

# Gustavo da Silva Diniz<sup>1</sup>

## Auro Aparecido Mendes<sup>2</sup>

Economia da cultura e economia criativa:  
análise dos conceitos e contribuição aos estudos  
territoriais

*Cultural economy and creative economy:  
analysis of concepts and contribution to territorial  
studies*

### Resumo

As relações entre território, criatividade, economia e cultura são múltiplas. As dinâmicas econômicas e territoriais contemporâneas são cada vez mais influenciadas por elementos intangíveis e exigem a construção e o estudo de conceitos que apreendam estes novos nexos territoriais e econômicos. Nesta perspectiva, o presente artigo analisa os conceitos de Economia da Cultura e Economia Criativa, com vistas à contribuir com os estudos territoriais. O artigo analisa as relações históricas entre economia e criatividade, afirmando que a referida relação é anterior a formulação dos conceitos de Economia da Cultura e Economia Criativa e que não se restringe as atividades e processos englobados pelos conceitos citados. Na análise dos conceitos de Economia da Cultura e Economia Criativa, são examinados os estudos seminais e os traços característicos destes campos, bem como são identificadas as principais abordagens e contextos de uso dos conceitos e a crescente relevância destes dentro da economia contemporânea e nas estratégias de desenvolvimento territorial. Dentro do contexto de análise dos referidos conceitos, examina-se também formulações sobre a Classe Criativa, identificando-se diferentes abordagens teóricas a relacionar os temas trabalho e criatividade. Desta forma, busca-se contribuir e oferecer subsídios para os estudos das relações entre território, criatividade, economia e cultura.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Territorial; Geografia Econômica Cultural; Atividades Criativas.

### Abstract

*The relations between territory, creativity, economy and culture are multiple. The contemporary economic and territorial dynamics are increasingly influenced by intangible elements and require construction and the study of concepts to apprehend these new territorial and economic nexus. In this perspective, the present article analyzes the concepts of Cultural Economy and Creative Economy, to contribute to the territorial studies. The article analyzes the historical relations between economy and creativity, affirming that this relation precedes the formulation of the concepts of Cultural Economy and Creative Economy and is not restricted to the activities and processes covered by the concepts. In the analysis of the concepts of Cultural Economy and Creative Economy, the seminal studies and characteristic traits of these fields are examined, as well as the main approaches and contexts of use of the concepts and increasing relevance of these within the contemporary economy and territorial development strategies. Within the context of the analysis of these concepts, it is also examined formulations about the Creative Class, identifying different theoretical approaches to relate the themes of work and creativity. In this way, the present work aims to contribute and offer subsidies for the studies of the relationship between territory, creativity, economy and culture.*

**Keywords:** Territorial Development; Cultural Economic Geography; Creative Activities.

---

1 Mestre em Geografia pela UNESP/Rio Claro. Especialista em Educação pela Universidade de São Paulo - USP. Membro do Laboratório de Estudos Territoriais - LAET - IGCE - UNESP Rio Claro -, Bolsista CAPES e Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Geografia. UNESP/Rio Claro. E-mail diniz@rc.unesp.br

2 Professor Adjunto do Departamento de Geografia da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - Campus Rio Claro. Livre-Docente no Departamento de Geografia - UNESP (Rio Claro). Pós-Doutorado em Geografia junto ao Departamento de Geografia - Universidade de Lisboa (Portugal) e Departamento de Geografia - Universidad de Salamanca (Espanha). Coordena o Laboratório de Estudos Territoriais (LAET)-Departamento de Geografia-IGCE-UNESP-Rio Claro. E-mail: auromendes@uol.com.br

## 1 INTRODUÇÃO

**A**s dinâmicas territoriais e econômicas contemporâneas são crescentemente influenciadas por elementos intangíveis tais como a cultura, o conhecimento e a criatividade. O estudo das referidas dinâmicas exigem, cada vez mais, construções teóricas e conceituais que apreendam o papel de variáveis imateriais para o desenvolvimento territorial.

O presente artigo analisa dois conceitos que trazem a dimensão intangível para o centro dos estudos territoriais e econômicos - Economia da Cultura e Economia Criativa - com vistas à contribuir com os estudos territoriais.

Em um primeiro momento são analisadas as relações entre economia e criatividade. Afirma-se que tais relações são anteriores a construção dos conceitos de Economia da Cultura e Economia Criativa e que não se às atividades e processos englobados pelos conceitos.

Em um segundo momento realiza-se a análise do conceito de Economia da Cultura, formulação teórica que antecede a formulação dos estudos da Economia Criativa e que aporta relevantes contribuições para o entendimento das relações entre as atividades criativas e culturais com as dinâmicas econômicas e territoriais.

A análise do conceito de Economia da Cultura inicia-se com a identificação dos estudos seminais para a formação do conceito. São pontuadas, também, contribuições esparsas e menos sistematizadas de importantes autores dentro da história do pensamento científico e econômico.

