

# **ECONOMIA CRIATIVA**

**Coletânea – P.Timm, Debora  
Fernandes e Solange Fernandes org.  
2022-2023**

**Edições Cultural FM – 87,5 - Torres RS**

**“A sua trilha sonora, a melhor informação, a cultura em primeiro lugar”**

**Especial para a Audiência Pública por  
uma Política Cultural para Torres**

**JORGE PIQUÉ - Apresentação no Painel Cidades e Territórios  
Criativos, do Congresso Ibero-americano Interdisciplinar de  
Economia Criativa, promovido pela FEEVALE.**

<https://youtu.be/fCAk2XBdn5M?t=3944>


COLETIVO DE CULTURAS  
INTEGRADAS DE TORRES CONVIDA

**AUDIÊNCIA PÚBLICA**

POR UMA  
**POLÍTICA CULTURAL  
PARA TORRES**

DIA: 27 DE SETEMBRO  
HORA: 16 HORAS

LOCAL: CÂMARA MUNICIPAL DE TORRES  
AVENIDA DO RIACHO, N° 1423



## Índice

### **1. Do culto à Economia à Economia da Cultura**

**Paulo Timm – Torres RS – 2018**

### **2. Um Prefeito explica a importância da Economia Criativa**

**José Crespo – Pref. Sorocaba -2019**

### **3. Casas de cultura e ocupações culturais**

**16/08/2022 - Por Paulo Fernandes Silveira**

<https://aterraeredonda.com.br/casas-de-cultura-e-ocupacoes-culturais/>

### **4. Qual economia da cultura no pós-pesadelo?**

**OUTRASPALAVRAS- Redação - Publicado 16/09/2022**

<https://outraspalavras.net/movimentoserebeldias/qual-economia-da-cultura-no-pos-pesadelo/>

### **5. Economia Criativa: O Que É e Como Ser Criativo Em 2022**

**Por Neil Patel**

### **6. Economia e Cultura – Produção e circulação de valores**

**Rejane Xavier <sup>[18]</sup> - - Palestra no Fórum Cultural Mundial - São Paulo 02/07/2004  
- Publ. 21 mar 2009**

<https://rexcogitans.blogspot.com/2009/03/economia-e-cultura-producao-e.html>

### **7. Economia da Cultura e Desenvolvimento**

**Sérgio Sá Leitão**

<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/economia-da-cultura-e-desenvolvimento-de-sergio-sa-leitao/>

## **8. Pensar é transgredir**

**Por Lia Luft**

## **9.O Desafio do Resgate de uma Cultura em Terra Arrasada**

**Alfredo Bertini** | nov 25, 2022

<https://revistasera.info/2022/11/o-desafio-do-resgate-de-uma-cultura-em-terra-arrasada/>

## **10. A economia criativa pede passagem**

**Miguel de Almeida - O Globo**

<https://gilvanmelo.blogspot.com/.../miguel-de-almeida...>

## **Anexos – Referências**



## **1. Do culto à Economia à Economia da Cultura**

Paulo Timm – Torres RS - 2018

Muito se fala em Terceiro Milênio, Nova Era e Sociedade do Conhecimento. Poucos se dão conta, porém, do que isso significa. Continuam “pensando” a cidade para trás, como fruto da industrialização, não para o futuro. Mas os muros gritam, há já décadas, em grafites pelo mundo inteiro: O FUTURO É AGORA!!!

Um modelo de cidade contemporânea, por exemplo, é Barcelona, na Espanha. Ninguém sabe o porquê, mas artistas e intelectuais para lá convergem, aos bandos, como convergiu, outrora, para Jerusalém, Atenas, Paris e Nova York. É a atmosfera de futuro que os empolga: Um clima inebriante de liberdade de ser, estar e de se expressar. Leiam-se, por exemplo, as oportunas indicações de Rejane Xavier em seus artigos e palestras:

