir daí, as secretarias se reuniram em um Comitê misto para a realização de levantamentos. Em segundo momento foi instituído o Comitê de Economia Criativa, liderado pelo Inovapoa, que visa à criação do Plano Municipal de Economia Criativa. Num terceiro momento, em parceria com o Centro Universitário Metodista – IPA ocorre a inauguração do Polo de Economia Criativa.
Fluxo Político	Todas as iniciativas que ocorreram até o período observado são em parceria com diversos atores. Não foram constatadas parcerias com atores no âmbito estadual, nem federal.
Janela de Oportunidades (Empreendedores políticos visíveis e invisíveis)	Dos empreendedores políticos visíveis o Prefeito exerceu influência direta na inserção do tema da economia criativa na agenda governamental. Dos empreendedores políticos invisíveis, destacam-se os técnicos e assessores do Comitê de Economia Criativa, do NEC e do Observatório de Cultura que estão desenvolvendo as propostas.
Agenda-setting	A formação da agenda vem se consolidando por meio da implantação de algumas ações, como Núcleo de Economia Criativa - SMC, Comitê Municipal de Economia Criativa - Inovapoa, Polo de Economia Criativa “Tecendo Ideias” - Inovapoa/IPA, e Plano Municipal de Economia Criativa - Comitê de Economia Criativa

Elaboração própria.

[55] Os projetos e empresas selecionadas no primeiro edital são: Conecta; Produtos Geração de Renda; Mobiliário Sustentável; Distrito da Trama; Sistema Veicular Inteligente – SiVI; SCI – Sistema de combate a incêndio; Meu sofá de estimação; Talk is Cheap e Estudio de Ilustração e estamparia.

Por meio das entrevistas foi evidenciado que ao iniciar a nova gestão governamental, apesar de constar explicitamente do plano de governo, os compromissos assumidos em relação a economia criativa ainda não avançaram com vistas a se constituir em política pública. De modo sintético, o estágio do processo de formação de política pública pode ser visualizado na Figura 26.

Figura 26 - Fluxo de formação de agenda em Porto Alegre



Elaboração própria.

Saindo da economia criativa em si e partindo para concretização da noção de cidades criativas, está em andamento a implantação do Polo de Economia Criativa em parceria com o Centro Universitário Metodista (IPA) para revitalização urbana em uma área degradada localizada no 4º Distrito de Porto Alegre, a antiga área industrial da capital. Trata-se de um território que possui características que tornam complexas as tentativas de revitalização: é bastante extensa e possui múltiplos usos e permissões; o processo de degradação tem origem na saída de plantas industriais nas últimas décadas; e aguçamento da especulação imobiliária na região, que traz receios para a população local. Ao longo dos últimos anos a situação tendeu a se

agravar com ocupações irregulares e surgimento de elevando o nível de vulnerabilidade da região.

Como meio de enfrentar tal situação, o governo municipal procura definir diretrizes para que, mediante pequenas iniciativas e o esforço da sociedade local, se avance para revitalizar esta região. Nesse sentido, a parceria com o IPA, único Centro Universitário localizado naquele território, tem como finalidade fortalecer as ações em várias áreas, inclusive o fomento de ações pautadas em princípios da economia criativa. Nas atividades de extensão do IPA está sendo priorizado o desenvolvimento de ações junto à comunidade local, como o Polo de Economia Criativa. Porém o termo de parceria firmado com o IPA tem duração de seis meses e não há garantias de renovação da parceria comprometendo desta forma a continuidade da ação.

Analisando o conjunto de dados e informações sobre o andamento de ações vinculadas à economia criativa em Porto Alegre é possível afirmar que há tendências de o processo de institucionalização avançar. Entretanto, isso depende do fortalecimento do sistema de governança multinível e multiatores. Há, pois, necessidade de formação de bases institucionais que permitam que seja assegurado que ações implementadas tenham continuidade.

4. RELAÇÕES MULTINÍVEL PARA FOMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

Retomando a questão “Como estão estruturadas as políticas públicas de fomento à economia criativa no âmbito federal, estadual e municipal brasileiro para desenvolvimento da perspectiva das cidades criativas em Curitiba e Porto Alegre?”, com os levantamentos de dados e informações e análises realizadas com base no modelo dos *múltiplos fluxos*, é possível concluir que as estratégias adotadas pelos dois Estados e Municípios pesquisados diferem entre si. Entretanto, não há indícios de consolidação de políticas públicas que permitam inferir que a economia criativa passe a se constituir em fundamento para o desenvolvimento endógeno local em perspectiva de curto e médio prazo.

No âmbito Federal, a estratégia de institucionalização da economia criativa com base para pautar políticas de incentivo ao desenvolvimento sob perspectivas do que chama nova economia vem sendo executada de modo estreitamente vinculado

com o campo da cultura. Embora possa vir a trazer resultados promissores, é importante considerar que, historicamente, a área cultural no Brasil sempre atuou com severas restrições orçamentárias SILVA (2011, p. 9-10) e que o sistema de gestão que a suporta apresenta constante processo de alteração, comprometendo a condução de ações de médio e longo prazo. De modo amplo, o sistema de governança que poderia dar suporte a uma ampla política em busca de desenvolvimento em novas bases ainda é bastante frágil, dado que, por exemplo, o Ministério da Cultura encontra dificuldades para envolver os demais ministérios em iniciativas alinhadas para potencializar o alcance de resultados a partir da economia criativa e da perspectiva de desenvolvimento local endógeno com bases na ideia das cidades criativas.

No caso do Estado do Rio Grande do Sul, as publicações do “Programa Setorial Indústria da Criatividade”, que compõe a Política Industrial e do relatório “Indústria Criativa no Rio Grande do Sul” se sobressaíram como importantes contribuições para compreender o setor criativo e, por consequência, servir de base para delineamento de estratégias de fortalecimento do desenvolvimento estadual com base na economia criativa.

No âmbito estadual, quando comparamos o Paraná e Rio Grande do Sul por meio do modelo *múltiplos fluxos*, manifestam-se algumas características em comum, como fluxo orçamentário, o fluxo político favorável, empreendedores políticos que levaram a à concretização do convênio Criativa Birô. Porém, quando se analisa a formação da *Agenda Setting*, destacam-se as iniciativas no Rio Grande do Sul. Dentre elas, duas são realizadas em parceria com o MinC/SEC, o Criativa Birô e o Observatório de Economia Criativa, as demais iniciativas estão vinculadas ao programa do governo do estado e suas secretarias, assessorias e gabinete.

Figura 27 - Cotejo entre políticas estaduais de fomento à economia criativa

Paraná	Rio Grande do Sul

Em Porto Alegre, há implementação de programas envolvendo os governos federal, estadual, municipal e a UFRGS, que é o caso do Observatório de Economia Criativa. Entretanto, internamente, no município, não há consenso e indicativos que apontem para perspectivas promissoras de que os gestores do Inovapoa e Secretaria Municipal de Cultura venham a realizar iniciativas futuras em conjunto. Na área das políticas culturais municipais, foram entrevistados dois atores da Secretaria Municipal de Cultura que lidam com duas frentes diferentes e ao longo das entrevistas foi perceptível a divergência de opiniões na atual condução das iniciativas. Embora a Secretaria Municipal de Cultura possua suporte em leis, previsões expressas em orçamentos anuais e programas de monitoramento e levantamento de indicadores culturais, estes instrumentos não refletem o comprometimento com um projeto efetivo de economia criativa no campo da cultura.

Na área de inovação e desenvolvimento do município, a liderança é da Agência Inovapoa, que é vinculada diretamente ao gabinete do Prefeito. O Inovapoa já realizou a ação concreta que é a viabilização do Polo de Economia Criativa “Tecendo Ideias”, e coordena os trabalhos do Comitê de Economia Criativa, que em conjunto com outros atores tem se dedicado na construção do documento Plano Municipal de Economia Criativa, previsto para ser lançado em dezembro de 2014.

No caso de Porto Alegre, portanto, as iniciativas são isoladas e mesmo que algumas decorram de parcerias institucionais de multinível e contam com múltiplos atores locais regionais e, em alguns casos, até internacionais, ainda há falta de clareza quanto aos resultados passíveis de serem obtidos e, principalmente, quanto ao papel e responsabilidades a serem assumidos pelo poder público local. Nos casos em que há maior avanço, o nível de institucionalização se limita a propostas que constaram no plano de governo e alguns desdobramentos. Há, portanto, um relativamente longo caminho para que políticas públicas de fomento à economia criativa, como base para criação de cidades criativas, passem a se constituir em políticas de estado, o que demandaria avançar para que houvesse a imposição de obrigações ao poder público local por meio de leis municipais e estaduais.

Comparativamente, a política de fomento à economia criativa e às cidades criativas no Paraná e em Curitiba apresenta maiores fragilidades que a situação verificada no Rio Grande do Sul e em Porto Alegre. No caso do Paraná, embora as iniciativas venham acontecendo desde 2011, não foi, por exemplo, instituído um pro-

grama ou projeto estadual. O Estado ainda está na fase de tratativas para viabilizar um projeto Criativa Birô que é do Ministério da Cultura. Neste projeto, a maior parte do recurso financeiro é do governo federal. Cabe ao Estado a contrapartida financeira na etapa da implantação e, em seguida, assumir a gestão e manutenção do projeto. Neste sentido, dada a fragilidade política e técnica-financeira, com orçamento e equipe reduzida, no campo da cultura no estado, há riscos de o equipamento não ser mantido após a finalização do convênio.

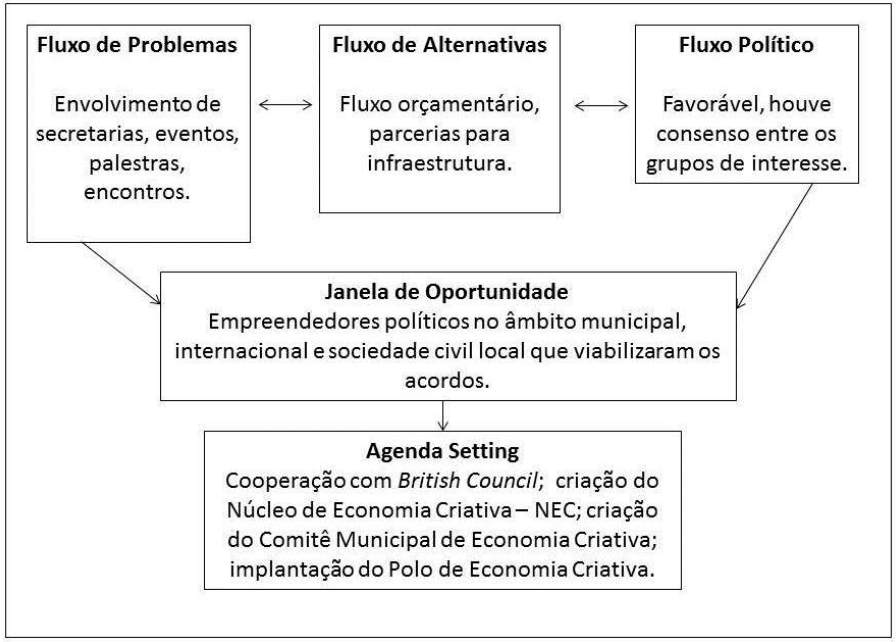
No caso de Curitiba, apesar de existir ações previstas no Programa Curitiba Criativa, que integra o Plano Plurianual, as ações ainda não passaram do fomento discussões, ainda em estágio bastante incipiente. As ações de instituições vinculadas ao governo municipal não foram além da realização de encontros e eventos destinados a sensibilizar, por meio de discussões sobre possiblidades de avanços com base na economia criativa. Uma das poucas ações passíveis de geração de resultados concretos em Curitiba foi identificada no campo da cultura. A Fundação Cultural de Curitiba, pois, detém recursos orçamentários, bastante limitados, que permitem realizar algumas atividades no Programa Curitiba Criativa, com direcionamento para capacitação dos agentes e produtores culturais. Com essa estratégia, a Fundação procura prepará-los para o mercado e também superar a dependência desses agentes e produtores quanto a recursos oriundos de leis de incentivo e mecenato. A proposta seria criar condições de avançar de modo que tais agentes e produtores se tornem mais independentes ao passo em que encontrem espaços para captação de recursos de outras fontes.

No âmbito municipal, quando comparamos por meio do modelo *múltiplos fluxos* Curitiba e Porto Alegre (Figura 28), nota-se que diferem entre si em todos os fluxos. A *Agenda Setting* indica que Curitiba está em estágio inicial enquanto Porto Alegre avança para a formalização de cooperação internacional; criação do Núcleo de Economia Criativa vinculado à Secretaria Municipal de Cultura; a instituição do Comitê de Economia Criativa, tendo como coordenador o Gabinete de Inovação Inovapoa; a implantação do Polo de Economia Criativa também, vinculado ao Gabinete de Inovação Inovapoa e em parceria com o Centro Universitário Metodista - IPA.

Figura 28 - Cotejo entre políticas municipais de fomento à economia criativa

Curitiba

Porto Alegre



4.1. Visão dos entrevistados sobre a economia criativa

Uma das questões do Roteiro de Entrevista teve como objetivo compreender de que forma os atores participantes do processo de formação da agenda percebem a economia criativa sob algumas perspectivas. Isto se justifica em função das divergências teóricas sobre o tema e desta forma entende-se que é possível buscar uma melhor compreensão sobre o tema. A percepção está demonstrada Quadro 26.

Quadro 26 - Visão dos entrevistados sobre a economia criativa e perspectivas

Tecnologia	A tecnologia surgiu antes da economia criativa e representa o elo de conectividade da sociedade com (a) as demais plataformas de comunicação e geração de criatividade, (b) agregando valor aos produtos e serviços, (c) determinando a nova forma de produzir e consumir cultura, (d) apresenta potencial para a formação de redes interativas , (e) é um insumo importante para o empreendedorismo, geração de renda, transformação local, tecnologia social e pode ser um instrumento importante para a melhoria da qualidade de vida. A tecnologia é geradora e consumidora de tecnologia.
Inovação	A economia criativa se alimenta da inovação e da criatividade, por meio de processos híbridos, para gerar ações que transformem e desenvolvam a sociedade. O capital intelectual criativo é o protagonista no processo e depende, de certo modo, da aprovação do mercado.
Desenvolvimento	A economia criativa pode ser geradora de desenvolvimento local, desenvolvimento humano e inovação social, quando consegue fortalecer redes locais e estas fomentam políticas públicas estruturantes. Pode se tornar uma estratégia de sobrevivência das cidades, especialmente daquelas que terão seu PIB dependendo de serviços.
Cultura	A cultura deve ser valorizada como estratégia de desenvolvimento e a economia criativa pode ser um fator de reconhecimento econômico de alguns setores da cultura, como é o caso do audiovisual e literatura. Mas na cultura há a preocupação de que não se mercantilize alguns produtos e serviços culturais, pois têm outra função e outra lógica social. Neste sentido é nítida a diferença que deve haver entre cultura e mercado, pois as lógicas são diferentes. Entretanto, no processo de fomento e estruturação da economia criativa – no caso do apoio governamental para a atividades artísticas, culturais e criativas – há o risco de priorizar áreas economicamente viáveis, que não necessariamente precisam de apoio governamental, em detrimento de outras atividades que dependem, de certa forma, do apoio governamental para serem viabilizadas. Por isso, é necessário que se transforme o modelo de fomento no Brasil, no âmbito do município, dos estados e federal. Alguns setores da cultura irão, pois, depender do Estado e outros precisam sair dessa dependência pois a indústria cultural deve gerar lucro e sustentabilidade financeira. Os agentes da cultura estão entendendo a necessidade da profissionalização e de compreender de que forma ocorre o relacionamento com o mercado e por outro lado há a preocupação em preservar a característica inalienável do bem cultural e da arte.
Cidade	Entre as características das cidades criativas, destacam-se os ativos criativos, inovação, qualidade de vida, geração de renda, inovação, inteligência. A cidade é detentora de soluções tecnológicas aplicadas a integração de vários processos urbanos. A colaboração, participação e cocriação dos cidadãos tem sido o grande diferencial nestas tentativas de se constituírem cidades criativas, pois estes processos ajudam na construção da identidade local diferenciando, um território em relação aos demais territórios de uma mesma cidade. Entre os processos de construção de identidade local, estão os processos de renovação e revitalização do tecido urbano e o estabelecimento de territórios criativos.