O artigo também apresenta uma sistematização de diferentes abordagens para o uso do conceito de Economia da Cultura, bem como relevantes características das atividades englobadas pelo conceito, tais como sua crescente importância dentro do comércio internacional e seu elevado poder simbólico e de transmissão de valores, com grandes cargas identitárias e territoriais.

São identificadas diferentes dinâmicas de atuação de grandes e pequenas empresas no setor e os esforços para a construção de dados e indicadores nacionais e internacionais que possam auxiliar as pesquisas vinculadas ao conceito de Economia da Cultura.

Em um terceiro momento analisa-se o conceito de Economia Criativa. São identificados os estudos seminais para a formação do conceito, verificando-se que estes se encontram em contextos de estratégias nacionais de desenvolvimento de seus territórios.

Posteriormente, são analisadas e sistematizadas as atividades e traços característicos relacionados à Economia Criativa, verificando-se a importância dos intangíveis culturais, tecnologias digitais, do conhecimento e das atividades criativas para a economia contemporânea.

No contexto de análise da Economia Criativa, o conceito de Classe Criativa também é examinado no presente trabalho, verificando-se diferentes abordagens teóricas e metodológicas a relacionar os temas trabalho e criatividade, as quais contribuem para um entendimento ampliado das relações entre território, criatividade, economia e cultura.

Por fim, são reconhecidos o crescimento e dinamismo das atividades criativas dentro da economia internacional, bem como os esforços de sistematização, produção e disponibilização de indicadores e dados nacionais e internacionais sobre a Economia Criativa.

## 2 ECONOMIA E CRIATIVIDADE

**A** interligação entre criatividade e economia não é nova. Analisando-se a dinâmica histórica e geográfica das estruturas, fluxos e atores econômicos, pode-se afirmar que a atividade econômica está inteiramente ligada à criatividade.

Autores como Romer (1990) e Mokyr (1990) corroboram tal afirmação e analisam a história desta ciência como uma sucessão de novos meios de utilização da criatividade humana para fins de produção, consumo, distribuição e trocas.

Mesmo em tempos pré-industriais a relação entre criatividade e economia se faz presente. Já na criação das técnicas de cultivo e agricultura é possível verificar uma acumulação e geração de excedentes que, conforme Furtado (1978), desperta um novo horizonte de desafios para a inventividade humana, possibilitando criações como a cidade e a escrita.

Também nos primórdios do capitalismo industrial, tal como analisado por Marx (1998) em 1848, apreende-se a necessidade que o sistema capitalista tem de criar e revolucionar incessantemente os meios de produção, produzindo uma série de transformações nas relações sociais de produção e trabalho.

A dimensão criativa da economia fica evidente na interpretação do sistema econômico capitalista realizada por Schumpeter (1984). Para o economista austríaco, o impulso fundamental deste sistema é a 'destruição criativa', uma revolução incessante de suas estruturas econômicas que cria novas formas de organização, mercados, bens de consumo e métodos de produção:

O impulso fundamental que inicia e mantém o movimento da máquina capitalista decorre dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados, das novas formas de organização industrial que a empresa capitalista cria. (SCHUMPETER, 1984, p.112).

Com o enfoque na economia contemporânea, pode-se ainda mais claramente explicitar os nexos entre economia e criatividade, pois a criação científica torna-se um fator de produção. Conforme pontua Haddad (1998, p.27): "não há uma única corporação importante no mundo que não conte com uma pequena ou grande legião de pesquisadores, cientistas, engenheiros e consultores".

A aceleração dos processos de 'destruição criativa' e o advento da ciência como um fator de produção, estabelecem as bases para que autores como Florida (2011) cunhem expressões como 'Era Criativa' para caracterizar a época atual, de valorização de aspectos intangíveis e de centralidade da criatividade nos ciclos econômicos e em nossas vidas e territórios.

Diante da centralidade da ciência, da criatividade e da cultura em nossa época,

se faz necessário, cada vez mais, o estudo da relação entre as dinâmicas econômicas, criativas, culturais e territoriais, e a construção e uso de aparatos conceituais e metodológicos que possibilitem o estudo destas novas variáveis.

Neste sentido, no presente artigo são selecionados para análise os conceitos de 'Economia da Cultura' e 'Economia Criativa'.

### 3 ECONOMIA DA CULTURA

O conceito de 'Economia da Cultura' tem como referência seminal o trabalho de Baumol e Bowen (1966) denominado 'Performing arts: the economic dilemma', no qual os autores analisam o setor de teatros e apresentações ao vivo.

No referido estudo, Baumol e Bowen (1966) afirmam que os setores artísticos do teatro e das apresentações ao vivo possuem características particulares quando comparados com a economia geral, já que empregam o trabalho de modo intensivo e não poderiam se valer do uso intensivo da tecnologia para a geração de ganhos de produtividade, pontuando como exemplo que o número de músicos para executar uma sinfonia permanece constante, independente do nível de progresso tecnológico da sociedade, e deste modo devem ser subsidiados para se viabilizarem. (REIS, 2007)

O debate econômico mais sistemático sobre a cultura, bem como a formulação de conceitos para este campo de estudos, é recente. Tal fato se explica em grande parte pelas características destoantes da Economia da Cultura em relação às leis econômicas fundamentais criadas durante a história econômica e pelo entendimento de que as atividades artísticas e culturais não contribuiriam com o crescimento e desenvolvimento econômico das nações.