Indicações bibliográficas – Rejane Xavier

<https://rexcogitans.blogspot.com/2009/03/economia-e-cultura-producao-e.html>

É disso que precisamos: Voltarmos-nos para um conjunto de Projetos capazes de fazer de nossas cidades centros criativos, com muita inovação, conexões articuladas e inteligentes, à altura do século atual. Isto não é incompatível com o desenvolvimento econômico. Pelo contrário, é a fórmula do desenvolvimento sustentável capaz de fazer da vocação natural de cada espaço urbano um novo produto: Florianópolis, por exemplo, poderia ser em SC a Capital de uma nova economia, com a cultura como eixo do turismo e do lazer: Grandes Encontros Internacionais de Artes Plásticas, um Polo de Cinema e Vídeo, um Festival Sul-americano de Poesia e Literatura, uma Califórnia de Motivos Europeus, Espaços de Criatividade e Lazer Cultural, uma Competição Nacional de Estudantes de Tecnologia. Torres, entre nós, poderia ser um centro que combinasse a dimensão turística com outros elementos culturais, de forma a se integrar, cada vez mais num eixo de turismo ao sul do país.

Chega do mínimo, sempre reduzido às necessidades básicas ou o que nos brindou a natureza. Vamos às ideias como as condutores do destino. A beleza salvará o mundo! E as Artes e artistas são seus instrumentos!

## **2.Um Prefeito explica a importância da Economia Criativa**

A importância da economia criativa e seu potencial para os negócios em Sorocaba - *24 de Março de 2019 às 00:01*

**José Crespo - Prefeito de Sorocaba.-**

<https://www.jornalcruzeiro.com.br/opiniao/artigos/a-importancia-da-economia-criativa-e-seu-potencial-para-os-negocios-em-sorocaba/>

A economia criativa está se configurando em um dos mais dinâmicos conjuntos de atividades produtivas do mundo. Na esteira desse processo, que é diretamente associado às profundas transformações ocorridas na economia mundial desde a década de 70 do século passado, muitas cidades vislumbraram novas possibilidades de desenvolvimento econômico. Alinhada com tal perspectiva, Sorocaba, a partir do nosso governo, reconhecendo esse potencial, iniciou um trabalho nunca antes feito, o de intensificar as ações voltadas à economia criativa e de torná-la um dos setores estratégicos para o desenvolvimento econômico-social e para a geração de renda em nosso município.

Economia criativa é o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico. A indústria criativa estimula a geração de renda, cria empregos e produz receitas de exportação, enquanto promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. A economia criativa abrange os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade, cultura e capital intelectual como insumos primários.

Nesta administração, criamos o Comitê Gestor de Economia Criativa, que, formado por universidades, produtores culturais, Sebrae, secretarias da Prefeitura de Sorocaba e entidades interessadas nesse segmento, tem como

objetivo fomentar iniciativas da economia na cidade. Neste próximo mês de abril o Parque Tecnológico de Sorocaba (PTS) deverá contar com uma Escola de Economia Criativa, que oferecerá cursos de forma gratuita para toda a região, tendo como principal objetivo capacitar e formar novos profissionais.

A escola ocupará um amplo espaço nas dependências do Parque Tecnológico, cuja estrutura já está toda adaptada. Ela reunirá diversos cursos, tais como: Gerenciamento de Redes Sociais, Programação Básica, Curso de Montagem de Drone, Curso Básico de Realidade Virtual, Curso Básico de Impressora 3D, Ferramentas Google Works, Edição de Vídeo, Fotografia & Photoshop e muito mais.

Nosso governo, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Turismo e Renda (Sedetter), também deu início à realização de um mapeamento de mercado da economia criativa em Sorocaba. Esse mapeamento irá possibilitar nos dar um norte ainda maior para a implantação de ações que beneficiem e ampliem esse setor.

Segundo os dados da pesquisa “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil -- Edição 2019”, elaborada pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan), o mercado de trabalho abriu 24.500 vagas para profissionais com esse perfil em dez profissões da economia criativa. O levantamento reflete as transformações da nova economia, caracterizada por novos modelos de negócio, hábitos de consumo e relações de trabalho.

O mercado de trabalho criativo no país reúne 245 mil estabelecimentos e 837,2 mil profissionais, sendo que a participação do PIB Criativo no PIB Brasileiro representa a soma de R\$ 171,5 bilhões. Na cidade do Rio de Janeiro, os segmentos que compõem a cadeia da economia criativa respondem por cerca de 11% dos empregos e 10% da massa salarial gerada ao ano, revelando uma participação considerável do segmento na economia carioca. Ou seja, os números demonstram que as ações que estamos implementando em Sorocaba estão no caminho certo.