Elaboração própria.

As afirmações dos entrevistados, nas várias perspectivas sugeridas, foram diversificadas e divergentes. É perceptível o conflito acerca do entendimento conceitual do tema economia criativa aplicado a cada um dos âmbitos e também que cada uma dessas esferas não depende da economia criativa para existir.

Alguns dos entrevistados concordam plenamente que a economia criativa existe somente no campo da cultura e tem um discurso alinhado às estratégias do MinC e secretarias de cultura. Para outros, a economia criativa não é somente cultura, deve avançar para abranger as áreas criativas típicas de mercado. É interessante o fato de que a maioria dos entrevistados não considera que existam riscos de mercantilização do campo cultural, mas que este campo deve ser repensado no sentido de buscar resultados financeiros. Por outro lado, há o risco de rotular a economia criativa apenas no campo cultural e não conseguir ter forças para estender ações para outros setores econômicos criativos, que se situam para além da cultura, a exemplo do que outros países vem desenvolvendo numa perspectiva mais ampliada.

Em síntese, pode-se afirmar que: a) a tecnologia já existia antes de se falar em economia criativa e que o setor criativo demanda, abastece-se, usufrui e a utiliza da criatividade como insumo em seus processos de criação; b) quando a inovação acontece pode transformar a sociedade, mas só existe quando o mercado valida; c) utilizar a economia criativa nos processos de desenvolvimento só será possível com a interação das pessoas. Ao abordarmos a cidade, a opinião da maioria dos entrevistados é de que é possível revitalizar e valorizar o espaço urbano, a partir, por exemplo, de processos endógenos envolvendo economia criativa, cultura e tecnologia.

4.2. Visão dos entrevistados sobre relações federativas multiníveis

Outra questão explorada por meio do Roteiro de Entrevistas foi no sentido de buscar compreender a visão do entrevistado acerca do envolvimento dos demais atores no processo de formação de agenda ou da implementação das ações. As questões versaram sobre quais seriam as contribuições e o nível de importância para cada uma das esferas (estadual, municipal e federal) quando participam do processo e, em caso negativo, quais seriam as alternativas. As respostas estão demonstradas no Quadro 27.

Quadro 27 - Síntese da visão entrevistados relações federativas multiníveis

Âmbito	Pergunta	Contribuição
Governo Federal	Quais as contribuições?	Conceitual ao trazer a economia criativa para a agenda de políticas públicas com concepção teórica própria, colocando a dimensão econômica da cultura; aporte de recursos financeiros diretos – por meio de programas de fomento com o Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, linhas especiais junto ao BNDES – e indiretos, via isenção de impostos; implementação do marco regulatório para o país: legislação e planos estratégicos nacionais; criação do Sistema Nacional da Cultura e desenvolvimento e implementação do Plano Brasil Criativo; atuação como parceiro institucional em potencial para estados e municípios; viabilização de *clusters* criativos.
	Qual se nível de importância?	Ator central ator com capacidade institucional para determinar a política para a área da cultura e da economia criativa; atuação como agente para fortalecimento da economia criativa no Brasil, divulgando externamente iniciativas e produtos da economia criativa e atuando no esclarecimento e entendimento da economia criativa no Brasil; Desenvolvimento de diretrizes gerais para o desenvolvimento de políticas públicas por exercer função de importante elo de alocação e realocação de recursos; participação em ações estratégicas para a integração regional e a cooperação internacional, buscando meios para evitar a desarticulação existente entre entes federativos para estabelecimento de diretrizes para as políticas públicas; viabilizar projetos de incentivo para fortalecimento da indústria criativa, por meio da utilização da capacidade para financiar projetos, por exemplo, via devolução de recursos para que os municípios possam financiar projetos locais; utilização de instrumentos, como o PPA, para institucionalizar bases para sustentar o Plano Nacional de Cultura e do Plano Brasil Criativo.
	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	Não haverá cerceamento absoluto da capacidade de adotar iniciativas, mas haverá grandes limitações em termos de recursos: o estado e a cidade teriam que buscar recursos internacionais para viabilizar soluções por conta própria, o que é mais trabalhoso. Existem as possibilidades de apoio do estado, do próprio município e principalmente do exterior. A alternativa são, pois, os movimentos espontâneos que já acontecem nas cidades e que podem se comunicar entre si; Fica uma lacuna, mas é possível buscar parcerias com as redes de entidades e instituições para a realização de alguma ação efetiva. Neste caso a sociedade civil, se ela for articulada, poderia suprir em partes essa ausência; Idealmente, não há alternativas, o governo federal tem que participar, pois, caso contrário, serão desenvolvidas estratégias apenas no âmbito local, com as cidades passando a demandar diretamente com o governo estadual.
Governo Estadual	Quais as contribuições?	Foi o ator que trouxe o tema pela primeira vez no âmbito do estado; Tem o papel articulador e propagador da ideia; dispõe de recursos e tem condições de ofertar formação e capacitação; A principal contribuição foi a elaboração do plano estadual para a economia criativa além de canalizar ações para os Arranjos Produtivos Locais (APLs) de Audiovisual e Games que já estão instalados; a abertura para a implantação do Criativa Birô é outra contribuição importante; Tem condições de disponibilizar mais recursos que os municípios e pode desenvolver programas de incentivo fiscal no âmbito do estadual para o fomento da economia criativa.
	Qual seu nível de importância?	A articulação internacional no fomento de parcerias com países como a China, Finlândia, é uma realidade; e também é uma condição que pode ser bem aproveitada, caso o governo tenha interesse em utilizar, pois ele consegue agregar diversas iniciativas; Mesmo que haja esforço, é um ator com menos importância do que o governo federal, em termos de recursos e mar-

		cos regulatórios; Ocupa uma posição que facilita o estabelecimento de convênios com o governo federal e desta forma podem propor e executar projetos no âmbito dos municípios; Se houver ações conjuntas no âmbito federal e estadual, os municípios serão favorecidos; O estado tem condições de estabelecer leis e regulamentações específicas para o estado; A Lei de Inovação é um instrumento importante que vem para apoiar os municípios que ainda não dispões de tal regulamentação. A criação de editais e do fundo estadual da cultura são ações importantes pois contribuem para a consolidação da política pública; A viabilização e fortalecimento dos Arranjos Produtivos Locais (APLs) de Audiovisual e Games também se destaca pois oportunizará o desenvolvimento dos municípios;
	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	No caso do estado não participar é possível propor ações do governo federal diretamente com o município, mesmo que sejam propostas mais difíceis de viabilizar ainda assim é possível que as cidades, instituições e sociedade civil comuniquem-se desenvolvam ações locais e/ou regionais; No caso de ações entre países, mesmo que o estado não participe é possível propor ações com a esfera federal, pois este apoio torna-se mais importante e é possível direcionar ações diretamente com as cidades, como é o caso, por exemplo dos projetos das Mercocidades; A não participação fragiliza a implementação das estratégias e diminuem as possibilidades de pactuação com o governo federal.
Governo Municipal	Quais as contribuições?	O apoio institucional no campo da cultura (Secretaria Municipal de Cultura e Fundação Cultural de Curitiba), Gabinete de Inovação (Inovapoa) e da Agência Curitiba de Desenvolvimento para o desenvolvimento de propostas na área. Entre as principais contribuições estão a implantação do Polo de Economia Criativa, a criação do Comitê de Economia Criativa (Porto Alegre) e a garantia de recursos financeiros para a execução de projetos no PPA (Curitiba). Tem um papel importante na regulamentação, do setor criativo, e na condução do plano diretor; é também facilitador e coordenador de ações na cidade; tem condições, quando há o interesse, de propor ações e diálogo transversais no nível local, pois a execução dos projetos ocorre no âmbito do município. E também deveria se envolver mais com os agentes públicos e políticos para que estes compreendam e promovam o tema. Há um risco estratégico adotar apenas um campo de atuação, por isso faz-se necessário envolver várias áreas, como cultura, inovação, tecnologia e outras áreas criativas, mantendo o assunto de modo transversal no âmbito do município e suas secretarias. Mas superar este desafio dependerá de vontade política. O município tem a função de propor a revitalização de áreas urbanas degradadas, que podem ser viabilizadas mediante ações no campo da economia criativa, até mesmo a instalação de clusters da indústria criativa.
	Qual seu nível de importância?	As iniciativas e parcerias com as universidades e organizações internacionais se destacam. É um agente mobilizador, fundamental no processo pois é na cidade onde ocorrem as ações. O município deveria ser o principal ator, pois tem condições de estabelecer políticas econômicas e fiscais tanto com incentivo para os empresários e apoiadores da área, quanto com ações para oferta e regulamentação de infraestrutura. No caso do projeto, os municípios deveriam fazer parte das ações pois as produções de cinema irão acontecer no município e eles precisam entender que é um nicho econômico que requer um tratamento diferenciado e é uma área que só tende a cres-

		cer e da mesma forma há a perspectiva de crescimento para a área de games.
	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	A não participação do município nas ações e projetos impacta na institucionalidade das mesmas pois provocará ações isoladas e podem não causar o impacto necessário na cidade, por exemplo, deixar de aprovar determinada legislação pode fragilizar uma iniciativa; Neste caso a sociedade civil, empresas, universidades, outras instituições privadas e os movimentos espontâneos, tem força para realizar ações e não esperam o poder público; Outra solução seria a sociedade civil, instituições, grupos ou coletivos concretizarem ações em parceria com o governo estadual ou federal.
Sociedade Civil	Quais as contribuições?	São os grandes agentes que demandam e se mobilizam para fazer com que a economia criativa seja um programa de estado e não de governo, pois tem organização própria já tem demonstrado a capacidade na formação de redes e coletivos, tem condições de realizarem parcerias entre si e com outros atores governamentais e interagem diretamente com a comunidade local; A sociedade civil tem que participar da criação das políticas públicas, programas e ações pois não se busca implementar políticas governamentais e sim políticas públicas; com o esvaziamento das instituições de classe da área cultural faz necessário que a sociedade civil ocupe seu lugar legítimo, pois há o aumento da produção cultural em várias áreas e com isto as demandas também aumentam.
	Qual seu nível de importância?	Por meio da participação da sociedade civil e da interação social, que também é característica na economia criativa, é possível elaborar políticas e planos de ação; O papel do governo será viabilizar projetos para que a sociedade civil realize e usufrua das ações; As universidades, embora ausentes, exercem importante papel no processo de formação da mão de obra dos setores criativos.
	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	Se a sociedade civil abrir mão de sua participação, as ações e o processo econômico não acontecerão, pois eles representam o principal público destinatário dos projetos e da política pública; Os atores governamentais jamais substituirão a sociedade civil, a ausência pode até ser suprida por um tempo, mas esta não é a função do estado; Se a sociedade civil se ausenta das discussões, não há reivindicação e não havendo a reivindicação não há demanda, e sem a demanda o estado não consegue formar a agenda prioritária.

Elaboração própria

Quando perguntados acerca de quais eram as contribuições do Governo Federal neste processo, cerca de 50% dos entrevistados responderam que a maior contribuição provinha da formulação do Plano Brasil Criativo. Os atores mais envolvidos diretamente com a cultura, destacaram a importância do Plano Nacional de Cultura e seus desdobramentos, a exemplo do Sistema Nacional de Cultura, que tem por fim unificar dados e informações culturais do país. Os atores do âmbito estadual destacaram a importância dos convênios firmados com os estados para implantação do Criativa Birô. Porém, com base no levantamento realizado, constatou-se que, nos dois estados pesquisados, embora tenham firmado o convênio para a implantação do Criativa Birô, o equipamento cultural ainda não está implementado. Os motivos para que isso ainda não tenha ocorrido decorrem de falhas burocráticas no processo orçamentário, federal e estadual, a exemplo do desalinhamento de rubricas para autorização dos gastos.

Quando perguntados sobre o nível de importância do governo federal no processo, ocorreram pontos de concordância quanto à potencialidade do aporte financeiro aos projetos. Dentro da estrutura governamental das três esferas é, pois, o ator que detém mais recursos e tem instituições financeiras que podem realizar convênios com os estados.

Na questão que abordava a possibilidade de o governo federal não participar e perguntados sobre quais seriam alternativas, foi, de forma geral, reconhecida a sua importância no apoio de iniciativas estaduais e locais e que, caso não participasse, teriam que ser desenvolvidas parcerias entre os demais atores. Um dado importante que se sobressaiu para a maioria dos atores do Rio Grande do Sul, tanto no âmbito estadual e municipal, foi a resposta de que seria possível buscar parcerias internacionalmente. Durante as entrevistas foi perceptível os argumentos em torno das estratégias para buscar apoio de instituições e governos fora do Brasil. Constatou-se que há vários termos de cooperação com outros países, muitos como resultado de posicionamento do Estado do Rio Grande do Sul em uma área central nas estratégias do Mercosul, conforme relatado pelos entrevistados (RSB, RSC, RSE e RSF).

Na questão que analisa o âmbito estadual, a maioria dos entrevistados afirma que há a contribuição do Estado. Embora ainda pouco significativa, mas apresenta tendências de se consolidar. Destacam a força do Estado no sentido de, se

houver interesse político, poder legislar e criar projetos que fortaleçam a área. Porém, das constatações realizadas, no Rio Grande do Sul, embora existam ações estruturadas, podem ser paralisadas com a posse do novo governo. No Paraná ainda não existem ações promovidas diretamente pelo estado, há apenas a tentativa de implementar um projeto onde o protagonista é o governo federal.

Ao serem perguntados sobre a importância do governo estadual, destacaram-se as iniciativas do governo do estado do Rio Grande do Sul ao fortalecer os Arranjos Produtivos Locais e a elevação do aporte de recursos na área da cultura. No caso do Paraná, o destaque foi a facilidade de entes estaduais para firmar convênios com o nível federal, o que poderia gerar incentivos para projetos nos municípios. Um fato que mereceu destaque no caso paranaense foi a importância da Lei de Inovação estadual. De modo geral, ficou evidente que o governo do estado tem um papel secundário e que o ente federal é mais relevante no sentido de instituir marcos regulatórios e aportar recursos financeiros.

No item que abordava a possibilidade de o governo estadual não participar e perguntados, se isso ocorresse, sobre quais seriam alternativas, a maioria afirma que o processo pode se tornar mais difícil. Contudo, não haveria inviabilização, pois há caminhos para obtenção de recursos e apoio por meio de parcerias realizadas diretamente com agentes do governo federal e municipais, bem como com organizações internacional e da sociedade civil.

No momento de os entrevistados avaliarem as contribuições do governo municipal, a maioria reconhece a força na execução de projetos culturais, de geração de renda e de iniciativas que incluem a revitalização urbana e a formação de redes locais. Uma informação importante é que, neste momento de responder o questionário, os entrevistados se manifestaram no sentido conceitual da economia criativa. O ator mais fortemente vinculado à cultura critica o posicionamento de determinado ator ao implantar projeto que com potencial de favorecer o mercado. O contrário também ocorreu em relação a um ator mais vinculado ao mercado, que entende que economia criativa não é só cultura. Ele critica a ação do ator que está desenvolvendo ações ou fomentando a economia criativa com viés exclusivamente cultural.

A percepção dos entrevistados acerca do nível de importância do ator municipal se concentrou na força de mobilização, articulação e contato com os agentes e

produtores locais, além de enfatizarem a potencialidade de proposição de legislação para favorecer a economia criativa da cidade. Na hipótese de o município não participar de ações de fomento à economia criativa e para construção das bases de uma cidade criativa, os entrevistados avaliaram que processo ficaria mais difícil e deveriam buscar apoio com a inciativa privada e, principalmente, com a sociedade civil. Enfatizaram que há movimentos espontâneos, que, provavelmente, não iriam esperar uma ação do poder público municipal.