Não obstante a Economia da Cultura vincular-se a um recente campo de estudos, importantes autores do pensamento científico e econômico, tais como Adam Smith e David Ricardo entre os séculos XVIII e XIX (BENHAMOU, 2007), Karl Marx no século XIX (MARX, 2004) e Alfred Marshall no último quartel do século XIX (MARSHAL, 1891) elaboraram reflexões dispersas sobre o tema.

Analisando o contexto europeu do final do século XVIII e começo do século XIX, o entendimento de Adam Smith e de David Ricardo era de que as atividades artísticas e culturais não contribuiriam com a riqueza das nações e deveriam ser entendidas como trabalho não produtivo, se vinculando apenas ao lazer. (BENHAMOU, 2007; REIS, 2007).

O nível de progresso tecnológico e científico da época também contribuiu para o entendimento da cultura dissociado da produção econômica, como verifica-se na afirmação de Smith (1776 apud BENHAMOU, 2007, p.16), para o qual "a declamação do ator, o discurso do orador ou os acordes do músico, desaparece no mesmo instante em que é produzida".

Outro autor a realizar apontamentos sobre o tema é Karl Marx. Para Marx (2004), analisando a massa da produção capitalista do século XIX, as atividades relacionadas ao que hoje se entende por Economia da Cultura não se destacavam na produção econômica da época. Entretanto, considerava que tais atividades pode-

riam, em certas circunstâncias, serem consideradas atividades produtivas. De acordo com o autor:

Uma cantora que canta como um pássaro é uma trabalhadora improdutiva. Na medida em que vende o seu canto é uma assalariada ou uma comerciante. Porém, a mesma cantora contratada por um empresário que a põe a cantar para ganhar dinheiro, é uma trabalhadora produtiva, pois produz diretamente capital [...] embora possam ser explorados de maneira diretamente capitalista [os trabalhos que não se transformam em produtos separáveis dos trabalhadores], constituem grandezas insignificantes se os compararmos com a massa da produção capitalista. (MARX, 2004, p.115-116).

No entendimento de Marshall (1891), os bens culturais não se enquadrariam nas teorias econômicas convencionais, e suas características atípicas em relação aos modelos econômicos hegemônicos exibiriam grandes doses de incerteza e acaso em sua dinâmica:

É impossível avaliar objetos como os quadros dos mestres ou as moedas raras; eles são únicos em seu gênero, não tem iguais nem concorrentes; [...]. O preço de equilíbrio nas vendas [desses objetos] depende muitas vezes do acaso; no entanto, um espírito curioso poderia sentir algum prazer em empreender um estudo minucioso sobre o tema (MARSHALL, 1891, p.319).

Walter Benjamin e Theodor W. Adorno, cujas pesquisas contribuíram para a construção do conceito de indústria cultural e para a formação da Escola de Frankfurt, também podem ser elencados como autores que realizaram análises das atividades culturais e artísticas relacionadas aos processos econômicos e científicos de sua época.

Neste contexto, pode-se citar o trabalho 'A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica', escrito por Walter Benjamin, em 1935, no qual estuda os efeitos da reprodução técnica da obra de arte possibilitada pelos progressos industriais e científicos, que poderiam lhe retirar a autenticidade, afirmando a importância do lugar e das relações sociais para a compreensão da obra de arte e bens culturais. De acordo com Benjamin (1987):

Mesmo na reprodução mais perfeita, um elemento está ausente: o aqui e agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra. É nessa existência única, e somente nela, que se desdobra a história da obra. Essa história compreende não apenas as transformações que ela sofreu, com a passagem do tempo, em sua estrutura física, como as relações de propriedade em que ela ingressou (BENJAMIN, 1987, p.167).

No que concerne ao conceito de Indústria Cultural, Adorno (1978) argumenta que o conceito envolve a produção e reprodução de obras de arte para o consumo de massa, realizadas em estruturas de grande concentração econômica e administrativa, em um processo com o domínio da razão instrumental, em detrimento da emancipação humana. Para Adorno (1978):

Querer subestimar sua influência [da indústria cultural], por ceticismo com relação ao que ela transmite aos homens, seria prova de ingenuidade. [...] Levar a sério a proporção de seu papel incontestado, significa levá-la criticamente a sério, e não se curvar diante de seu monopólio (ADORNO, 1978, p.291).

As referidas contribuições são de grande importância, mas a estruturação do conceito de Economia da Cultura e a realização de abordagens mais sistematizadas sobre o conceito são recentes e acompanham a crescente participação das atividades culturais nas dinâmicas econômicas e sociais.