Nosso Parque Tecnológico vem ganhando cada vez mais destaque no território nacional. Nos últimos dois anos de atividade do Parque, cerca de 50 empregos de alta qualidade foram gerados, mais de 70 startups foram apoiadas. Além disso, mais de 90 patentes foram criadas dentro do Parque Tecnológico.

Com uma área disponível de 1,8 milhão de m<sup>2</sup> e mais de 12 mil m<sup>2</sup> de área construída, o Parque, que está localizado ao final da avenida Itavuvu, na zona industrial de Sorocaba, possui uma vantagem a mais quando se fala em instalação de empresas. Isso porque, em julho 2018, a Câmara Municipal aprovou por unanimidade o projeto de Lei 174, que prevê isenção e incentivos fiscais para empresas, universidades e institutos de pesquisas públicas ou privadas que decidirem se instalar no Parque. A denominada “Zona Franca da Inovação” oferece o maior número de benefícios possível a seus interessados, trazendo os olhares de grandes investidores para o município.

Os estudantes também têm destaque nas atividades que o Parque desenvolve. Além da presença de universidades, como Facens, Fatec, Uniso, USP, UFSCar, Esamc, Unesp e a UniNove -- que em breve deve implantar uma unidade no local --, os universitários são considerados uma das chaves para a descoberta de novas tecnologias, uma vez que pertencem a uma geração inovadora.

### 3. Casas de cultura e ocupações culturais

16/08/2022



“Okupação Cultural

Coragem”, foto de Márcia Minillo

Por **PAULO FERNANDES SILVEIRA\*** - <https://aterraeredonda.com.br/casas-de-cultura-e-ocupacoes-culturais/>

*A invenção da vida em comum*

“Sujeito periférico. (...) \ Entre folhas e canetas, \ traça planos e projetos, poemas e canções” (Tita Reis, *Sujeito periférico*).

As primeiras casas de cultura europeias surgiram no final do século XIX, na Bélgica (ROGER, 2021). Elas tinham o objetivo de reunir, num mesmo local, diversas formas de representação artística: literatura, teatro, dança, música e artes plásticas. Além disso, elas visavam tornar a cultura acessível ao maior número de pessoas. Essa mesma concepção de casa de cultura foi incorporada na França em diferentes políticas culturais. No ministério da cultura de André Malraux (1959-1969), as casas de cultura exerceram um papel fundamental no projeto de descentralização e de democratização da cultura (BOUZADA FERNÁNDEZ, 2001). Inspirado nos princípios do humanismo laico, André Malraux pretendia espalhar casas de cultura por toda a França, um contraponto ao papel social e político exercido pelas igrejas e templos religiosos.

Criado em 1983 pelo artista belga Philippe Grombeer, o Trans Europe Halles (TEH) reúne centros culturais independentes de diversos países europeus (MORTAIGNER, 1995). Muitos centros culturais ocupam espaços e edifícios que estavam abandonados, por exemplo: em Ghent, na Bélgica, o Vooruit instalou-se numa antiga cooperativa socialista; em Liubliana, na Eslovênia, o Retina tomou conta de uma área do exército; em Bergen, na Noruega, a Kulturhuset (Casa de Cultura) abrigou-se numa fábrica de conservas desativada; em Berlim, a UFA-Fabrik formou uma comunidade artística que reside e atua onde, até os anos 1950, havia um estúdio cinematográfico.

Os centros culturais independentes contam com artistas locais, nacionais e estrangeiros. A manutenção desses espaços depende de verbas públicas e da

administração de cafés, restaurantes e outras atividades comerciais. A diversidade dos temas abordados reflete as diretrizes dos coletivos que compõem cada centro cultural. As questões relacionadas ao cotidiano das cidades marcam as intervenções artísticas. Para Fabrice Raffin (2004), a partir da partilha do sensível e da invenção da vida em comum, esses centros culturais criam novas formas de sociabilidade. Por outro lado, ao estimularem uma perspectiva participativa-crítica na realização e na recepção da obra de arte, esses espaços articulam o engajamento cultural ao engajamento político.