Nas questões sobre a contribuição e importância da sociedade civil, a maioria dos entrevistados afirmou que é nesse âmbito que é criada a demanda e que são avaliadas e monitoradas as ações que acontecem na sociedade. A não participação da sociedade civil se constituiria em fator crítico, pois não há como construir uma política pública sem o seu envolvimento. A sociedade civil foi considerada como ator de maior importância no processo. Os entrevistados apontaram dificuldades no sentido de que a maioria dos movimentos não conta com organização que permita trabalhar com demandas estruturadas para serem apresentadas ao poder público.

4.3. Visão dos entrevistados acerca de Cidades Criativas

No roteiro utilizado nas entrevistas, a última questão referia-se a Cidades Criativas, numa tentativa de buscar uma visão sobre tal tema junto aos entrevistados. Na visão conceitual, tanto o conceito de economia criativa quanto o de cidade criativa, há divergências na concepção e opinião dos entrevistados.

Na primeira questão, buscou-se uma visão geral sobre o que seria uma cidade criativa, se ela poderia ser construída ou desenvolvida, e de que forma o entrevistado vê a sua cidade frente aos ideais de cidade criativa. A maioria dos entrevistados concorda que as cidades vivenciam novos movimentos urbanos e há indícios de que podem se tornar criativas. Há portanto corroboração com o que defende Askerud (2008), no sentido de fomentar a economia pautada na utilização de recursos intangíveis nos centros urbanos; com Howkins (2011) quando descreve que a cidade desenvolve espaços de ecologia criativa, num ambiente pujante, diverso, repleto de colaboração e aprendizado; e, com Landry (2010), que acredita que o desenvolvimento de ações de estímulo a ambientes centrados no ser humano e não

mais no corporativismo, para passar a compreender a cidade como um sistema integrado entre o público, privado e comunitário na busca soluções conjuntas.

Na segunda questão, abordou-se o assunto do fomento da economia criativa. O objetivo foi levantar a percepção sobre quais seriam os caminhos para desenvolver uma cidade criativa, considerando se (a) isso seria possível, (b) isso já estaria acontecendo, (c) sobre qual seria a capacidade do poder público e até onde iriam suas responsabilidades. As opiniões foram muito parecidas, no sentido de que o poder público não consegue desenvolver as ações de modo isolado, e de que a participação da sociedade é importante em todos os âmbitos.

Quadro 28 - Opinião dos entrevistados sobre significado de Cidade Criativa

Questão	Síntese das respostas
Cidade Criativa (O que é? Pode ser construída ou desenvolvida? Como você vê sua cidade frente aos ideais de Cidade Criativa?)	A cidade criativa pode ser construída a partir do uso de instrumentos urbanos, por exemplo, plano diretor. Ao ser construída devem ser considerados aspectos como a vocação da cidade para determinada área econômica e a partir daí devem ser repensadas as infraestruturas da cidade e a revitalização de seus territórios tornando a cidade mais visível. Dos demais aspectos, a cidade criativa tem elementos de inovação, tecnologia, cultura, inclusão, valorização do patrimônio e novos usos do espaço urbano, que passa a ser mais requisitado pelo cidadão, por isso têm sido percebidos novos movimentos das pessoas ocupando as cidades, seus lugares e espaços. Uma cidade criativa só será possível a partir do desenvolvimento endógeno com a participação das pessoas, que já tem participado ativamente de processos de ocupação da cidade. Por isso, é necessário fortalecer a articulação local a partir dos sujeitos, que cocriam e usam o espaço público de maneira compartilhada e tem se mobilizado cada vez mais para que uma cidade criativa aconteça. Ao poder público cabe a função de se abrirem para esta interação e agir em conjunto com os cidadãos na busca por novas formas de viver na cidade.
Seria viável uma política de fomento para a economia criativa que fosse aplicado no desenvolvimento de cidades criativas? (Quais as perspectivas futuras? Existem resultados ou projetos implantados? Qual a capacidade do poder público e até onde vão suas responsabilidades? Há viabilidade na construção de políticas públicas permanentes? Há algum conflito com a área da cultura? (risco de mercantilização, etc)	A construção de politicas públicas permanentes que podem resultar no desenvolvimento de cidades criativas é viável e possível, mas numa perspectiva de longo prazo, pois dependem (a) da evolução da maturidade da comunidade, seja poder público, empresariado e sociedade civil; (b) do desenvolvimento de ações dinâmicas vinculadas a economia criativa e aplicadas ao espaço urbano; (c) do envolvimento das pessoas na reinvenção do espaço público. O poder público tem várias responsabilidades na viabilização de ações desta natureza, entre elas (a) articular ações conjuntas com demais esferas no âmbito governamental (federal, estadual e municipal); (b) apoiar iniciativas que surgem a partir das demandas da sociedade; (c) criar programas permanentes de formação e capacitação para artistas e criativos; (d) construir politicas públicas permanentes para o fomento do empreendedorismo, entre outras ações. As limitações do poder público estão atreladas a insuficiência de recursos financeiros, ao engessamento dos proces-

	sos administrativos e morosidade nos processos burocráticos, o que de certa forma, tem prejudicado viabilização de iniciativas atuais e que tem surgido nos ambientes urbanos. Em relação ao risco de mercantilização da cultura, existem vários conflitos de entendimento em relação ao tema, seja em função do processo histórico de dependência de recursos por parte dos produtores culturais, seja em função da atual necessidade de inserir novas linguagens com características de mercado na esfera cultural.
A economia criativa veio para ficar? Ou é modismo? (De que forma os empreendedores, o artesão e o artista veem a economia criativa? E o cidadão, tem conhecimento do significado? É fácil levar a conhecimento da sociedade os pressupostos da economia criativa (a geração de valor a partir de elementos intangíveis)?	A economia criativa é algo que veio para ficar, mesmo que pareça um novo nome para algo que já existia, para algo que já funcionava. O entendimento do conceito será mais facilmente compreendido de acordo com o nível intelectual das pessoas. Alguns profissionais que já desenvolvem algum tipo de atividade criativa ou artística entendem os pressupostos do conceito, que é a valorização do bem ou serviço produzido a partir do intangível e das novas interações que ela provoca, mas a sociedade em geral ainda não tem clareza acerca do significado e do impacto do tema junto às economias locais e globais.

Ao serem perguntados sobre o risco da economia ser apenas um modismo, mais de 50% dos entrevistados afirmam que a economia criativa é algo que veio para ficar. Não é modismo e, de fato, está transformando as relações econômicas da sociedade. Quanto à compreensão do conceito e de sua importância, os profissionais que já desenvolvem algum tipo de atividade criativa ou artística entendem os pressupostos do conceito, que é a valorização do bem ou serviço produzido a partir do intangível e das novas interações que ela provoca, mas na opinião dos entrevistados a sociedade em geral ainda não tem clareza acerca do significado e do impacto do tema junto às economias locais e globais.

Os entrevistados também concordam que cada ator tem um papel específico neste processo de construção de uma cidade criativa e destacam que a viabilização de ações nesta área depende de um amadurecimento da sociedade em geral, desde o poder público, empresários, universidades e cidadão. Faz-se necessária uma abertura da sociedade para os novos processos sociais, as novas formas de se relacionar com a cidade e seus espaços e neste sentido, os atores que desenvolvem ações em cada territórios necessariamente devem estar aptos para perceber e interagir com esta mudança.

CONCLUSÃO

A economia criativa, em sentido amplo, tem sido tratada sob diferentes perspectivas econômicas e estratégias de desenvolvimento pelos países e tem se consolidado como um tema emergente inclusive por organizações internacionais. No Brasil, vem conquistando espaço mais especificamente a partir de 2011, a partir da publicação do Plano Brasil Criativo, pelo Ministério da Cultura, pelo forte empenho de organizações, como a FIRJAN, e vem ganhando diferentes perspectivas nos estados da federação. Diante desta análise, é possível concordar com Barbosa (2012) quando aponta a economia criativa como um fenômeno cultural, político, econômico, tecnológico, principalmente como um fenômeno relacionado aos mercados.

O desenvolvimento de estratégias que visam a assegurar condições para geração de empregos e a estabilidade econômica local tem levado gestores públicos das cidades a inovarem na criação de políticas e programas vinculados a economia criativa. Nas cidades analisadas foram constatadas algumas ações práticas materializadas na criação de programas de estímulo e atração de empresas, que procuram agregar valor em seus bens e serviços a partir de matéria prima intangível, representada, por exemplo, por conhecimento, informação, cultura e criatividade. Nesse sentido, em Porto Alegre destacam-se o Núcleo de Economia Criativa, coordenado pela Secretaria Municipal de Cultura. Além dessa, há duas iniciativas da Agência Inovapoa, que são o Comitê de Economia Criativa, responsável pelo desenvolvimento do Plano Municipal de Economia Criativa e a segunda iniciativa é a implantação do Polo de Economia Criativa “Tecendo Ideias”. Em Curitiba, destaca-se o Programa Curitiba Criativa, que iniciou as atividades com palestras e cursos com convidados e especialistas e a audiência pública promovida pela Câmara Municipal de Curitiba, para tratar do tema “Economia Criativa e Cultura”. Isso, portanto, confirma o argumentos de Askerud (2008), no sentido de que esse mesmo movimento vem ocorrendo em outras cidades no mundo. Neste sentido, diretrizes são também apontadas nos estudos de Seixas e Costa (2010) e que podem contribuir para o estabelecimento de ações, que poderão promover o desenvolvimento a partir da criatividade, a saber (a) criar ferramentas ou instrumentos criativos de acordo com as realidades socioeconômicas e culturais de cada localidade; (b) desenvolver políticas de desenvolvimento atreladas aos setores econômicos criativos e culturais; (c) adotar medidas que possam

atrair e reter profissionais vinculados a atividades criativas, especialmente aquelas que tem por base o conhecimento e a inovação.

Ao considerar a economia criativa como fonte de desenvolvimento local e regional, o estado do Rio Grande do Sul parece tê-la posicionado como questão estratégica. O Estado passou a explorar várias oportunidades trazidas pela economia criativa e utilizá-las em favor do seu desenvolvimento econômico e social, a partir, por exemplo, da implantação da Política Industrial, do Plano Setorial da Indústria da Criatividade e do Programa RS Criativo. Dos meios escolhidos para potencializar tais feitos, destacam-se (a) o incremento do orçamento da Secretaria de Estado da Cultura, fomentando a economia da cultura; (b) fortalecimento e ampliação dos Arranjos Produtivos Locais (APLs), agregando o setor audiovisual, jogos digitais, games e parques tecnológicos, que são áreas que atraem mão de obra de alto nível e geram recursos locais, oportunizando o desenvolvimento de municípios de pequeno e médio porte; (c) fortalecimento das redes regionais multiníveis, que se articulam localmente para o desenvolvimento de projetos estaduais, como é o caso do Grupo de Trabalho *Film Comission*, que pretende mapear os territórios do estado para atrair produções de audiovisual, gerando o desenvolvimento em várias regiões do estado; (d) convergência de interesse entre as várias secretarias envolvidas na área que culminou na geração do Programa RS Criativo, que torna possível a alocação de pessoal e de orçamento para um mesmo Programa.

As iniciativas analisadas no Estado do Rio Grande do Sul confirmam os apontamentos de Howkins (2013) ao vincular oportunidades de geração de valor e de riquezas a partir da combinação entre economia e criatividade; com Wachowicz (2012) quando aponta para uma nova maneira de criar estratégias econômicas a partir da interface entre economia, cultura e tecnologia; e com Barbosa (2012), quando afirma que a economia criativa é um fenômeno relacionado aos mercados e que nasce da vontade política onde intencionalmente iniciam-se processos de identificação de experiências nos territórios para, então, fomentar e prover o desenvolvimento local, resignificando também espaços urbanos.

Tal situação, entretanto, não é percebida no Estado do Paraná, que, apesar de ter vocação para o desenvolvimento de tais iniciativas, demonstra não ter força política suficiente para ir além. Evidenciaram-se, pois, dificuldades para abrir espaço para a nova economia, permanecendo com uma visão econômica conservadora

atrelada a atração de investimentos e empresas vinculadas à economia tradicional. Um dos caminhos seria seguir em direção à diversificação de empresas e negócios que possam gerar Produto Interno Bruto (PIB) para o Estado em bases inovadoras, atraindo e retendo iniciativas das indústrias criativas e favorecendo a criação de ambientes propícios para o desenvolvimento de cidades criativas. Isso, em perspectiva de médio e longo prazo poderia se sobressair como crucial para a melhoria nos indicadores de desenvolvimento (IDH) nos municípios paranaenses, já que mais de 80% deles possuem população até vinte mil habitantes, com economias frágeis e sem condições de atrair grandes instalações típicas da economia tradicional. Neste sentido, adotar os fundamentos da economia criativa como estratégia de desenvolvimento poderia ir ao encontro com a afirmação de Askerud (2008), quando indica que as perspectivas econômicas trazidas pela economia criativa – ao contrário da indústria tradicional, que muitas vezes exige maior investimento – pode ser implantada nas comunidades locais, contribuindo para o desenvolvimento local por meio dos investimentos em micro e pequenas iniciativas.

No Estado do Paraná, considerando os históricos esforços para atração de indústrias tradicionais, talvez há pouco espaço para inserção daqueles municípios que ficaram à margem por não deterem os recursos ou condições infraestruturais exigidas por tal segmento da economia. As indústrias criativas poderiam, portanto, representar grandes oportunidades de inovação pela intensificação da utilização de recursos intangíveis até então subexplorados ou subempregados.

Nos casos de Curitiba e Porto Alegre, não foram identificados indícios significativos de desenvolvimento endógeno pautado em ações vinculadas à economia criativa em seus territórios. O relativamente pouco avanço nessa perspectiva provavelmente ocorra pela ainda frágil organização social e política entre as várias instâncias de poder, que torna as ações bastante dispersas. Outro fator que pode explicar isso é o relativamente pouco tempo das políticas públicas desenvolvidas sob as bases da economia criativa para deixarem marcas no território urbano, que, pela própria, natureza demandam um tempo bem superior aos efeitos em dinâmicas sociais e econômicas locais. Considerando o que afirma Piacenti (2012), quando este desenvolvimento acontecesse, seria possível identificá-lo com base na renovação das perspectivas econômicas das cidades a partir de evidências manifestas a partir do território urbano.

Outro ponto importante foi constatar a presença da discussão entre arte, cultura e mercado, dado que a separação ou não entre essas áreas é estratégica no momento de formulação de políticas públicas nas cidades. Esta preocupação foi identificada junto aos entrevistados no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, bem como dos municípios de Porto Alegre e Curitiba. A preocupação com a clivagem entre arte, cultura e mercado está presente nos estudos de Bendassolli *et al* (2009), que aponta para o risco trazido pela mercantilização da cultura e arte. Haveria, pois, reducionismo para a cultura e, por parte da arte, riscos da ocorrência de sua descaracterização enquanto função pública, de cidadania e liberdade.

Neste sentido, há quem defenda que o Brasil estaria vivendo a plenitude de um processo de delegação da cultura para o mercado, esvaziando a presença do Estado a partir de 2002, a exemplo do que defendem Simões e Vieira (2010). Isso pode, em parte, explicar a controvérsia e as discussões intensas. O gestor federal da cultura, que é o Ministério da Cultura, ainda conta com processos institucionais fragilizados, o que faz com que não consiga finalizar planos importantes com base em recursos próprios. Nesse sentido, a expectativa dos entrevistados foi no sentido de que se efetivem os Planos Nacional de Cultura - PNC e Brasil Criativo – PBC. Isso poderia refletir em um desdobramento positivo para os municípios, via destinação de recursos financeiros e a ampliação de apoio aos projetos locais a partir da criação de demanda por recursos federais. É sob a lógica da demanda que, normalmente, há alocação de recursos orçamentários para cada uma das pastas ministeriais do governo federal. Assim, estrategicamente, o envolvimento de atores vinculados ao mercado poderia, em primeiro momento, elevar a demanda por recursos orçamentários, cuja resposta poderia pela priorização na alocação orçamentária no âmbito dos poderes executivo e legislativo federal.