De acordo com os geógrafos Gibson e Kong (2005), atualmente o conceito de economia tem sido usado de diversas maneiras, mas dentre estas se destacam quatro principais abordagens: i. A abordagem setorial; ii. O mercado de trabalho e a organização da produção; iii. O Índice Criativo; vi. A convergência de formatos. (QUADRO 1)

DEFINIÇÕES DE ECONOMIA DA CULTURA (GIBSON e KONG, 2005)	
<i>i. A abordagem setorial</i>	Diz respeito à delimitação de setores da economia, os quais apresentariam relações com as atividades culturais, tais como aquelas concernentes ao domínio das artes, espetáculos, entretenimento, patrimônio e comunicação.
<i>ii. O mercado de trabalho e a organização da produção</i>	Propõe a consideração do regime pós-fordista de produção como uma característica da economia da cultura. Segundo os autores esta abordagem só auxilia parcialmente, já que o regime fordista de produção ainda se faz presente em alguns segmentos da economia da cultura.
<i>iii. O Índice Criativo</i>	Aponta-se que a criatividade é importante para todos os setores da atividade econômica, e que a economia da cultura impacta as economias regionais e urbanas em um escopo muito maior do que aqueles setores delimitados e categorizados como culturais. Para esta abordagem, os autores pontuam a preocupação da não utilização de um conceito reducionista de cultura e criatividade, em uma interpretação somente vinculada a índices numéricos.
<i>iv. A convergência de formatos</i>	A existência de uma 'plataforma digital comum' ocasionaria uma convergência de formatos para o consumo dos serviços e produtos criativos e culturais e seria uma característica da economia da cultura, possibilitada pelas novas formas de disseminação de informações, atendendo interesses das corporações de telecomunicações e das indústrias de informação, as quais também apresentam processos de fusão em grandes conglomerados de entretenimento e informação.

Quadro 1. Definições de Economia da Cultura.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Para Gibson e Kong (2005) as abordagens identificadas não são excludentes e podem se reforçar mutuamente na elaboração de uma agenda de pesquisa para o conceito de Economia da Cultura. Também de acordo com os autores, o que mais as pesquisas sobre o conceito necessitam agora é importância política e concepções críticas.

Para autores como Bem e Giacomini (2009), os bens e serviços culturais também possuem as seguintes características: podem se basear no uso de recursos como a criatividade, consumindo menos recursos naturais finitos; apresentam uso intensivo de inovações; impactam no desenvolvimento de novas tecnologias e geram produtos com grandes cargas simbólicas, podendo abarcar vínculos sociais e identidades territoriais.

Outra característica de destaque da Economia da Cultura é a de que os bens e serviços culturais, mesmo quando veiculado no mercado, se comportam em grande parte como bens coletivos. De acordo com Tolila (2007):

De fato, a maioria dos bens e serviços que classificamos sob a rubrica cultural se comporta sempre, no todo ou em parte, como bens não exclusivos e não rivais no consumo (...). Eu pago pelo cinema, o museu, o teatro, a ópera, etc., mas meu consumo não rivaliza com o dos outros (eu visito ou desfruto de um espetáculo junto com centenas de pessoas), eu pago para comprar um DVD ou um CD, mas posso escutá-los ou vê-los com amigos que, com frequência, aumentam, aliás, o benefício de prazer que eles me proporcionam (TOLILA, 2007, p.29-30).

Além das características destacadas, verifica-se um grande crescimento da Economia da Cultura no comércio internacional. De acordo com Tolila (2007):

A importância macroeconômica desses fluxos [de bens culturais] já é uma realidade tangível, massiva e mensurável nas contas nacionais. Ela explica, em grande parte, o nível dos desafios relacionados às negociações internacionais. Um exemplo: a partir de 1996, as vendas internacionais de produtos culturais (filmes, livros, músicas, programas de televisão e software) representaram o primeiro setor de exportação dos Estados Unidos, com um volume superior a 60 bilhões de dólares, claramente acima dos setores tradicionais de agricultura, automotivo, aeroespacial ou de defesa (TOLILA, 2007, p.37).

A crescente importância dos bens e fluxos culturais nas trocas internacionais também é verificada nas organizações multilaterais tais como a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Unesco, que iniciaram debates e estudos sobre o assunto.

Um relevante conceito forjado por estas instituições é o de "exceção cultural", no qual há o entendimento de que os bens e serviços culturais, por sua elevada carga identitária e poder de transmissão de valores, e influências nos modos de vida, não podem ser tratados de forma estritamente comercial e não devem ser tratados como qualquer outra mercadoria (REIS, 2007).

Desta forma, os países se utilizaram conscientemente do poder simbólico da Economia da Cultura na difusão de seus valores e modos de vida, como realizam atualmente os Estados Unidos. De acordo com Tolila (2007), 85% dos filmes difundidos em todo o mundo são produzidos em Hollywood e conforme pontua Reis (2007):

os Estados Unidos reconhecem o poder de transmissão simbólica ímpar que os produtos culturais possuem – poder este que vêm explorando acintosa e desenfreadamente desde ao menos a Segunda Guerra Mundial. Em 1946, os acordos de Blum-Byrnes liquidaram a dívida francesa para com os

Estados Unidos em troca da liberação da exibição de filmes estadunidenses nos cinemas franceses, salvo uma semana ao mês (REIS, 2007, p. 215).