Em 1985, no período em que colaborou com o projeto dos Centros de Informação e de Convivência da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, Teixeira Coelho (1986) obteve um financiamento da Fapesp para conhecer as propostas das casas de cultura de quatro países: Inglaterra, França, México e Cuba. A experiência cubana com a cultura popular é uma das mais intensas da América Latina. Desde 1978, o país possui um Sistema Nacional de Casas de Cultura. Esse órgão do Ministério da Cultura ficou encarregado de construir pelo menos uma casa de cultura em cada província da ilha. Muitas dessas casas de cultura ocupam as mansões que, antes da Revolução de 1959, pertenciam à aristocracia.

A educação e a cultura são direitos garantidos pela constituição cubana. Mais do que consumir bens culturais produzidos pelos outros, as pessoas são instigadas a produzir sua própria cultura. As casas de cultura cubanas são instituições estatais. Os diretores, os professores e os instrutores de arte são indicados pelo governo, já as promotoras e promotores socioculturais emergem da própria comunidade. As principais atividades desenvolvidas são as oficinas de arte e artesanato, mas as casas de cultura também promovem festivais, exposições e encontros (PUEBLA, 2021). O Ministério da Cultura publica anualmente a revista *A las Raíces*, responsável por divulgar e analisar as ações coordenadas pelo Consejo Nacional das Casas de Cultura (CNCC).

Em São Paulo, a primeira casa de cultura surge no Jardim Ângela, bairro pobre e periférico da zona sul da cidade (HERCULANO, 2014). Em 1984, entidades e movimentos sociais vinculados às Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) fizeram um mutirão para construir a Casa Popular de Cultura da região de M'Boi Mirim e Guarapiranga. Para Jaime Crowe, padre que trabalhou por anos no Jardim Ângela, desde o movimento contra a carestia, em meados dos anos 1970, as expressões artísticas acompanham as mobilizações políticas: "Praticamente toda assembleia se iniciava com uma dramatização. Isso sempre esteve presente na história de luta do bairro" (LIMA, 2015, p. 57).

No testemunho Luiz Herculano, militante do movimento negro, sindicalista e ex-diretor da Casa de Cultura M'Boi Mirim, até os anos 90, o Jardim Ângela era um bairro extremamente violento e sem nenhuma infraestrutura: faltava saneamento básico, iluminação, transporte público, escolas e equipamentos culturais (SARDENBERG, 2015). Assim que foi inaugurada, a Casa de Cultura M'Boi Mirim tornou-se um espaço importante para a realização de diversas atividades culturais: "oficinas de artes plásticas, peças teatrais, shows musicais, rodas de capoeira e reuniões de movimentos populares" (HERCULANO, 2014, p. 30).



Na prefeitura de Luiza Erundina (1989-1992), eleita pelo Partido dos Trabalhadores (PT), a Casa de Cultura M'Boi Mirim foi incorporada ao recém-criado Projeto Casas de Cultura da cidade de São Paulo (HERCULANO, 2014). A conquista popular da casa de cultura no Jardim Ângela influenciou o projeto implantado pela filósofa e secretária municipal de cultura Marilena Chaui.

Em pouco mais de dois anos, treze novas casas de cultura foram idealizadas, a grande maioria, em bairros pobres e periféricos: Interlagos, Butantã, Freguesia do Ó, Pirituba, Ipiranga, Itaim Paulista, Itaquera (duas unidades), Penha, Santo Amaro (duas unidades), São Miguel Paulista e Vila Curuça (BARRETO, 1997). Algumas casas de cultura surgiram da ocupação e revitalização de edifícios públicos ociosos, outras foram construídas em mutirões. Durante um mutirão habitacional na zona leste, a comunidade procurou a Secretaria Municipal de Cultura (SMC) para auxiliá-la na criação de uma casa de cultura. A ação da SMC foi questionada pela procuradoria jurídica da prefeitura. Segundo o filósofo e frei dominicano Paulo Botas, que participou da execução do Projeto Casas de Cultura, a procuradoria jurídica entendia que os mutirões habitacionais eram assunto exclusivo da Secretaria Municipal de Habitação (PEREIRA, 2006).