Maior alocação de recursos federais, no caso do Rio Grande do Sul, considerando o posicionamento dos atores entrevistados durante a pesquisa, impactaria nas ações da SEDAC. Em Porto Alegre isso traria como consequências maior apoio aos projetos do Núcleo de Economia Criativa, que é vinculado à Secretaria Municipal de Cultura. No caso do Paraná, os recursos seriam aportados na Secretaria de Estado da Cultura, viabilizando, por exemplo, a formatação de novos projetos vinculados ao Criativa Birô. Reflexamente, para Curitiba, poderia haver incremento nas ações da

Fundação Cultural de Curitiba nos projetos dos territórios criativos, que contam ainda com orçamento ínfimo quando consideradas as reais necessidades.

As análises sobre como ocorre a governança multinível nas duas cidades pesquisadas apontaram a existência de várias lacunas, tanto nas conexões horizontais (no mesmo âmbito federativo) quanto nas conexões verticais (no âmbito federal, estadual e municipal). São exemplos dessas lacunas, nas conexões horizontais, a fragilidade da ressonância de diálogos em prol de projetos convergentes entre as secretarias de cultura e Inovapoa, em Porto Alegre, com resultados pouco favoráveis para os projetos envolvendo o mesmo público artístico e criativo. Em Curitiba, a inexistência ações concretas e convergentes entre os atores municipais Fundação Cultural de Curitiba e Agência Curitiba de Desenvolvimento fez com que resultados não passem da realização de apenas eventos de sensibilização, sem que sequer houvesse a publicização do Programa Curitiba Criativa. Em relação aos estados do Rio Grande do Sul e do Paraná as lacunas nas relações de governança multinível também se repetem. Nas conexões verticais, a fragilidade na articulação para desenvolvimento de projetos convergentes entre governos estaduais e municipais – quer via Prefeituras quer via secretarias e autarquias – abrem espaços para que, por exemplo, os Estados executem projetos com sombreamentos sobre as ações já em andamento nos municípios. Exemplificativo disso é o caso do escritório Criativa Birô, a ser implantado pelas Secretarias de Estado da Cultura nas capitais, Porto Alegre e Curitiba tiveram sombreadas as iniciativas municipais representadas, respectivamente, pelo Polo de Economia Criativa e de capacitação de empreendedores por meio do Pronatec.

Não foi possível, portanto, identificar uma estrutura de governança que legitime e reforce o relacionamento dos atores na formação de agenda para problemas envolvendo políticas públicas de fomento à economia e às cidades criativas em virtude de eles ainda não estarem tratando de problemas comuns. As secretarias ou assessorias tratam de projetos específicos e isolados. Aqueles desenvolvidos conjuntamente com atores de outras esferas são, como regra, ainda bastante fragilizados institucionalmente. No caso em estudo, avanços poderiam ocorrer mediante criação, por exemplo, de ambiente em que atores multi-institucionais se tornassem interdependentes no processo como um todo, num formato de redes de cooperação onde fosse possível o estabelecimento de um plano coletivo com alcance de médio

e longo prazo, cooperando entre si. Possibilidades como essas existem e são passíveis de serem desenvolvidas como tendências, como aponta Procopiuck (2013).

A aplicação do modelo de análise *"Multiple Streams"* (múltiplos fluxos), desenvolvido por John Kingdon, possibilitou compreender de que forma as agendas governamentais são estabelecidas, levando em consideração os diferentes atores que estão situados em distintos momentos do processo de formulação e implementação de políticas públicas. Dos apontamentos feitos por Capella (2004) e Fischer (2014), confirmou-se que a formação da agenda acontece com a abertura da janela de oportunidades. Contudo, para que isso ocorra, há que existir esforço permanente de atores multi-institucionais com alternativas técnicas em estágio de serem apresentadas como propostas efetivas a serem implementadas a partir de decisões políticas. Cita-se, como exemplo disso, a instituição do Programa RS Criativo, no Rio Grande do Sul; do Programa Municipal de Economia Criativa, em Porto Alegre; e do Programa Curitiba Criativa.

Em algumas situações, o surgimento ou ajuste de determinado recurso pode viabilizar um projeto e o contrário também pode ocorrer, como é o caso do risco de não acontecer a implantação dos escritórios Criativa Birô no Paraná e no Rio Grande do Sul, em função de questões burocráticas. Nesse processo, o papel dos atores denominados "empreendedores políticos" é crucial, dado que a adoção de ideias ou diretrizes ocorre a partir de iniciativas, primeiro, de atores no âmbito técnico e, depois, do político. Disfunções nesses dois âmbitos de ação nos níveis federal e estaduais estão criando significativos problemas, por exemplo, na implantação dos Criativas Birôs.

a) Resgate dos objetivos da pesquisa

Dos objetivos da pesquisa, pode-se concluir o que seguem a partir do resgate de cada um deles.

Do primeiro objetivo, (1) *"Delinear a trajetória de implantação da política pública de fomento à economia criativa no Brasil como nova perspectiva de desenvolvimento", a partir dos dados levantados foram verificados indícios que podem levar à "nova perspectiva de desenvolvimento*" a partir da "*implantação da política pública*

de fomento da economia criativa no Brasil". Na análise da trajetória da implantação do Programa Brasil Criativo no âmbito federal, verificou-se que, embora haja embasamento no Plano Nacional de Cultura para que as ações no campo da cultura sejam concretizadas por meio da economia criativa para impulsionar desenvolvimento do país, que há, na prática, considerável fragilidade político-institucional do Ministério da Cultura na condução no processo. Primeiro, por questões operacionais, técnicas e financeiras; segundo, pelo fato de ter inserido da economia criativa no Plano Nacional de Cultura, ainda em consolidação, o que coloca em risco o próprio campo da cultura; e, terceiro, a frequente alternância de equipes no Ministério. Neste aspecto, para se ter como exemplo, ao longo do desenvolvimento da presente pesquisa foram três as alterações de equipe, inclusive substituição do Ministro.

Na análise dos municípios de Curitiba e Porto Alegre, a opção pela economia criativa é distinta entre eles e ainda não reflete programas estruturados que contemplem projetos para o desenvolvimento local. Nessas duas cidades, as iniciativas estão mais voltadas para incentivar de atividades econômicas e o empreendedorismo. Não há, portanto, maturidade institucional com tendências a situar políticas de fomento à economia criativa ou desenvolvimento de cidades criativas como políticas de governo. Quando muito, tais políticas se configuram como programas de governo. Em grande parte, não passam de iniciativas de empreendedores individuais que tentam mobilizar a sociedade, gestores e a classe política para a importância e as potencialidades de tais perspectivas para impulsão do desenvolvimento endógeno.

Em Curitiba, as ações estão vinculadas ao orçamento, com 90% sob responsabilidade da Agência Curitiba de Desenvolvimento e os restantes 10% da Fundação Cultural de Curitiba. As informações sobre execuções orçamentárias e de futuras ações não tem sido divulgadas. Os reflexos disso é que os atores diretamente envolvidos no setor criativo não tenham conhecimento sobre, efetivamente, seria o programa ou política de fomento à economia criativa para a cidade. No final de 2014 foi, por exemplo, lançado um programa vinculado ao desenvolvimento do audiovisual na cidade, mas inexistem informações claras sobre se os demais setores serão contemplados com medidas similares em algum momento.

Em Porto Alegre, embora seja reconhecido o esforço incorrido para implantação do equipamento Polo de Economia Criativa, ainda representa projeto em fase inicial. Há fragilidades, pois o contrato do IPA com a Prefeitura, por meio da Inova-

poa, tem previsão de 6 meses de duração. Findando esse prazo não há garantias de que o IPA assuma as despesas de custeio com a operação do equipamento. Por outro lado, na área cultural não existem programas formalizados e dos relatos obtidos, há dificuldade orçamentária para a manutenção das atividades atuais e certamente haverá dificuldades nos novos projetos.

Foi possível (2) *"Identificar os estágios dos fluxos políticos, de problemas, alternativas, e de formação de agenda para fomento da economia criativa em Curitiba e Porto Alegre a partir da política nacional, considerando a atuação de agentes públicos, privados e do terceiro setor*". No âmbito municipal, quando comparamos por meio do modelo *múltiplos fluxos* Curitiba e Porto Alegre (Figura 28, página 137), fica evidente que as duas cidades diferem entre si em todos os fluxos. A *Agenda Setting* indica que Curitiba está em estágio inicial e nem todos os fluxos foram acionados. Porto Alegre, por sua vez, avança para criação do Núcleo de Economia Criativa, vinculado à Secretaria Municipal de Cultura; a instituição do Comitê de Economia Criativa, tendo como coordenador o Gabinete de Inovação Inovapoa; a implantação do Polo de Economia Criativa, também vinculado ao Gabinete de Inovação Inovapoa mas com parceria com o Centro Universitário Metodista (IPA). No que se refere ao relacionamento dos municípios com a política federal, não houve constatadas ações diretas, mas com intermediação do Estado. Há a formação de um sistema de governança em Porto Alegre no contexto municipal. No caso de Curitiba essa formação não foi possível de ser identificada, dando indícios de que na capital paranaense há um caminho a percorrer para construção de bases relacionais interinstitucionais de suporte e atribuição de maior legitimidade político-administrativa ao processo de formação da política pública.

Quanto ao objetivo específico, (3) *"verificar se existe alinhamento entre as estratégias federal e das duas cidades estudadas"*, foi constatado que a estratégia federal está alinhada apenas até o âmbito dos dois estados, mas restrita à implementação do Criativa Birô e com as limitações mencionadas em parágrafo acima. No âmbito municipal, tanto Curitiba quanto Porto Alegre constroem planos próprios, desvinculados, portanto, das esferas federal e estadual. As duas cidades, quando comparadas entre si, é evidenciado que desenvolvem estratégias diferentes, ainda bastante frágeis e, conforme modelo *multiple streams* (Figura 28, página 137), em estágios e momentos diferentes.

Ao (4) "*verificar se há diferenças entre modelos de políticas públicas de fomento à economia criativa utilizados pelo governo federal, Curitiba e Porto Alegre*", sim, revelou-se que, efetivamente, há diferenças. Ambas as cidades estão desenvolvendo propostas em estágio inicial de políticas públicas que, em essência e intensidade, diferem entre si. Em Porto Alegre, um Núcleo e um Comitê de Economia Criativa foram criados em diferentes secretarias, que desenvolvem ações convergentes. Os trabalhos do Comitê resultaram no lançamento, em dezembro de 2014, do Plano Municipal de Economia Criativa, formulado com envolvimento de várias secretarias. Essa união de esforços de órgãos internos à administração municipal tende a se configurar também a ação mais sistematizada no processo de implementação. Já em Curitiba, mesmo com o Programa Curitiba Criativa, que conta orçamento contemplado no Plano Plurianual, não é possível observar a execução de ações concretas. O fato de haver previsão de recursos no Plano Plurianual pode ser indicativo de que há alguma tendência de avanços na institucionalização do fomento à economia criativa. A simples previsão no Plano Plurianual, na prática, indica apenas que o tema foi inserido na agenda municipal. Há, portanto, a necessidade de que recursos sejam previstos na Lei de Diretrizes Orçamentárias, na Lei Orçamentária Anual e, finalmente, que os recursos autorizados pelo Poder Legislativo Municipal nesta última Lei sejam executados por meio de aplicações em ações de fomento à economia criativa pelo Poder Executivo, via direta ou indireta. Se considerado o ciclo orçamentário, o caminho a ser percorrido para que surtam resultados práticos é relativamente longo para Curitiba.

Finalmente, com base nas respostas aos objetivos específicos, foi possível "*identificar como as instituições e os atores se estruturam no âmbito federal, estadual para implementar a política pública de fomento à economia criativa como alternativa de desenvolvimento de cidades criativas em Curitiba e Porto Alegre*". Quanto às estratégias de gestão adotadas, em todos os casos envolvendo os dois estados e as duas cidades, ficou evidente que inexistem padrões que permitam estabelecer comparações que apontem para similaridades entre os quatro entes federativos estudados, tanto em termos de concepção quanto de implementação da política pública. As ações quando desenvolvidas tendem, pois, a, de certo modo, apresentar clivagens, ou seja, cada um dos entes, em essência, atua de acordo com suas próprias con-

cepções e forças, sem que ocorram preocupações significativas em termos de envolvimento interinstitucional multinível.

Esse conjunto de constatações a partir da avaliação do alcance dos objetivos específicos, possibilitou constituir bases para avaliar o objetivo geral da pesquisa, via identificação das instituições e atores envolvidos no processo desta política pública, bem como sobre a forma como a conduzem em cada um dos contextos estudados. Disso, foi possível depreender que as instituições envolvidas na condução das políticas públicas vêm adotando diferentes estratégias e a executando mediante implementação de diferentes programas. Alguns desses programas são vinculados ao campo da cultura e outros a segmentos do mercado. No caso de programas com foco no mercado há, principalmente, em Porto Alegre alguns deles procurando associar ações de economia criativa com tecnologia, o que, se considerada a linha geral delineada para a economia criativa para o Brasil pelo Ministério da Cultura, se sobressai como inovação.

Quanto a alinhamentos de iniciativas pautadas na formação e atuação de sistemas de governança, há – por exemplo, as iniciativas Criativa Birô, Observatório de Economia Criativa – alinhamentos entre os entes federativos, mas com resultados dependentes ainda da melhoria da eficácia de procedimentos burocráticos para que se obtenha rapidez na geração de resultados. Relativamente a outros exemplos – como o Polo de Economia Criativa, o Comitê de Economia Criativa, o Núcleo de Economia Criativa e o Programa Curitiba Criativa – as iniciativas são essencialmente atreladas a demandas locais ou a com avanços que não ultrapassam o nível de institucionalização permitido por programas de governos; logo, em termos de implementação estão em perspectiva de médio prazo, ou seja, são condicionados ao tempo de duração de cada gestão.

De modo geral, considerando as duas cidades estudadas e envolvidas diretamente com a concepção e implementação de políticas para fomento à economia criativa, o entendimento coletivo acerca do conceito da economia criativa também parece ser distinto. No caso de Curitiba, acepções são manifestas no sentido de que economia criativa (a) trata-se de um novo segmento inserido no campo da cultura, (b) que se sobressai como uma forma de transpor elementos da cultura para o mercado; logo, (c) há necessidade de que sejam tomados cuidados ao lidar com duas lógicas distintas: cultura e mercado, não raro, vistas como antagônicas. Em Porto

Alegre Porto Alegre, o entendimento preponderante é de que a economia criativa se reveste como estratégia de desenvolvimento econômico para a cidade, agregando novas áreas para geração de riquezas e represando oportunidades estratégicas para a revitalização urbana.

Da forma como foram manifestos na base documental e nas entrevistas, tanto em Curitiba quanto em Porto Alegre o conceito de economia criativa tende a ser visto essencialmente em perspectiva operacional. No caso de Curitiba, com preocupação de delimitação de espaços para participação de atores públicos e privados em ações culturais. No caso de Porto Alegre, o conceito tem outro foco, mas com amplitude maior. A economia criativa é concebida como vinculada ao desenvolvimento econômico, com ampliação para abranger ações de revitalização urbana. Aparentemente, diferente do caso de Curitiba, a discussão avançou para além da dicotomia cultura-mercado em direção a questões mais voltadas para o desenvolvimento endógeno ao ter como escopo o desenvolvimento econômico associado com questões de desenvolvimento urbano; logo, com aproximações do conceito de cidades criativas.