Uma característica da Economia da Cultura nos tempos atuais é de que o comércio internacional de bens e serviços culturais são pesadamente unilaterais, com poucos produtores e muitos compradores.

Conforme pontua Furtado (2012, p.189): “Sob o impacto das novas tecnologias, nós chegamos a esse curioso fenômeno de sociedades que são essencialmente produtoras de cultura, e outras que são, fundamentalmente, consumidoras de cultura.”.

Tal situação influencia negativamente na criatividade e na difusão da cultura de uma nação, com consequências danosas à sua identidade cultural e em sua inserção na atual globalização econômica.

Para Scott (2002):

Falar de produtos culturais é falar de identidade, ideologia, poder, tanto quanto de lucros e fluxos monetários, desta maneira é imperativo criar uma regulação internacional que se atente que a produção de bens culturais não é a mesma coisa de produzir aço e partes de carros. (SCOTT, 2002, p.971).

Outro aspecto a ser considerado na economia da cultura é sua carga de incerteza, sujeita a oscilações de gostos e tendências. Tal característica é atenuada ou eliminada com um pesado investimento em marketing, publicidade e propaganda, no intuito de influenciar os padrões de comportamento relativos ao consumo cultural e controlar os circuitos de informação, tal como realizam grandes grupos econômicos e conglomerados de entretenimento e informação.

De acordo com Benhamou (2007), a Economia da Cultura é oligopolizada por grandes empresas, mas também existem atuações complementares de indivíduos, grupos e microempresas, tal como verificado por Scott (2002), em sua análise de Hollywood.

Enquanto as grandes empresas dominam os setores de produção e distribuição, pela necessidade de grande aporte de capital, os pequenos grupos e indivíduos estão mais vinculados ao setor de criação.

O campo de estudos da economia da cultura ainda não possui series históricas e bases de dados sistematizadas comparáveis aos setores mais tradicionais da economia. Não obstante, há uma crescente preocupação de governos e instituições internacionais, tais como a Unesco e Unctad, na mensuração e comparação dos bens, serviços, fluxos e índices culturais.

Outra organização a se preocupar com os impactos da Economia da Cultura é a Organização Internacional do Trabalho (OIT). De acordo com a OIT, bens e serviços culturais já possuem uma participação de 7% no PIB mundial, e seu crescimento anual projetado está em torno de 10% a 20%. (BRASIL, 2013)

No Brasil, destacam-se os estudos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2013). Em 2010 existiam aproximadamente 239.000 empresas (9,1% do total geral), ocupando 1,7 milhão de pessoas (6,3% do total geral) no setor cultural brasileiro.

Os serviços são destaque no setor cultural retratado e as empresas de menor porte são as que concentram a maior proporção de ocupados. A média salarial e nível de instrução do setor também estão acima da média geral nacional, e o consumo cultural foi responsável, em média, 5,0% dos gastos das famílias brasileiras. (IBGE, 2013).

#### 4 ECONOMIA CRIATIVA

**A** origem do conceito de economia criativa é recente e está destacadamente correlacionada aos seguintes fatos: i. A criação da expressão “Creative Nation”, em 1994, em um plano elaborado pelo governo da Austrália; ii. A proposição do partido trabalhista inglês, em 1997, de incluir as ‘indústrias criativas’ como um dos setores de maior potencial para economia britânica em um programa estratégico nacional; iii. A publicação “The Creative Economy” de Howkins (2001), que é considerada seminal para a difusão e estabelecimento do conceito.

Faz-se interessante notar que nos dois primeiros momentos destacados as iniciativas se originam de governos nacionais em contextos de estratégias de desenvolvimento de seus territórios.

Na estratégia elaborada pelo governo australiano a proposição de uma nação criativa se estrutura em torno do uso de novas tecnologias nas dinâmicas econômicas, culturais e criativas, juntamente a valorização das raízes e identidades locais. (REIS, 2011)

A proposição do governo britânico elege as ‘indústrias criativas’ como um dos 13 setores de maior potencial dentro da economia britânica, impulsionando as atividades econômicas nas quais a criatividade e o talento despoem como elemento central e apresentem potencial para a criação de riqueza e geração de empregos. (REIS, 2011).

Para Reis (2011), é da ampliação do escopo da análise setorial das referidas indústrias criativas que surge o conceito de economia criativa. Para a autora, amplia-se o conceito para uma abordagem que também compreenda o impacto de seus bens e serviços em outros setores da economia, e em aspectos sociais, organizacionais, políticos e educacionais.

A publicação “The Creative Economy” de Howkins (2001) faz uma análise da economia criativa centrada na questão dos direitos de propriedade intelectual, tais como os direitos autorais e as patentes, apontando-os como a ‘moeda da economia criativa’ e definindo 15 setores para a referida economia: (QUADRO 2)

<b>SETORES CRIATIVOS SEGUNDO JOHN HOWKINS (2001)</b>
<b>Propaganda</b>
<b>Arquitetura</b>
<b>Artes</b>
<b>Artesanato</b>
<b>Design</b>
<b>Moda</b>
<b>Cinema</b>
<b>Música</b>
<b>Artes Cênicas (Teatro/Ópera/Dança/Balé)</b>
<b>Setor Editorial</b>
<b>Pesquisa e Desenvolvimento</b>
<b>Software</b>
<b>Brinquedos e Jogos</b>
<b>TV e Rádio</b>
<b>Video Games</b>

Quadro 2. Setores da economia criativa segundo John Howkins.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Apesar de centrar sua argumentação de valorização da economia criativa nos direitos intelectuais, Howkins (2001) não oferece grandes soluções para a inadequação destes modelos para países com grande índice de informalidade e comunidades tradicionais, como o Brasil, mas pontua uma urgente necessidade de revisão dos marcos regulatórios da propriedade intelectual na direção do interesse público, já que hoje se encontram largamente submetidos aos interesses das grandes corporações.

De acordo com Reis (2011) os conceitos de Indústrias Criativas e Economia Criativa herdam a valorização da autenticidade e dos intangíveis culturais presentes na Economia da Cultura, e a ênfase ao uso de tecnologias de ponta da economia do conhecimento. A Economia Criativa também se estrutura mais em redes do que em estruturas hierárquicas, possui grande potencial para utilização em estratégias de desenvolvimento, tal como nas formulações australiana e britânica apresentadas, e uma lógica econômica com traços próprios. (QUADRO 3)

TRAÇOS CARACTERÍSTICOS DA ECONOMIA CRIATIVA, SEGUNDO REIS (2011)	
i. Reconhecimento do valor agregado dos ativos intangíveis	"Seja pela ótica tecnológica (direitos industriais) ou pela cultural (direitos autorais), o intangível criativo passa a ser validado como conteúdo das indústrias criativas, bem como por adicionar valor a cadeias econômicas tradicionais (moda e têxtil, arquitetura e construção civil, design e mobiliário)" (REIS, 2011, p.28)
ii. Complementaridade das políticas cultural, tecnológica e econômica e das ações com ou sem apelo comercial	"Ao reconhecer que a criatividade é a seiva vital da economia, o investimento em educação, capacitação, acesso e circulação de informação e nas demais condições que formam um ambiente favorável à criatividade passam a nortear a política econômica, independentemente de a criatividade vir a se consubstanciar em programas com apelo comercial mais explícito ou de ciência pura/cultura experimental." (REIS, 2011, p.28)
iii. Expansão do conceito de cadeia setorial para o de redes de valor integradas	Se as cadeias setoriais lineares caracterizaram a economia industrial, a economia criativa tende a contemplar as urdiduras que tecidas entre as cadeias e as novas relações que estabelecem com o próprio mercado. Assim, a produção e o consumo, impulsionados pelas novas tecnologias, ao invés de seguirem o modelo tradicional de um para muitos, desdobram-se em uma gama de possibilidades de muitos produtores para muitos consumidores. (REIS, 2011, p.28)
iv. Inserção das tecnologias digitais como espinha dorsal da criação, produção, circulação e/ou consumo criativo	"As novas tecnologias participam da economia criativa tanto por serem indústrias criativas em si, como ao oferecerem canais alternativos de acesso a informação, produção, distribuição e demanda por bens e serviços criativos."(REIS, 2011, p.28)

Quadro 3. Traços Característicos da Economia Criativa segundo Ana Carla Fonseca Reis

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Outro ponto de grande relevância para a formulação do conceito de Economia Criativa são os estudos de Florida (2011), que propõe o conceito de Classe Criativa. Para o autor, a criatividade é a principal força para o crescimento econômico das cidades e regiões, e característica distintiva de nossa era, por sua centralidade nos processos econômicos e sociais contemporâneos.

Apesar de alvo de importantes críticas, sua obra é de grande relevância para a impulsionamento e difusão do debate sobre a Economia Criativa.

Nas obras de Florida (2011) há destaque para o uso do conceito de Classe Criativa. Para o autor esta é a classe que mais cresce em nossa era e a de maior remuneração. Em sua definição do conceito, o autor argumenta que:

a principal diferença entre a classe criativa e outras classes está relacionada ao que ela é paga pra fazer. Os membros da classe trabalhadora e da classe de serviços recebem sobretudo para executar de acordo com um plano. Já os da classe criativa ganham para criar e têm muito mais autonomia e flexibilidade para isso do que as outras duas classes (FLORIDA, 2011, p.8).