De modo amplo, considerando as bases conceituais utilizadas como fundamentos para concepção e execução de políticas públicas em Porto Alegre e Curitiba, em ambos os casos as concepções de se distanciam significativamente do princípio de que a economia criativa tem como essência a geração a partir do intangível, indo além, portanto, da cultura e de bases para que agentes públicos conduzam estratégias com vistas ao desenvolvimento local para abranger outras fontes de criatividade passíveis de agregação de valor a bases materiais a partir da atuação convergente ou independente de agentes públicos ou privados. Quanto ao escopo, a volta à essência do conceito de economia criativa permitiria que fossem considerados, por exemplo, o empreendedorismo e a tecnologia como fontes de agregação de valor intangível a partir da atuação agentes públicos ou de mercado. O conceito, com isso, extrapolaria, a dimensão cultural, de fomento ao desenvolvimento econômico endógeno e como estratégia de revitalização urbana constatados a partir da análise conjunta as concepções de economia criativa em Curitiba e Porto Alegre.

b) Contribuições da pesquisa

A pesquisa permitiu avançar no tratamento articulado entre as temáticas economia criativa, cidades criativas e políticas públicas como perspectivas para concepção de novas estratégias para fomentar o desenvolvimento endógeno a partir da conjunção de esforços de governos municipais, estaduais e nacional, bem como com participação de atores da sociedade civil organizada e do mercado, tanto de âmbito nacional quanto internacional.

Há contribuições da pesquisa também no sentido de situar o tema no contexto das políticas públicas, governança multinível e da gestão urbana, apresentando experiências de estados e cidades brasileiras que, por diferentes meios, inseriram o tema da economia criativa na agenda governamental como possibilidade de agir local e estrategicamente para, em perspectivas de longo prazo, abrir caminhos para emergência de cidades criativas, tendência mais próxima para Porto Alegre e, pela concepção coletiva do que seria economia criativa, mais longa ou indefinida para Curitiba.

A pesquisa contribuiu no sentido de assegurar que, metodologicamente, é possível realizar o mapeamento objetivo, por meio de pesquisa qualitativa, dos diferentes estágios em que se encontram políticas públicas em desenvolvimento em diferentes contextos. Por vias comparativas, a pesquisa permitiu concluir que os diversos atores envolvidos nos processos de formulação de políticas públicas desempenham funções especificas na formação de sistemas de governança em políticas públicas em multiníveis, sendo interdependentes entre si nos processos decisórios que visam à viabilização de políticas públicas, embora, no estudo de caso, a interdependência interinstitucional tenha sido constada com insuficiente para formação de sistemas de governança multinível com capacidade de estabelecer força política capaz de assegurar tendências de sua continuidade para além de intenções manifestas a partir de esforços individualizados de agentes públicos e privados e, no máximo, previsão em planos de governo.

Em termos teóricos, a pesquisa foi importante para demonstrar que o conceito de economia criativa utilizado nas duas cidades pesquisadas tem natureza de instrumentalização para desenvolvimento de ações por agentes públicos nas áreas da cultura, desenvolvimento local endógeno e revitalização urbana. Restam, portanto, desafios para que sejam levados à prática os princípios da economia criativa volta-

dos para a geração de valor a partir da dimensão intangível, abrangendo, por exemplo, o empreendedorismo e a tecnologia.

c) Limitações da Pesquisa

Como limitações da pesquisa se sobressaíram dificuldades iniciais para obtenção de dados tratados sistematicamente para servirem de referencial para delineamento do contexto geral da economia criativa, tanto no âmbito federal quanto nos estaduais e municipais brasileiros.

A abordagem qualitativa possibilitou explicitar suficientemente os contextos gerais sob os quais se desenvolvem políticas públicas de fomento à economia criativa nos dois estados e nas duas cidades pesquisadas. Contudo, a pesquisa poderia ter avançado, por exemplo, por meio da aplicação de questionários quantitativos, com base amostral que permitisse generalizações sobre similaridades e diferenciações entre características das políticas públicas estudadas, bem como estabelecimento de relações mais imediatas de causa-efeito entre variáveis com menor escopo, mas com maior profundidade.

d) Contribuições do estudo para a gestão urbana

Contribuições da pesquisa especificamente para a gestão urbana, principalmente no contexto de instrumentalização para planejamento urbano e regional, podem ser inferidas a partir (a) dos instrumentos de gestão analisados, que explicitam ações de gestores para desenvolver estratégias com escopo com amplitude suficiente para abranger políticas de governo, planos de ação de administrações municipais e estaduais de desenvolvimento local e regional, ciclo orçamentário (Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual), audiências públicas entre outros; (b) na análise das estruturas de governança multinível, que poderão ser utilizadas como base para outros estudos que procurem compreender a gestão urbana diretamente correlacionada com processos políticos e de gestão desenvolvidos em âmbito estadual e federal, que são essenciais ações articuladas e concatenadas, típicas de sistemas federalistas, como o adotado no Brasil; (c) na análise de estruturação e mapeamento de políticas públicas, com vistas a explicitar o que, objetiva-

mente, faz parte a agenda de políticas públicas, considerando níveis de governo e perspectivas temporais; (d) da valorização de ativos culturais, criativos, tecnológicos presentes nas cidades e passíveis de serem mobilizados estrategicamente para servirem de base para impulsão do desenvolvimento endógeno, atraindo, por exemplo, investimentos, despertando a criatividade como fonte de expressão pessoal e de manifestações coletivas de capacidades de inserção a partir de atividades artísticas e profissionais, gerando renda e melhorando a qualidade da cidade em termos de vitalidade urbana; (e) da perspectiva de desenvolvimento das cidades a partir do envolvimento das pessoas e da influência dos novos arranjos sociais gerados por novas relações econômicas, sociais e políticas.

e) Oportunidades para novos estudos

Desenvolvimento de estudos qualitativos e quantitativos para explicitar contextos gerais de desenvolvimento da economia criativa nos estados e municípios brasileiros. Desenvolvimentos de estudos setoriais para obtenção de maior profundidade sobre perspectivas de desenvolvimento endógeno condicionado por fatores de impulsão e de restrição, típicos de cada cidade e de cada região.

REFERÊNCIAS

ASKERUD, P. *As indústrias criativas: perspectivas da região da Ásia-Pacífico.* In: REIS, A. C. F. (Org). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 266 p.

BARBOSA, F. *Economia Criativa: Políticas Públicas em Construção.* In: *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014*. Brasilia 2012. 154 p.

_____. Economia Criativa. TV Senado. Brasília, 2013. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=clWGmtGU6Pk> Acesso em 10/07/2014.

Bendassolli, P. F.; Wood Jr. , T.; Kirschbaum, C.; Cunha, M. P. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. Revista de Administração de Empresas - RAE, v. 49, n. 1, p.10-18, jan./mar. 2009.

BENHAMOU, F. *A Economia da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BRASIL. Presidência Da República - Casa Civil. *Decreto nº 7743 de 31 de maio de 2012*.

_____. Decreto nº 8297 de 15 de agosto de 2014.

BUARQUE, S. C. *Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável.* Brasilia: IICA, 1999.

CAIADO, A. S. C. *Economia Criativa.* São Paulo: FUNDAP, 2011. 160 p.

CALABRE, L. *Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009. 144 p.

CAPELLA, A. C. N. *O processo de agenda-setting na reforma da administração pública (1995-2002)*. 2004. 245 p. Tese (Doutorado). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004.

CLAVER, N. *A Ciutat Vella de Barcelona: renovação ou gentrificação?* In: BIDOU-ZACHARIASEN, C. (Org.). *De volta à cidade: dos proessos de gentrificação às políticas de "revitalização" dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume, 2006. 294 p.

CORDIOLLI, M. Audiência Pública "Economia Criativa e Cultura". Curitiba: Câmara Municipal de Curitiba, 05 de junho de 2014. Disponível: < http://www.cmc.pr.gov.br/down/ntTaqeconomiacriativa.pdf., em 05/01/2015,

CORREIA, M. M. *Capitais europeias da cultura como estratégia de desenvolvimento: o caso de Guimarães*, 2012. 127 p. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2010.

CURITIBA. *Plano de Governo 2013-2016.* Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2013a.

_____. *Plano Plurianual de Curitiba: saúde, educação e mobilidade são prioridades.* Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2013b.

DE MARCHI, L. *Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil*. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação - Intercom, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 193-215, jan./jun. 2014.

DIAS, R. e MATOS, F. *Políticas públicas: princípios, propósitos e processos*. São Paulo: Atlas, 2012.

FARAH, M. F. S. Administração Pública e políticas públicas. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 45, n. 3, p.813-836, mai./jun., 2011.

FERRAZ, J. C.; CROCCO, M. e ELIAS, L. A. *A necessidade de resgatar a discussão sobre desenvolvimento econômico.* In: FERRAZ, J. C.; CROCCO, M. e ELIAS, L. A. (ORG.) *Liberalização econômica e desenvolvimento.* São Paulo: Futura, 2003.

FERREIRA, A. M. Turismo, Cultura e Regeneração Urbana: o renascimento das pequenas e médias cidades. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, n. 20, p.31-39, 2013.

FIRJAN - FEDERAÇÃO DA INDÚSTRIA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *A cadeia da indústria criativa no Brasil.* Rio de Janeiro: 2008.

_____ . *A cadeia da Indústria Criativa no Brasil.* Rio de Janeiro: 2011.

_____. *Indústria Criativa: mapeamento da indústria criativa no Brasil.* Rio de Janeiro: 2012.

FISCHER, D. *De corredor a mosaico: estratégias de diferentes governos para um mesmo fim?* 2014. 195 p. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

FITZHERBERT, V. e LEITÃO, S. P. *Repensando a criatividade na empresa*. *Revista de Administração Pública - RAP*, v. 33, n. 6, p.115-126, nov./dez., 1999.

FURTADO, C. *O mito do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GLASS, R. *London: Aspects of Change*. London: Centre for Urban Studies and MacGibbon and Kee, 1964.

GUERREIRO RAMOS, A. A modernização em nova perspectiva: em busca do modelo da possibilidade. *Revista da Administração Pública*, v. 17, n. 1, jan./mar, 1983.

GUILHERME, L. L. Paraná vai receber o Criativa Birô. RICTV Paraná, matéria de 23/07/2012.

HEIDEMANN, F. G. Do sonho do progresso às políticas de desenvolvimento. In: HEIDEMANN, F. G.; SALM, J. F. (Org.). Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise. Brasília: Editora Universidade de Brasilia, 2009.

HOWKINS, J. *Ecologias Criativas.* In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Org). *Cidades Criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo Soluções & Creative Cities Productions, 2011. 171 p.

_____. *Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2013. 272 p.

HUGHES, H. *Artes, entretenimento e turismo*. São Paulo: Roca, 2004.

ISAR, Y. R. *Visão global: das inquietações conceituais a uma agenda de pesquisas.* In: REIS, A. C. F. (Org). In: *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo 2008. 267 p.

KNOPP, G. D. C.; DARBILLY, L. V. C.; VIEIRA, M. M. F. e SIMÕES, J. M. *Cultura e desenvolvimento.* In: VIEIRA, M. M. F.; SILVA, R. C.; RODRIGUES, M. S. (Org.). *Cultura, mercado e desenvolvimento*. Porto Alegre: Decasa Editora, 2010.

LANDRY, C. *A cidade criativa.* In: *Relatório de Economia Criativa*: UNCTAD, 2010. 392 p.

_____. *Cidade Criativa: a história de um conceito.* In: REIS, A. C. F.- KAGEYAMA, Peter (Org). *Cidades Criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo Soluções & Creative Cities Productions, 2011. 171 p.

LEFEBVRE, H. *Espaço e política*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

LEITÃO, C. *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*. Brasilia: Ministério da Cultura, 2012. p. 154.

MAGALHÃES, J. P. D. A. *Queda e recuperação da economia do desenvolvimento.* In: *Nova estratégia de desenvolvimento para o Brasil: um enfoque de longo prazo*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

MAMBERTI, S. *A gestão da cultura: um desafio de todos.* In: *As metas do Plano Nacional de Cultura*.Minc, (Org.). Brasília 2012. 214 p.

MANKIW, N. G. *Introdução à Economia*. 6 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

MARCHETTE, T.; NASCIMENTO, R. S. D. e FREDER, S. M. *Cenário da economia criativa no Brasil: Plano Nacional de Cultura e a Rede de Economia Criativa do Paraná.* In: *Economia criativa: conhecimento e empreendedorismo para uma sociedade sustentável*. Curitiba: UFPR, 2013. 119 p.

MARCONI, M. D. A. e LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2010.

MAX-NEEF, M. A.; ELIZALDE, A. e HOPENHAYN, M. *Desenvolvimento à escala humana: concepção, aplicação e reflexões posteriores*. Blumenau: Edifurb, 2012. 108 p.

MENEZES, E. M. e SILVA, E. L. *Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação*. Florianópolis: UFSC, 2005.

MIGUEZ, P. *Repertório de fontes sobre economia criativa*. Salvador: Universidade Federal do Recôncavo Baiano, 2007.

_____. *A economia da cultura como campo de estudos e a novidade da economia criativa.* In: *Plano Nacional da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014*. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. 154 p.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *As metas do Plano Nacional de Cultura.* Brasília: MINC, 2012a. 214 p.

_____. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014.* Brasília: 2012.156 p.

OLIVEIRA, Luiz Claudio. As trapalhadas culturais de Curitiba. Gazeta do Polvo, 30/09/2014. Disponível: <http://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/colunistas/acordes-locais/as-trapalhadas-culturais-de-curitiba-eear9no3an9loxgdor7lbzo0e>, em 01/01/2015.

PALADINO, G. Audiência Pública "Economia Criativa e Cultura". Curitiba: Câmara Municipal de Curitiba, 05 de junho de 2014. Disponível: <http://www.cmc.pr.gov.br/down/ntTaqeconomiacriativa.pdf>, em 06/01/2015,

PARANÁ. *Lei Nº 17.063, de 23 de janeiro de 2012* de. Publicação. 2012.

PAVANELLI, R. Economia Criativa. TV Senado. Brasília, 2013. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=clWGmtGU6Pk>, em 10/07/2014.

PIACENTI, C. A. *O potencial de desenvolvimento endógeno dos municípios paranaenses*. Curitiba: Camões, 2012.

PINE, B. J. e GILMORE, J. H. *O espetáculo dos negócios: desperte emoções que seduzam os clientes, sensações intensas determinam o valor de produtos e serviços*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

PINHO, D. B. *Aspectos da evolução da ciência econômica: do início do século XXI às raízes do pensamento econômico.* In: PINHO, D. B.; VASCONCELLOS, M. A. S.; TONETO JUNIOR, R. (Org.). *Manual de Economia*. São Paulo: Saraiva, 2011.

PIRES, V. S. e ALBAGLI, S. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 17, n. 2, p.109-122, abr./jun. 2012.

PROCOPIUCK, M. *Políticas públicas e fundamentos da administração pública: análise e avaliação, governança e redes de políticas, administração judiciária*. São Paulo, 2013. 386 p.

PROCOPIUCK, M. e FREDER, S. M. Políticas públicas e fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, Universidade Tecnológica Federal do Paraná: Programa de Planejamento e Governança Pública, v. 2, n. 2, p.15-29, jul./dez. 2013.

_____. Economia criativa: modelo federal brasileiro e a importância das discussões frente a referenciais internacionais. *Cadernos de CEOM*, Unochapecó, ano 27, n. 40, 2014.

ROTEM, E. K. *O espaço público na cidade criativa.* In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Org). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo Soluções & Creative Cities Productions, 2011. 171 p.

RIO GRANDE DO SUL. *Política Industrial* Porto Alegre: Governo do Rio Grande do Sul, 2012.

RIO GRANDE DO SUL. SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E PROMOÇÃO DO INVESTIMENTO - SDPI. PROGRAMA SETORIAL: INDÚSTRIA DA CRIATIVIDADE PORTO ALEGRE: GOVERNO DO RIO GRANDE DO SUL, P. 56. 2013.

SACHS, I. *Rumo à ecossocioeconomia: teoria e prática do desenvolvimento*. São Paulo: Cortez, 2007.

_____. *Prefácio.* In: VEIGA, J. E. (Org). *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

SAMPAIO, C. A. C. *Gestão que privilegia uma outra economia: ecossocioeconomia das organizações*. Blumenau: Edifurb, 2010. 128 p.b

SANTOS-DUISENBERG, E. D. *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. p. 267.