Florida (2011) aponta que os indivíduos criativos se reúnem em ambientes que propiciem oportunidades para o desenvolvimento de habilidades criativas e em locais em que gostam de viver, mais do que a busca por cidades com concentração de oportunidades econômicas e de postos de trabalho. O autor exemplifica o argumento citando o trabalho de cientistas, artistas, músicos e professores universitários.

Para Florida (2011), a classe criativa já representaria pelo menos 30% dos indivíduos economicamente ativos dos Estados Unidos, 18% entre os “Profissionais Criativos” e 12% em seu ‘Centro Hipercriativo’.

Não obstante dar novo impulso as discussões sobre as relações entre trabalho e criatividade, existem críticas ao autor por um uso simplista da noção de classe.

Vivant (2012) argumenta que a noção de classe criativa proposta por Florida (2011), compreende um agrupamento extremamente heterogêneo de categorias, apontando para uma grande diversidade de trajetórias individuais, salariais e posições sociais, o que acaba por negligenciar componentes fundamentais do conceito de ‘classe’, tais como os valores compartilhados e as relações de forças.

Nas análises de Haddad (1998), encontra-se um uso mais consistente da noção de classe em uma formulação do conceito de uma nova classe criativa. Para o autor, em decorrência do advento da ciência como novo fator de produção, haveria a estruturação de três classes não proprietárias - forças produtivas (trabalhadores), forças destrutivas (‘novo’ lumpem proletariado, de caráter ‘anti-sistema’, e ‘desclassificados’ pelo capital) e forças criativas (classe dos agentes inovadores ou classe tecnocientífica) -, em oposição à burguesia formada pelos proprietários e funcionários (gerentes, etc) do capital. Para o autor:

Com a superindústria [Aquela que internaliza o processo de inovação tecnológica, que, finalmente, exponencia o desenvolvimento das forças produtivas e a ampliação dos mercados numa escala nunca imaginada], esse vínculo entre arte e técnica se fortalece. Os agentes portadores da ciência, pela primeira vez na história, compõem uma classe, mas ao mesmo tempo, enquanto classe, estão intelectualmente subsumidos ao capital (HADDAD, 1998, p.35).

Para Furtado (1978), o legado deixado pelas revoluções industrial e burguesa moldam o capitalismo contemporâneo e desta forma as atividades criativas se realizam num espaço grandemente delimitado pela racionalidade voltada à acumulação.

Desta forma, sob a ótica de autores como Furtado (1978) e Haddad (1998), a criatividade e os agentes inovadores na sociedade contemporânea ainda estão postos ao serviço da acumulação de capital.

Outra dimensão importante a ser analisada é a da relação entre trabalho e criatividade. Além das abordagens do conceito de Classe Criativa, verifica-se que

também que autores como De Masi (2003), Marx (2002) e Ostrower (2011) elaboram raciocínios sobre o tema.

De Masi (2003) propõe a teoria do Ócio Criativo, através da qual entende-se que os ganhos de produtividade possibilitam a estruturação de uma ocupação caracterizada ao mesmo tempo pelo trabalho, estudo e lazer, na qual haveria a possibilidade de elevada redução nas tradicionais jornadas laborais, e o trabalho e o tempo livre teriam suas distinções suavizadas.

Nas elaborações de Marx (2002), verifica-se a relação entre trabalho e criatividade na proposição de um combate ao trabalho alienado, no qual o homem se aliena de seu próprio corpo, sua natureza externa, sua vida espiritual e sua vida humana, ou seja, alienado de qualquer perspectiva criativa e de invenção do próprio futuro.

Ostrower (2011) propõe a “criação contra a alienação”, argumentando que o trabalho também é criação e arte. Desta forma, a autora pondera que o trabalho não deve ser confundido com um “adestramento técnico” de mentalidade mecânica e unilateral, voltado para superespecialização.

Ainda que a superespecialização seja predominantemente imposta pelo meio social em termos de necessidade profissional, Ostrower (2011, p.38) argumenta que “não precisamos vê-la como virtude, como algum ideal em termos de realização humana.”. Para a autora:

O homem elabora seu potencial criador através do trabalho. É uma experiência vital. Nela o homem encontra sua humanidade ao realizar tarefas essenciais à vida humana e essencialmente humanas. A criação se desdobra no trabalho porquanto este traz em si a necessidade que gera as possíveis soluções criativas. Nem na arte existiria criatividade se não pudéssemos encarar o fazer artístico como trabalho, como um fazer intencional produtivo e necessário que amplia em nós a capacidade de viver (OSTROWER, 2011, p. 31).

No que diz respeito ao papel da Economia Criativa na economia mundial e nas atuais dinâmicas territoriais, existem diversos estudos e abordagens para a elaboração de políticas e diagnósticos. Nota-se que mesmo entre as instituições de um mesmo país encontram-se diferenças na composição das atividades e ocupações vinculadas à Economia Criativa.

Há um esforço de sistematização e produção de indicadores comparáveis. Mas autores como Reis (2011) ponderam a existência de contextos locais nos quais as mesmas lógicas não são apropriadas, como no caso de comunidades tradicionais, no qual uma definição de Economia Criativa centrada nos direitos intelectuais e tecnologias digitais não oferecem uma estrutura adequada ao estudo.