_____. *Secretaria da Economia Criativa no Brasil.* In: *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014*. Brasilia 2012. 154 p.

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

Secretaria da Economia Criativa - SEC. Relatório de ações da SEC 2011-2013. Brasília: 2013.

SEDAC - SECRETARIA DA CULTURA. *Catálogo RS Criativo 2011-2014.* Porto Alegre: Governo do Rio Grande do Sul, 56 p. 2014.

SEEC - SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA. *Relatório do Seminário de Economia Criativa.* Curitiba: 2011.

SEIXAS, J. e COSTA, P. *Criatividade e Governança na Cidade Contemporânea: a conjugação de dois conceitos poliédricos e complementares*. Cidades, Comunidades e Territórios, n. 20/21, p. 27-41, 2010.

SILVA, Liliana Sousa e. Sustentabilidade na Cultura. *II Seminário Internacional Políticas Culturais: Desafios, os campos da formação em gestão cultural e da produção de informações*. Fundação Casa de Rui Barbosa, 2011. Disponível: <http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Politicas_Culturais/II_Seminario_Internacional/FCRB_Liliana_Sousa_e_Silva_Sustentabilidade_na_cultura.pdf> , em 07/12/2014.

SIMÕES, J. M. *O campo organizacional da cultura no Brasil: entre o Estado e o mercado*. 2006. 155 p. Dissertação (Mestrado). Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2006.

SIMÕES, J. M. e VIEIRA, M. M. F. A influência do Estado e do mercado na administração da cultura no Brasil entre 1920 e 2002. *Revista de Administração Pública*, v. 44, n. 2, p.215-237, Mar./Abr. 2010.

SINGER, P. *Introdução à Economia Solidária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

SMITH, N. *A gentrificação generalizada: de uma anomalia local à "regeneração" urbana como estratégia urbana global.* In: BIDOU-ZACHARIASEN, C. (Org.). *De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de "revitalização" dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume, 2006.

STRICKLAND, B. *Cidade Criativa.* In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Org). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo Soluções & Creative Cities Productions, 2011. 171 p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. *Seminário Internacional: Cultura e Desenvolvimento Local.* 2011. Disponível: <http://www.ufrgs.br/difusaocultural/seminario/lertexto.php?idtitulo=3f572d8c324bdf9c7c8af3ad69df23cb> Acesso em: 10/12/2014.

UNCTAD - UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *Relatório de Economia Criativa 2010.* São Paulo: 2010. 394 p.

VALIATI, L. e WINK JUNIOR, M. V.. *Indústria Criativa no Rio Grande do Sul: síntese teórica e evidências empíricas.* Porto Alegre: 2013.

VIVANT, E. *O que é uma cidade criativa?* São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012. 93 p.

WACHOWICZ, M. *A construção de um Marco Regulatório para a Economia Criativa no Brasil.* In: *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014*. Brasilia 2012. p. 154.

APÊNDICE I - LISTA DOS ENTREVISTADOS

Quadro 29 - Dados sobre entrevistas

ENTREVISTADO	DATA E LOCAL DA ENTREVISTA	CARGO OU FUNÇÃO / INSTITUIÇÃO	DURAÇÃO DA ENTREVISTA
RSA	Porto Alegre/RS	Diretoria de Economia da Cultura da Secretaria de Estado da Cultura	1h18min
RSB	Porto Alegre/RS	AGDI	53 min
RSC	Porto Alegre/RS	Assessoria de Cooperação e Relações Internacionais – ACRI – vinculado ao Gabinete do Governador	1h21min
RSD	Porto Alegre/RS	Observatório de Cultura de Porto Alegre, vinculado à Secretaria Municipal de Cultura	1h05min
RSE	Porto Alegre/RS	Núcleo de Economia Criativa, vinculado à Secretaria Municipal de Cultura	2h07min
RSF	Porto Alegre/RS	Inovapoa - Gabinete de Inovação e Tecnologia –	1h03min
RSG	Porto Alegre/RS	Polo de Economia Criativa “Tecendo Ideias”	40 min
PRH	10/12/2014 – em Curitiba/PR	Secretaria de Estado da Cultura	28min
PRI	12/12/2014 – em Curitiba/PR	Rede de Economia Criativa do Paraná	1h12min
PRJ	08/12/2014 – em Curitiba/PR	Movimento Curitiba Criativa	1h13min
PRK	09/12/2014 – em Curitiba/PR	Agência Curitiba de Desenvolvimento	1h04min
PRL	11/12/2014 – em Curitiba/PR	Fundação Cultural de Curitiba	1h05min
PRM	08/12/2014 – em Curitiba/PR	Vereador – Comissão de Urbanismo da Câmara Municipal	45min

APÊNDICE II - QUADROS-RESUMOS DAS ENTREVISTAS

Quadro 30 - Visão entrevistados sobre a economia criativa e perspectivas

Tecnologia	- determina a nova realidade para consumir e produzir cultura (Entrevistado RSA) - pode agregar valor de maneira criativa, são as pessoas que desenvolvem seus potenciais (Entrevistado RSB) - permite a conectividade (Entrevistado RSC) - A tecnologia aconteceu antes de se falar do tema da economia criativa (Entrevistado RSD) - há uma produção excedente de meios tecnológicos (Entrevistado RSE) - Empreendedorismo, geração de Renda, aliada a transformação local, tecnologia social (Entrevistado RSF) - Interação e formação de redes interativas (Entrevistado RSG) - é um setor que demanda e usufrui da tecnologia (Entrevistado PRH) - proporciona a melhoria da qualidade de vida (Entrevistado PRJ) - é um insumo importante para vários segmentos da economia criativa (Entrevistado PRK) - é o elo de todo processo da sociedade; de norteadora de todas as demais plataformas (Entrevistado PRM)
Inovação	- quando a inovação se abastece da tecnologia tem o poder de transformar a sociedade (Entrevistado RSA) - se alimenta da inovação; proporciona processos híbridos (Entrevistado RSC) - capital intelectual criativo é o protagonista do processo (Entrevistado RSE) - sem a criatividade não há inovação (Entrevistado RSG) - só existe se o mercado validar (Entrevistado PRK) - promove o desenvolvimento (Entrevistado PRM)
Desenvolvi-mento	- quando as redes de pessoas se fortalecem, com infraestrutura e políticas públicas promovem o desenvolvimento (Entrevistado RSB) - o investimento na inovação e na tecnologia tem a força para o desenvolvimento (Entrevistado RSC) - contribui para o desenvolvimento humano; pode contribuir para a formulação de políticas estruturantes (Entrevistado RSD) - certamente contribuirá para o desenvolvimento local e regional (Entrevistado RSE) - contribui para o desenvolvimento humano, econômico e inovação social (Entrevistado RSG) - é uma das principais estratégias para o desenvolvimento, pois promove a sustentabilidade e a inclusão (Entrevistado PRH) - estratégia de sobrevivência das cidades (Entrevistado PRJ) - é uma nova fronteira importante para o desenvolvimento das cidades e regiões (Entrevistado PRK) - atrelado ao setor de serviços (Entrevistado PRM)
Cultura	- centro irradiador da tecnologia (Entrevistado RSA) - os agentes da cultura estão entendendo a necessidade da profissionalização; algumas atividades não podem ser vistas como Belas Artes,

	mesmo havendo risco de mercantilização, mas é necessário entender o funcionamento do mercado; por outro lado é fundamental preservar a característica inalienável do bem cultural (Entrevistado RSC) - há o risco de abranger áreas economicamente viáveis e não necessariamente precisam de apoio governamental e deixar de lado atividades culturais com falta de recursos e apoio para serem viabilizados (Entrevistado RSD) - Transformar o modo de fomento; Indústria cultural precisa gerar lucro e sustentabilidade financeira (Entrevistado RSF) - Não deve haver confusão entre indústria criativa e indústria cultural (Entrevistado RSG) - valorizar a cultura como estratégia de desenvolvimento (Entrevistado PRH) - diretamente ligada a criatividade, mas abrange outros setores (Entrevistado PRJ) - a potencialização da econômica criativa ajuda a desenvolver alguns segmentos da cultura; são áreas que seguem lógicas distintas; cultura tem outra função e lógica social e antropológica de um modo geral; transpor alguns elementos da cultura para o mercado (Entrevistado PRK) - nova categoria dentro da cultura; cultura como geração de renda (Entrevistado PRL)
Cidade	- uso da cidade valorizando a colaboração (Entrevistado RSA) - são cidades inteligentes, mas as cidades brasileiras ainda não estão avançando neste sentido. Quando pessoas cocriarem as cidades poderão ser mais criativas (Entrevistado RSB) - potencialização de renovação de um bairro, por exemplo, possibilita a humanização para o embelezamento urbano (Entrevistado RSC) - pode contribuir para o uso do espaço urbano por meio da cultura (Entrevistado RSD) - a cidade criativa tem ativos criativos, tecnologia, inovação, desenvolvimento e processos culturais (Entrevistado RSG) - a origem do processo tem que ser um movimento endógeno; o poder público deve apoiar os movimentos que já existem nas cidades (Entrevistado PRH) - está atrelada as pessoas que vivem nas cidades (Entrevistado PRJ) - a nova fronteira de oportunidade de desenvolvimento da cidade de um modo abrangente que envolve qualidade de vida, geração de renda, ajuda na construção da identidade; diferencia o território em relação aos demais territórios (Entrevistado PRK) - oportunidade de revitalizar a cidade resgatando o patrimônio material e imaterial; criação de territórios criativos (Entrevistado PRL) - inovadora e inteligente; soluções tecnológicas; tecnologia aplicada a integração de vários processos urbanos; inteligência aplicada às cidades; cidade para as pessoas (Entrevistado PRM)

Elaboração própria.

Quadro 31 - Visão entrevistados relações federativas multiníveis

Âmbito	Pergunta	Resposta
Governo Federal	Quais as contribuições?	- Contribuição conceitual, desde 2008, quando o MinC trouxe o assunto para a pauta; convênio Criativa Birô e os Observatórios da Economia Criativa (Entrevistado RSA) - Recursos financeiros; viabilização de cluster (Entrevistado RSB) - É um parceiro em potencial, embora existam discrepâncias na destinação de verbas que são concentradas na região sudeste; criação do Sistema Nacional da Cultura que inclusive vai contribuir para a descentralização das verbas federais da cultura entre os estados brasileiros (Entrevistado RSC) - Plano Brasil Criativo; BNDES quando criou a Diretoria de Economia da Cultura (Entrevistado RSD) - Apoio institucional (Entrevistado RSE) - Oficialização do Plano Brasil Criativo (Entrevistado RSF) - Colocar a dimensão econômica da cultura; convênios com os estados (Entrevistado PRH) - Marco regulatório para o país (Entrevistado PRJ) - Legislação; recursos financeiros; planos estratégicos nacionais (Entrevistado PRK) - Plano Brasil Criativo e a fundamentação teórica; criação do Sistema Nacional de Cultura (Entrevistado PRL) - Isenção de impostos; programas de fomento com o Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, ou linhas especiais junto ao BNDES (Entrevistado PRM)
	Qual se nível de importância?	- É um agente que pode fortalecer a economia criativa no Brasil (Entrevistado RSB) - Fornece diretrizes gerais para o desenvolvimento de políticas (Entrevistado RSD) - A participação do governo federal é estratégica no processo; o governo brasileiro tem ações estratégicas para a integração regional e a cooperação internacional; o Ministério das Relações Exteriores detecta a proximidade de Porto Alegre com o Mercosul, como um canal de fomento muito interessante; espera-se que haja aporte de recursos (Entrevistado RSE) - Detém uma grande parcela da possibilidade de financiamento de projetos. Podem devolver valores que arrecadaram no município para financiar projetos locais (Entrevistado RSF) - Viabilizar projetos, embora seja um tema novo, os incentivos podem fortalecer a indústria criativa (Entrevistado RSG) - É o ator que determina a política para a área da cultura e da economia criativa (Entrevistado PRH) - Tem um papel de mostrar o país lá fora (Entrevistado PRJ) - Processo que vem sendo feito para o esclarecimento e entendimento do tema; o que está no PPA tem base no Plano Nacional de Cultura e do Plano Brasil Criativo (Entrevistado PRL) - É o elo mais importante, pois detém a maior parte dos recursos; a desarticulação dos entes federativos, no caso das cidades e o governo federal, não permite estabelecer um norte para as políticas (Entrevistado PRM)

	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	- O estado pode tomar as iniciativas, mas é mais difícil, pois tem poucos recursos (Entrevistado RSA) - Buscar recursos internacionais (Entrevistado RSB) - Buscar recursos internacionais; já estão sendo realizadas parcerias internacionais importantes (Unasur) (Entrevistado RSC) - Neste caso cada cidade teria que buscar soluções por conta própria; seria mais trabalhoso (Entrevistado RSD) - Não há alternativas; o governo federal tem que participar, caso contrário, serão desenvolvidas estratégias apenas no âmbito local (Entrevistado RSE) - Existem as possibilidades de apoio do estado, do próprio município e principalmente do exterior, tanto é que a principal referência de economia criativa nós buscamos na UNCTAD, com a Edna. Nossa primeira referência foi fora do Brasil (Entrevistado RSF) - É possível buscar outras alteratívas (Entrevistado RSG) - Demandar diretamente com o governo estadual (Entrevistado PRH) - A alternativa são os movimentos espontâneos que já acontecem nas cidades, podem se comunicar entre si (Entrevistado PRJ) - Fica uma lacuna (Entrevistado PRK) - Buscar parcerias com as redes de entidades e instituições para a realização de alguma ação efetiva (Entrevistado PRL) - Neste caso a sociedade civil, se ela for articulada, pode suprir em partes esta ausência (Entrevistado PRM)
Governo Estadual	Quais as contribuições?	- Teve uma postura mais prudente; a Diretoria da Cultura do Estado tem poucos recursos para desenvolver ações (Entrevistado RSD) - No campo do diálogo (Entrevistado RSE) - A construção do plano estadual para a economia criativa; a organização dos Arranjos Produtivos Locais (APLs) de Audiovisual e Games (Entrevistado RSF) - É um articulador; tem o papel de formação; pode ser um propagador da ideia (Entrevistado PRH) - Ainda é muito pequena, não é possível perceber (Entrevistado PRJ) - Recursos; incentivos fiscais; formação e capacitação; plano estratégico estadual (Entrevistado PRK) - Implantar o Criativa Birô; foi o Estado que trouxe o tema pela primeira vez (Entrevistado PRL) - Suprir o que o governo federal não conseguem atingir no sentido de isenção de impostos e fomento estadual para a economia criativa (Entrevistado PRM)

	Qual seu nível de importância?	- Estão abrindo editais na área da economia da cultura; a criação do fundo foi importante (Entrevistado RSD) - Também é estratégica, faz parte da cadeia; É necessária permear as esferas estaduais e federal para as ações; (Entrevistado RSE) - Viabilizando APLs; Articulação internacional no fomento de parcerias com países como a China, Finlândia, que é uma condição que só o governo estadual tem (Entrevistado RSF) - Consegue agregar as diversas iniciativas (Entrevistado PRH) - É importante pois a cidade está no estado e é referência no estado para o desenvolvimento de outras cidades no estado (Entrevistado PRJ) - É importante, fundamental, mas é menos importante que o governo federal, em termos de recursos e marcos regulatórios; Lei de Inovação e subvenção econômica, pois o município ainda não tem (Entrevistado PRK) - Tem facilidade de convênio com o governo federal e podem executar projetos no âmbito municipal (Entrevistado PRL) - O nível estadual tem um papel secundário; o nível federal ainda é mais importante (Entrevistado PRM)
	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	- Terão menos recursos (Entrevistado RSD) - Não é tão vital; quando a ação é entre países, o apoio do nível federal é mais importante; mesmo que o estado não participe é possível propor ações com a esfera federal e estamos na esfera das Mercocidades (Entrevistado RSE) - Sim, mas não soube informar quais seriam as alternativas (Entrevistado RSF) - Sim, mas não soube informar quais seriam as alternativas (Entrevistado RSG) - propor ações com o município (Entrevistado PRH) - As cidades e as instituições podem comunicar-se entre si e desenvolverem ações locais e regionais (Entrevistado PRJ) - Fragiliza a implementação das estratégias (Entrevistado PRK) - Possibilidades menores de pactuação com o governo federal, mas ainda assim é possível realizar; propor parcerias com a sociedade civil (Entrevistado PRL) - Propor ações diretamente com o governo federal, municípios e sociedade civil (Entrevistado PRM)

Governo Municipal	Quais as contribuições?	- Implantação do Polo de Economia Criativa; causa estranheza a ação não envolver a cultura, pois do modo com está sendo implantado pode ser que se estabeleça uma atuação muito funcional, pois é um risco ficar só no âmbito da inovação e da tecnologia; falta o objeto, a criatividade como insumo (Entrevistado RSA) - Revitalização das áreas urbanas, em parceria com os municípios; se os clusters forem implantados, a participação dos municípios será fundamental (Entrevistado RSB) - Não tem acontecido participação efetiva; ainda estão com ações culturais pontuais, por exemplo, ainda tratam como belas artes, a literatura, o cinema, editais para ocupar os teatros; ainda tratam a economia criativa no âmbito da cultura (Entrevistado RSC) - Coordena e faz um processo de facilitação (Entrevistado RSD) - Possibilidade de criar ações e diálogo transversais; o assunto não pertence a apenas uma secretaria (Entrevistado RSE) - Implantação do Polo de Economia Criativa, a criação do Comitê de Economia Criativa (Entrevistado RSF) - Apoio do Gabinete de Inovação (Inovapoa) para a implantação do Polo de Economia Criativa e das outras contribuições que podem acontecer (Entrevistado RSG) - É o principal agente da ação; a ação acontece na esfera municipal (Entrevistado PRH) - Regulamentação do setor criativo; os atores locais se comunicam e realizam ações em conjunto com o município; tem novas aberturas para as ações da economia criativa; tem vontade política; mas ainda existe o desafio na execução (Entrevistado PRJ) - É o articulador; cria incentivos; guarda a estratégia; realiza diagnósticos e levantamentos para a tomada de decisão (Entrevistado PRK) - Programa municipal incluindo ações no PPA; processo de formação para redes e grupos; (Entrevistado PRL) - Motivar os agentes públicos e políticos para que conheçam e promovam o tema; executar projetos e iniciativas no zoneamento, campanhas publicitárias, articulação em nível local (Entrevistado PRM)

	Qual seu nível de importância?	- Iniciativas e parcerias com as universidades, representando importantes projetos em implantação (Entrevistado RSA) - É um agente de mobilização (Entrevistado RSB) - Os municípios deverão compor as ações do *Film Comission* pois as produções de cinema irão acontecer no município e eles precisam entender que é um nicho econômico que requer um tratamento diferenciado e é uma área que só tende a crescer; assim como a área de games (Entrevistado RSC) - É fundamental, a economia criativa é de interesse do município (Entrevistado RSD) - É na cidade que as ações acontecem (Entrevistado RSF) - Deveria ser o principal ator, com incentivos fiscais; oferta de infraestrutura (Entrevistado PRH) - Se envolver mais com a mídia e com a sociedade; participar das ações que já acontecem na cidade (Entrevistado PRJ) - Coordena o grande lobby de interesses no setor criativo (Entrevistado PRK) - Tem o acesso direto com a sociedade; pode regulamentar e propor novos editais de fomento (Entrevistado PRL) - Está mais próximo dos agentes e empreendedores (Entrevistado PRM)
	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	- O Estado pode realizar determinada ação com grupos e pode propor ação diretas com os artistas e com os coletivos (Entrevistado RSA) - Pode mobilizar; é uma participação fundamental, por exemplo, com o plano diretor, com os projetos de revitalização; mas se não participar, terão que buscar outras alternativas (Entrevistado RSB) - Buscar outras instituições da sociedade civil, rede hoteleira, etc., ou outras instituições privadas (Entrevistado RSC) - Fica mais difícil, teria que haver a participação das universidades, seriam iniciativas isoladas (Entrevistado RSD) - Não há como viabilizar ações de forma isolada (Entrevistado RSE) - Somos os articuladores, se ele não participar é a sociedade civil deve realizar ações (Entrevistado RSF) - Seriam realizadas tentativas de apoio institucional e de apoio junto a iniciativa privada (Entrevistado RSG) - Realizar ações com a sociedade civil (Entrevistado PRH) - O não envolvimento esbarra na legislação; os movimentos espontâneos que realizam ações tem força e não esperam o poder público (Entrevistado PRJ) - Fragmenta as ações e programas; fragiliza a institucionalidade das propostas (Entrevistado PRK) - A sociedade civil irá realizar por conta própria (Entrevistado PRL) - Se não houver participação do poder público municipal é possível mobilizar os outros agentes no nível federal, por exemplo, mas o principal é a sociedade civil (Entrevistado PRM)

Sociedade Civil	Quais as contribuições?	- Formação de redes e coletivos (Entrevistado RSA) - São os grandes agentes que vão mobilizar e fazer com que a economia criativa seja um programa de estado e não de governo; (Entrevistado RSB) - Tem organização própria; são parceiros; podem produzir mão de obra qualificada (Entrevistado RSC) - As organizações demandam para o poder público; eles realizam iniciativas pontuais; eles dialogam e fazem parcerias com outras entidades e com o governo (Entrevistado RSD) - É o publico alvo estratégico da ação e é o campo de atuação desta iniciativa; a sociedade civil tem que participar da criação das políticas públicas, programas e ações; não se busca implementar políticas governamentais e sim políticas públicas; percebe-se que com o aumento da produção cultural em várias áreas, houve o esvaziamento das instituições de classe da área cultural; a sociedade civil precisa ocupar seu lugar (Entrevistado RSE) - Eles é que realizam ações, são os principais atores (Entrevistado RSF) - Interação do projeto com a comunidade local e da comunidade com o projeto (Entrevistado RSG) - Cria as demandas, as prioridades e avalia o processo; quem avalia é quem vivencia o processo (Entrevistado PRH) - influenciam fortemente no meio criativo; força do Sebrae e Fecomércio para o apoio e fomento do setor (Entrevistado PRJ) - Representam as entidades empresariais do segmento e dos criativos (Entrevistado PRK) - A sociedade civil faz a inclusão, mesmo que esta ação seja um papel do estado, ela não espera e faz a ação (Entrevistado PRL) - Tem o papel de realizar a principal ação; o governo pode apoiar, mas que tem que ter iniciativa é a sociedade (Entrevistado PRM)
	Qual seu nível de importância?	- Eles são os realizadores das ações; o poder público viabiliza; o papel das universidades tem sido importante ao criarem novos cursos (Entrevistado RSA) - Contribuem na elaboração das politicas e dos planos de ação; isso se dá a partir da participação deles (Entrevistado RSB) - Reconhecer e participar de ações que contribuam para o fortalecimento da concepção do conceito da indústria criativa; (Entrevistado RSC) - A sociedade civil é o fim; representa a finalidade do campo de atuação do poder público (Entrevistado RSE) - São fundamentais no processo (Entrevistado RSF) - Interação social que é característica da economia criativa (Entrevistado RSG) - É o principal ator (Entrevistado PRH) - Deve haver a confluência da sociedade civil organizada, os empreendedores, empresas, universidades e setor público; universidades estão muito ausentes do processo e tem muito a contribuir no processo (Entrevistado PRJ) - São essenciais, é o ator mais importante do processo (Entrevistado PRK) - Demandar para o poder público (Entrevistado PRL) - É o ator mais importante (Entrevistado PRM)

	Se este ator não contribuir, existem outras alternativas?	- Não acontecem as ações (Entrevistado RSA) - Perde o sentido; eles são o objeto da politica pública; tudo o que é feito é para a sociedade civil (Entrevistado RSB) - Tem que participar; o estado não pode substituir a sociedade civil; por um curto período de tempo o estado pode até suprir a ausência da sociedade civil, mas não é função do estado (Entrevistado RSC) - Se eles não participarem não existe outra alternativa; não existe a economia só com o governo (Entrevistado RSD) - Não há razão de existir esta iniciativa no campo da economia criativa (Entrevistado RSE) - Não há outra alternativa, é a sociedade civil que realiza as ações (Entrevistado RSF) - É um projeto pensado para a sociedade civil, se ela não participar o projeto não existe (Entrevistado RSG) - O processo não existe (Entrevistado PRH) - Se não houver a participação é um cenário difícil; eles são os principais mobilizadores (Entrevistado PRJ) - Não tem alternativas sem a participação da sociedade civil (Entrevistado PRK) - Se a sociedade civil não reage e não participa, pode-se concluir que não é o momento de viabilizar determinado projeto; há um momento histórico para realizar determinada ação; o poder público media os processos e quando a sociedade civil não reage é porque não chegou o momento de propor a ação e então e necessário aguardar (Entrevistado PRL) - Sem a sociedade não há reivindicação dos setores; e não havendo a reivindicação não há demanda, e sem demanda o estado não consegue formar a agenda prioritária (Entrevistado PRM)

Elaboração própria

Quadro 32 - Visão dos entrevistados sobre o significado de Cidade Criativa

Questão	Respostas
Cidade Criativa (O que é? Pode ser construída ou desenvolvida? Como você vê sua cidade frente aos ideais de Cidade Criativa?)	Porto Alegre vive um momento triste, o cerne da criatividade em Porto Alegre está morrendo, pois a sociedade é conservadora, indo na contramão da economia criativa que prevê a colaboração o uso comum e compartilhado dos espaços públicos (Entrevistado RSA). Tem a ver com cidades inteligentes que conectam tecnologia e economia criativa e as pessoas que tem o potencial de cocriarem e assim formarem uma cidade criativa; mas tem que ter espaço para que pessoas participem ativamente do processo; tem vários aspectos na cidade criativa, cultura, inovação, tecnologia; mas para que isso aconteça deve haver estratégias e metodologias que irão proporcionar diálogo entre o poder publico e as pessoas; e com certeza existe espaço para todos participarem (Entrevistado RSB). A criação de clusters podem revitalizar bairros, traz humanização, autoestima da população, embelezamento da cidade tornando a cidade visível; desta forma a criatividade poderá atingir outras áreas da cidade e das empresas que ali estão, pois vai influenciar a sociedade local (Entrevistado RSC). É um conceito interessante, tem mais a ver com cultura do que com economia criativa, sobre o uso do espaço urbano, da paisagem, está em pauta no Brasil. As discussões estão acontecendo, é um tema latente (Entrevistado RSD). Se o conceito de economia criativa está em construção, o conceito de cidade criativa é ainda mais indefinido e pode ser mais utilizado como propaganda. A relação da criatividade com a cidade tem mais a ver com a vocação do seu povo e a capacidade desse povo tomar posse do entorno urbano, desta forma se identificam e apreendem os meios e o entorno urbano e conseguem revelar a diversidade das suas expressões. Porto Alegre tem esta vocação, foi aqui que se fez a resistência a ditadura, tem uma tradição de participação popular (Entrevistado RSE). As cidades, os gestores precisam conhecer para dar valor, pois ela é um fator chave para o desenvolvimento e inclusão. Ela é totalmente construída, independente de quem irá construir, não depende de fatos, ela acontece, há o movimento o tempo todo, é dinâmica e tem adesão para mudar o tempo todo. Porto Alegre tem este histórico de participação social (Entrevistado RSF). A cidade criativa é uma mistura de todos os pontos, ativos criativos e gestores públicos, agindo em conjunto gerando os novos modelos de negócios com a interação com a comunidade. Uma das formas de desenvolver os espaços criativos é por exemplo, quando ocorrem momentos como o do evento do fórum, onde houveram vários painéis e um momento onde todos podem discutir os pontos coletivamente e buscar solução com a visão de todos. Em Porto Alegre tem várias iniciativas, as pessoas estão se mobilizando (Entrevistado RSG). Não é algo que pode ser imposto de cima para baixo, deve ser algo endógeno, já existem movimentos e condições para que a economia criativa se desenvolva, cabe ao poder público reforçar estes movimentos, deve dar condições para que eles se desenvolvam ainda mais, a cidade já se molda criativamente (Entrevistado PRH). É aquela que aposta nos seus talentos e vocações. Atrair turismo e negócios, torna a cidade criativa. Curitiba tem vocação para a criatividade, é bem preparada e pode sair na frente (Entrevistado PRJ). A cidade criativa é uma construção, não dá para saber do que se trata (Entrevistado PRK). A cidade criativa é construída a partir do território, ali está a identidade da cidade, o poder público pode recuperação étnica, revitalizar territórios e devolver para a população. É necessário fortalecer a articulação local a partir do sujeito (Entrevistado PRL). A cidade criativa pode ser construída a partir do plano diretor que vai delimitar o espaço, possibilitando o uso de espaços públicos

	desocupados, principalmente na região central, cedendo, por exemplo, para a iniciativa privada como os escritórios *coworking*, ou abrir espaço para instalar uma incubadora de uma universidade, ocupando de forma integrada para os profissionais da economia criativa. A infraestrutura da cidade também deve ser preparada para isso e desta forma melhora a identidade da cidade inclusive abrindo potencialidades para atrais novas empresas (Entrevistado PRM).
Seria viável uma política de fomento para a economia criativa que fosse aplicado no desenvolvimento de cidades criativas? (Quais as perspectivas futuras? Existem resultados ou projetos implantados? Qual a capacidade do poder público e até onde vão suas responsabilidades? Há viabilidade na construção de políticas públicas permanentes? Há algum conflito com a área da	Sim, é viável construir uma cidade criativa. O desenvolvimento pode ser induzido para a perspectiva da economia criativa em bairros e regiões. O poder público é o indutor, sempre em conjunto com as demais esferas (federal, estadual e municipal). Sim, é possível construir politicas públicas permanentes, já tem algo iniciado com a SCIT, ADGI, por exemplo o APL do audiovisual. Tudo tem que ser voltado para as pessoas estarem na rua, usufruírem da cidade. Não há conflito com a mercantilização da cultura, é um mito, sempre haverão iniciativas culturais mais voltadas para o mercado, mas o poder público tem condições de ampliar a abertura e desenvolver economia da cultura com renovação nas linguagens, na estética, preservando o que é simbólico na cultura (Entrevistado RSA). Sim, construir uma política permanente é viável. Creio que já acontece, mas são necessárias novas aberturas com o governo para que ele aprenda a escutar a sociedade; O que tem acontecido no Rio Grande do Sul já demonstra que falamos de outra economia, destaco a importância de comunicar o que tem sido feito, mesmo que seja uma iniciativa pequena, tem sido importante comunicar essa ação; o projeto Vila Flores é uma experiência que acontece; as responsabilidades do poder público, são de articulação e apoio para que as ações avanços; sempre há o risco de mercantilização da cultura, seja pelos interesses e as várias interpretações, mas o que acontece no comitê misto, todos sabem que é voltado para a geração de negócios, então cada membro que participa tem clareza do seu papel e de suas contribuições (Entrevistado RSB). Sim, a consolidação de politicas de fomento da economia criativa podem gerar o desenvolvimento, pois vão gerar índices, vão atingir outras áreas econômicas, que por atraem novos investimentos, por exemplo, um banco poderá passar a financiar uma peça de teatro, pois irá acreditar na ação criativa; a capacidade do poder público está atrelada ao quanto ele passa a dar abertura para a sociedade civil participar ativamente e influenciar nas decisões; a permanência dependerá da teia social, as politicas públicas devem se alterar de acordo com os contextos e os estágios de desenvolvimento, não é possível engessar uma dinâmica social em função de que não podemos alterar determinada política pública; deve ocorrer o inverso, uma política pública deve ser alterada em função de uma nova dinâmica da sociedade; as politicas públicas devem ser alteradas a partir do diálogo entre governo e sociedade; Por exemplo, na *Film Comission* o modelo de governança que está sendo construído é para que haja espaço entre sociedade civil e governo, dialogando e construindo ações conjuntas (Entrevistado RSC). Acordo com vários atores, mesmo que tenham interesses antagônicos, uma das coisas para serem feitas, é criar ambiente para que acordos possam ser feitos entre poder público e a sociedade. Exemplo disso, são as negociações que vem acontecendo na cidade baixa, um novo espaço boêmio na cidade, onde foi criada associação dos músicos que busca diálogo com a associação dos moradores para entrarem em acordo sobre o uso daquele espaço, pois os músicos tem interesse em desenvolver sua atividade econômica e os moradores não tem aceitado. Há conflitos no tema da mercantilização da cultura, o que tem viés econômico e o que tem importância econômica (Entrevistado RSD). É viável numa perspectiva de longo prazo. Exemplos do que já está acontecendo é a revitalização do cais do porto, a orla próxima do gasômetro, essas obras vão ser importantes pois, tem algo que considero importante neste projeto que é de certa forma devolver o rio para a cidade, entorno urbano tem a ver com as relações do cidadão com a cidade e o rio é da cidade, precisa voltar a se relacionar