Uma das instituições que realiza esforços de sistematização e disponibilização de dados sobre a temática é a Unctad De acordo com o órgão da Organização das Nações Unidas, o setor já está entre os líderes nos negócios dos países desenvolvidos:

as exportações globais de produtos criativos aumentaram e alcançaram US\$ 592 bilhões (equivalentes a mais de R\$ 1 trilhão), duplicando em seis

anos, com uma taxa de crescimento médio de 14% no período entre 2002 e 2008 – o que evidencia que as indústrias criativas estão entre as mais dinâmicas do comércio internacional (UNCTAD, 2010, p,16).

Este panorama também é apontado por Howkins (2013, p.142) em 2005, para o qual a economia criativa “era estimada em cerca de US\$2,7 trilhões, representando 6,1% da economia mundial”. Considerando as propriedades intelectuais dos Estados Unidos como um todo, Howkins chega ao impressionante montante de US\$ 6 trilhões em 2004, 45% do PIB estadunidense, superando o PIB total de qualquer outro país.

No Brasil, o tema é novo e a economia criativa ganha impulso a partir de 2004, com a realização da XI Conferência da Unctad em São Paulo. A iniciativa de maior peso em termos institucionais foi a estruturação da Secretaria de Economia Criativa, oficialmente criada em 2012, vinculado ao Ministério da Cultura.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. A Indústria Cultural. In: COHN, G. (Org.), Comunicação de massa e Indústria Cultural. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1978.
- BAUMOL, W.; BOWEN, W. Performing arts - the economic dilemma: a study of problems common to theater, opera, music and dance. New York: Twentieth Century Fund, 1966.
- BEM, J.; GIACOMINI, N. Gastos em cultura no Rio Grande do Sul e a delimitação de áreas homogêneas em municípios selecionados no ano de 2007. In: VII ENABER – VII Encontro Nacional da Associação Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos. São Paulo, 9 a 11 de setembro de 2009.
- BENHAMOU, F. A Economia da Cultura. Cotia, Ateliê Editorial, 2007.
- BENJAMIN, W. A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica. In: BENJAMIN, W. Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas, v.1. São Paulo, Brasiliense, 1987.
- BRASIL. Economia Criativa cresce mais que o PIB no Brasil, 4, fev., 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cultura/2013/02/economia-criativa-cresce-mais-que-o-pib-no-brasil>>. Acesso em: 04, jun., 2015.
- DE MASI, D. Criatividade e Grupos Criativos. Rio de Janeiro, Sextante, 2003
- FLORIDA, R. A Ascensão da Classe Criativa. Porto Alegre, L&PM, 2011.
- FURTADO, C. Criatividade e Dependência na Civilização Industrial. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.
- FURTADO, C. In: FURTADO, R. (org.) Ensaio sobre Cultura e o Ministério da Cultura. Rio de Janeiro, Contraponto; Centro Internacional Celso Furtado, 2012.
- GIBSON, C.; KONG, L. Cultural Economy: a critical review. Progress in Human Geography, 29, 5 (2005) pp. 541-561.
- HADDAD, F. Em defesa do socialismo. Petrópolis, Editora Vozes, 1998.
- HOWKINS, J. The creative economy: how people make money from ideas. London, Penguin Press, 2001.
- HOWKINS, J. Economia Criativa. São Paulo, M. Books do Brasil Editora Ltda, 2013.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2007-2010. Rio de Janeiro, IBGE, 2013
- MARSHALL, A. Principle of Economics. New York, Macmillan, 1891.
- MOKYR, J. The lever of Riches: Technological Creativity and Economic Progress. Nova York: Oxford University Press, 1990.
- MARX, K. Manuscritos econômico-filosóficos. São Paulo, Martin Claret, 2002.
- MARX, K. Capítulo VI inédito de O capital, resultados do processo de produção imediata. São Paulo, Centauro, 2004.
- MARX, K.; ENGELS, F. Manifesto do Partido Comunista. Estudos Avançados, São Paulo, v. 12, n. 34, dez. 1998.
- OSTROWER, F. Criatividade e Processos de Criação. Petrópolis, Vozes, 2011.
- REIS, A. Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: o caleidoscópio da cultura. Barueri, Manole, 2007.

REIS, A. Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo). São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo/USP, 2011.

ROMER, P. Endogenous Technical Change. *Journal of Political Economy*, 98(5), 1990, p.71-102.

SCHUMPETER, J. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro, Zahar, 1984.

SCOTT, A. A New Map of Hollywood: The Production and Distribution of American Motion Pictures. *Regional Studies*, v.36, n.9, dec., 2002.

TOLILA, P. *Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo, Iluminuras, 2007.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). *Creative Economy Report 2010*. Genebra, UNCTAD, 2010.

VIVANT, E. *O que é uma Cidade Criativa?*. São Paulo, Editora Senac São Paulo, 2012.