cultura? (Risco de mercantilização, etc.)	com o rio. Essas relações dependem da evolução da maturidade da comunidade, seja poder público, empresariado e sociedade civil, pois projetos maiores não são feitos em curto espaço de tempo e sim deve haver esforço permanente para qualificar a sociedade para possa ser dada continuidade nos processos. A economia criativa pode ser um vetor para uma cidade melhor e criativa, a cidade tem que ser para todos. Quanto a responsabilidade do poder público ele tem muita responsabilidade, agora a capacidade, é limitada em função dos recursos, falta reforma politica, precisamos de um setor governamental mais ágil e mais transparente, mas um projeto neste âmbito da economia criativa não pode ser feita só com o governo, tem que envolver todos os setores. É um processo viável, mas cada um tem responsabilidades no processo. Não há conflito com a cultura no sentido de mercantilização. Ao pensarmos a cidade é necessário tomar cuidado para não usar o titulo cidade criativa como propaganda e atrair, por exemplo, especulação imobiliária, isso prejudica a cidade (Entrevistado RSE). Sim é viável, a autonomia que as pessoas têm para criarem faz com que reinventem o espaço o tempo todo e com isto o desenvolvimento acontece. O poder público tem a responsabilidade na formação das pessoas, o empreendedorismo deve ser aprendido na escola. Construir politicas públicas permanentes por meio da educação (Entrevistado RSF). Sim, é viável a construção de politicas públicas mas é um caminho longo. As pessoas ainda não percebem essas novidades. Talvez tenha conflito com a mercantilização da cultura em algumas instâncias (Entrevistado RSG). Sim é viável, tem cidades que já desenvolvem ações dinâmicas vinculadas a economia criativa, por exemplo, Maripá, que desenvolveu a festa da Orquídea e uma linha de artesanatos a partir de escama de peixe, entre ouras ações que fizeram com que houvesse melhora no IDH do município. O poder público deve propiciar o desenvolvimento, dar condições para a sociedade de desenvolver, deve haver respeito pelos movimentos endógenos. Sim é possível e já estão acontecendo movimentos para a construção de políticas públicas que se tornarão permanentes. Não há risco de mercantilizar a cultura (Entrevistado PRH). É viável, mas não é possível saber como pode ser executado, envolverá quantos atores. Tem perspectivas positivas para o futuro, mas ainda não é possível saber como isso acontecerá. O poder público tem capacidade, mas falta vontade. O poder público não precisa fazer ele tem que criar condições para que a sociedade faça. É viável construir políticas públicas permanentes, e deveria estar dentro de um plano de longo prazo, num plano do país. Não há conflito com a cultura e nem risco de mercantilização. No Brasil o setor cultural deve ter visão de negócios (Entrevistado PRJ). Sim é viável. Há alguns riscos neste processo, por exemplo, especulação imobiliária, se conseguir isolar os grupos de interesse é mais fácil de viabilizar. Ainda é cedo para saber se é possível construir a política pública. Existem vários conflitos no tema da mercantilização da cultura, pois temos o monopólio das antigas linguagens que não querem dar abertura para as novas linguagens, mas tem produtores culturais que entendem que a importância da profissionalização e também da importância de saírem da dependência do mecenato (Entrevistado PRL). Uma política permanente é possível de ser construída, mas aos poucos, não se faz em pouco tempo. O poder público não tem tanta capacidade por não ter tantos recursos para investimento, mas ele tem que estar muito articulado com a sociedade civil, caso contrário as coisas não acontecem. A construção de políticas públicas permanentes é viável e um exemplo é o plano diretor que passa por três mandatos, por isso utilizar esses instrumentos de longo prazo é importante. Além disso devem ser trabalhadas ações para que a população se aculture do tema enquanto o plano diretor vai sendo implementado. Não há risco na mercantilização da cultura (Entrevistado PRM).

A economia criativa veio para ficar? Ou é modismo? (De que forma os empreendedores, os artesãos, os artistas veem a economia criativa? E o cidadão, tem conhecimento do significado? É fácil levar a conhecimento da sociedade os pressupostos da economia criativa (a geração de valor a partir de elementos intangíveis)?	Não é modismo, veio para ficar. É um nome novo para algo antigo, isso já existia. O artesão e o artista, especialmente os mais conectados sabem das perspectivas, mas o pessoal de mais idade e que não está conectado não sabe o que é. O cidadão não tem conhecimento, é algo muito novo. Não é fácil levar ao conhecimento da sociedade em geral, pois eles tendem a serem mais materialistas; a imprensa e os meios de comunicação não valorizam o intangível, a reflexão não é estimulada, a escola também está defasada em relação a essa questão do intangível. (Entrevistado RSA) Não é modismo, já existia; vem para fortalecer todas as atividades ligadas a economia criativa que já e que já acontecia; o artista, artesão e empreendedores pertencem a segmentos diferentes que possuem maturidade distinta e neste sentido o papel do governo é construir estas plataformas que fortaleçam os segmentos, por exemplo, o que foi feito com a área de *games,* que não haviam políticas específicas e houve o apoio para a criação de associação, houveram ações de capacitação para gestão e também orientações sobre como acessar o mercado internacional; quem não está envolvido na área, o cidadão comum não entende o que é, poderiam haver campanhas de esclarecimento; é fácil de levar ao conhecimento, pois é possível explicar por meio dos produtos, por exemplo, que são criados a partir da economia criativa (Entrevistado RSB); Há o risco de que seja modismo; para isso é necessário construir políticas públicas que estabeleçam o relacionamento entre a teoria e a prática; os profissionais envolvidos com a área tem noção do conceito; já o cidadão comum, nem todos conhecem o termo quem está envolvido, conhece; vai ser fácil levar a conhecimento da sociedade o que é a economia criativa, pois ela é ruidosa, auditiva, perceptiva e ajudará a popularizar o termo e ajuda a dar visibilidade inclusive para outras áreas, por exemplo, o turismo (Entrevistado RSC). Considero que é uma incógnita, o tempo dirá do que se trata. Os músicos tem se mobilizado há dez anos para organizar a cadeia da indústria da música, isso ainda não foi atingido, e alguns começam a atrelar a economia criativa com a cadeia produtiva, mas só o discurso não levará a lugar algum, devem haver ações efetivas. Tem ações contrárias à economia criativa que está situado ao lado mais frágil da economia criativa, por exemplo, teatro e artesanato, estes artistas destas áreas tem receio de ser desvalorizados perante outras áreas que estão se destacando nestas discussões da economia criativa, e este que está do lado mais fraco se pergunta, mas o que eu estou gerando não tem importância? O cidadão em geral não sabe o que é economia criativa e não é fácil levar ao conhecimento da sociedade em geral, embora a economia esteja todos os dias nos jornais, não é um assunto que as pessoas se interessam (Entrevistado RSD). Não é modismo, cada vez mais a criatividade será importante; antes a criatividade vinha aplicado a alguma coisa e atualmente a criatividade serve para a gestão pública, para as empresas. Ainda não tem como saber como será em 20 ou 30 anos, mas veio pra ficar. Se as atividades econômicas tradicionais estão em crise, é da criatividade que virá a solução. O artista, o artesão e o comerciante, alguns têm a visão da economia criativa, é muito relativo, outros não sabem, ainda não conseguiram se apropriar do tema. Entre os artista é mais fácil de entenderem. O cidadão comum não se inspira em temas, por exemplo, de politicas públicas, demora um pouco para eles perceberem o assunto. A sociedade não entende a geração e valor a partir do intangível, são processos novos para a maioria da população (Entrevistado RSE). Sempre existiu, o que se faz agora é reconhecer este processo e está causando transformação. O artista, o artesão tem medo, pois o país vive uma instabilidade econômica, pois ele arrisca empreender e o dólar sobe e quem assume o prejuízo? O cidadão em geral não sabe o que é a economia criativa, mas ele usufrui da economia criativa. Não é fácil levar a conhecimento da sociedade o valor

	gerado a partir do intangível, mas, sim é possível (Entrevistado RSF). Não é modismo, pode ser um modelo de transformação e a economia criativa não é um modelo fechado, isso pode ser transformado. O artista, artesão, o cidadão comum não entendem o tema. E não é fácil as pessoas entenderem o valor do intangível e a interação (Entrevistado RSG). Corre o risco de ficar no modismo. Uma parcela pequena de empreendedores, artistas, artesãos começam a perceber a importância e como usar a economia criativa nos seus negócios. O tripé sustentabilidade, inclusão e cultura, que consta no plano nacional é a chave para a sustentação do desenvolvimento. É importante desenvolver todos esses eixos. O cidadão comum e a sociedade em geral não tem conhecimento do que é o tema, a mídia poderia e tem o poder de ajudar a disseminar o conceito. As pessoas mais escolarizados valorizam as criações (Entrevistado PRH). Existe o risco de modismo, mas o risco é para algumas cidades ou regiões do país, mas como ela está intrinsicamente ligada ao desenvolvimento local, e assim a economia local deve ser bem pensada. A economia criativa é algo que veio para ficar e é algo que ficará em constante transformação, pois existem coisas que acontecerão daqui a vinte anos, que ainda não imaginamos, e que estarão atreladas a economia criativa. Dos artistas, artesão e comerciantes ainda não entendem o que é isso, faltam comunicar para eles do que se trata. O cidadão comum e a sociedade em geral não conhecem o que é mas vai ter contato com o tema em algum momento. É difícil para eles pensarem sobre a geração de valor a partir do intangível, é necessário mudar o modo mental para demonstrar a importância do tema (Entrevistado PRJ). Não é modismo, quem souber utilizar isso com estratégias inteligentes vão se sair bem. É possível comunicar, tem instrumentos para informar a sociedade. Outro fator importante é o nível de educação da população, pois é a partir disso que as pessoas tomam as decisões de compra e valorizam o produto ou serviço intangível (Entrevistado PRK). O que veio para ficar é o processo de compartilhamento. Mas que forma isso irá tomar, ainda não sabemos para onde vai, isso deve avançar, os agentes locais é que vão passar a escolher o que e como fazer. Poderia haver avanço para formatar uma cidade criativa além da forma, mas sim permitir que as pessoas se apoderem da cidade, esse pode ser um reflexo e uma consequência da cidade criativa. Com o projeto Sou Curitiba, percebemos que o artesão e o artista já entende a importância de se prepara melhor e colocar sua criação, seu produto, no mercado, ele tem um diferencial. Não é fácil levar o tema para a sociedade em geral, mas quem entende aceita o valor do intangível (Entrevistado PRL). Não é modismo, as cidades não sobrevivem sem inovação, a cidade tem que se reinventar, pois o espaço urbano não pode mais ser ampliada. A cidade tem que estar atenta a esses movimentos, caso contrário começam os movimentos onde se perde qualidade de vida e na sequencia, perde oportunidade de negócios e com isso a cidade tem sua economia impactada. É uma pouco percebido, mas já estão atentas. Os profissionais ligados a economia criativa, artesão, artista e o comerciante podem não ver a economia criativa, mas com certeza eles devem estar atentos a tecnologia. Cada um deles tem sua importância na economia da cidade, mas ele deve se modernizar. A maioria dos cidadãos não conhece o tema, mas apoiam. É fácil levar o conhecimento, desde que não teorize demais, a explicação deve ser de modo mais prático citando exemplos, deve haver uma boa comunicação para isso (Entrevistado PRM).

APÊNDICE III - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

1. Como e de quem surgiu a iniciativa para implantar ações no campo da economia criativa em ... ?
   a. Você poderia indicar quando isso ocorreu (mês, ano)?
   b. Quem iniciou, quem participou desse momento? Quem ganhou destaque?

2. De que forma ocorreu a mobilização inicial?
   a. Qual foi a ideia inicial? Ocorreu em função da importância da própria economia criativa como política pública ou como objeto de empreendedorismo individual?
   b. Como a ideia se desenvolveu no tempo?
   c. Houve alguma alteração do projeto atual para a ideia inicial?
   d. Quais foram as principais virtudes e problemas do processo que levou a política de fomento da economia criativa ao estágio atual?
3. O que motivou a adoção de uma ideia pelos diferentes atores (sociedade civil, poder público)?
   a. Possibilidades de obtenção de recursos do governo estadual ou federal?
   b. Necessidade de buscar alternativas para o desenvolvimento local?
4. Nesse processo evolutivo, alguma ideia foi descartada? Houve definição clara do conteúdo da política de fomento à economia criativa? Houve convergência para alguma alternativa?
5. Que tipo de ação tem sido priorizada?
   a. Poder público.
   b. Sociedade civil.
6. Qual instituição ou órgão gestor tem papel de maior relevância para a implementação da proposta em XXX? (Investigar quais são os atores governamentais, não governamentais, qual o vínculo institucional)
   a. Seria possível listá-los?
   b. Quais foram os momentos mais críticos no processo de implementação da política? Houve algum que pudesse tornar inviável a adoção ou continuidade?
7. Quais as secretarias ou instituições envolvidas na implantação? Em que momento cada uma assumiu papel de liderança no processo?
8. Na atualidade, há alguma proposta em conjunto com outro nível governamental (esfera estadual ou federal)?
   a. Em caso positivo, qual?
9. De que forma esta implantação vem acontecendo?
   a. Como estão sendo definidas responsabilidades?
   b. Como pessoas e instituições têm se posicionado quanto às responsabilidades que assumem?
   c. O que pessoas e instituições buscam com a economia criativa?
10. Na sua opinião, quais foram os fatores políticos favoráveis para a aceitação do tema economia criativa?
    a. Atendimento de exigências da sociedade local?
    b. Possibilidade de obter recursos externos?
11. Qual a importância do governo federal, estadual e municipal neste processo

	Quais contribuições	**Importância**	**Se não tivesse participado, quais seriam as alternativas?**
Federal			
Estadual			
Municipal			
Organizações da sociedade civil			

12. Nas instituições, quem são os técnicos ou gestores que conduzem ou conduziram o processo?

13. Na sua opinião, como a política de fomento à economia criativa ganhou força?

14. Para você, o que é economia criativa, sob as seguintes perspectivas:

Tecnologia	
Inovação	
Desenvolvimento	
Cultura	
Cidade	

15. E a cidade criativa?
    a. O que é?
    b. Como pode ser construída ou desenvolvida?
    c. Como você vê a sua cidade frente aos ideais de cidade criativa?

16. A política de fomento da economia criativa como base para desenvolvimento de cidades criativas é viável?
    a. Quais são as perspectivas futuras?
    b. Quais são os resultados concretos já perceptíveis?
    c. Qual a capacidade do poder público e até onde vão suas responsabilidades?
    d. Qual a viabilidade de se constituir em políticas pública permanente?
    e. Há conflitos com as áreas da cultura? (Mercantilização cultural, por exemplo)

17. A economia criativa e cidades criativas vieram para ficar ou é mais um “modismo” (como outros que já surgiram e desapareceram)?
    a. Como o comerciante, artista, artesão veem a economia criativa?
    b. Qual é a visão do cidadão? Tem conhecimento do significado de economia criativa?
    c. É fácil levar a conhecimento da sociedade os pressupostos da economia criativa (geração de valor a partir de elementos intangíveis)?