Pela leitura de Mirna Pereira (2006), o Projeto Casas de Cultura ajudou a colocar em prática a ideia de cidadania cultural defendida por Marilena Chaui desde o seu discurso de posse na Secretaria Municipal de Cultura, em 1989. Enfrentando a posição neoliberal que minimiza o papel do Estado no horizonte da cultura, Marilena Chaui (2006) sustenta a necessidade da prefeitura de São Paulo garantir uma série de direitos dos cidadãos, entre eles: o direito à formação cultural e artística pública e gratuita nas escolas e oficinas de cultura do município; o direito de usufruir dos bens da cultura; o direito de participar das decisões quanto ao fazer cultural; o direito de produzir cultura.

Em sua pesquisa, Luiz Herculanó (2014) traça um panorama das políticas culturais dos governos municipais que sucederam a gestão de Luiza Erundina. A cidade de São Paulo oscilou entre governos populares e governos neoliberais, isso se refletiu nas políticas relacionadas às casas de cultura. Além de não fazerem novos equipamentos culturais, as gestões neoliberais reduzem as verbas e sucateiam as casas de cultura já existentes. Seguindo uma agenda neoliberal, a atual prefeitura anunciou a pretensão de terceirizar as casas de cultura (PALMA, 2022).

Contrários à gestão neoliberal da cultura, em 1999, intelectuais e grupos de teatro organizaram em São Paulo o movimento *Arte Contra a Barbárie* (TOMAZ, 2021). Num dos seus manifestos, o movimento argumenta: "Cultura é prioridade de Estado, por fundamentar o exercício crítico da cidadania na construção de uma sociedade democrática" (MOVIMENTO ARTE CONTRA A BARBÁRIE, 2000).

Pelas análises de Gustavo Tomaz (2021), o movimento *Arte Contra a Barbárie* instigou a criação da ocupação cultural Sacolão das Artes, em 2007, no bairro Santo Antônio, extremo sul da cidade de São Paulo. Num primeiro momento, a ocupação foi gerida por lideranças da região e pelos coletivos: Núcleo de Comunicação Alternativa (cinema), Brava Companhia (teatro) e Casa

de Arte e Paladar (artesanato). Diversas outras ocupações culturais surgiram na cidade nos anos 2000, a maior parte coordenada por coletivos de bairros periféricos (MARINO; SILVA, 2019).

Investigando esse processo social e político, Aluizio Marino e Gerardo Silva (2019) inserem as ocupações culturais no interior da tradição de lutas comunitárias pelo direito à moradia e à cidade. Essa tradição remonta à criação dos primeiros quilombos urbanos e favelas, ainda no século XIX. Para os pesquisadores, as ocupações culturais podem ser compreendidas a partir do conceito de “cidadania insurgente”, de James Holston (1996): “Tratar-se-ia, fundamentalmente, de uma cidadania que se conquista a partir de experiências concretas na luta pelos direitos, e que assume, no âmbito da cidade (ou da metrópole), uma dimensão específica: o direito de fazer parte dela de maneira igualitária e sem distinções” (MARINO; SILVA, 2019, p. 358).

No movimento paulistano das ocupações culturais, as reflexões teóricas são costuradas com a prática da militância. Essa posição aparece no título de um texto do saudoso Mestre José Soró (2021): nossa teoria é a prática! Num depoimento, Mestre Soró fala sobre a origem da Ocupação Artística Canhoba, em Perus: “a coordenaria de cultura da subprefeitura nunca tinha orçamento (...), e também não tinha criatividade, vontade política (...) então a gente decidiu caminhar pelas próprias pernas” (MOREIRA; QUILOMBAQUE; SORÓ, VITORINO, 2020). A militante Jéssica Moreira acrescenta: “Hoje essa ocupação da Canhoba também é uma resposta ao poder público daquilo que nós não temos” (Idem, 2020).

Também sobre essa ocupação, Almirante Quilombaque faz a seguinte análise: “Perus, como bairro periférico, com índices dos mais negativos, mas também com muitas riquezas, como esta daqui, essa expressão de luta popular” (Idem, 2020). Ao comentar sobre a origem do Clube Comunitário Vento Leste, ocupado em 2000, no bairro da Cidade Patriarca, o militante Luciano Carvalho analisa o papel social e político das ocupações culturais: “É importante que possamos fomentar espaços comunitários, ou seja, espaços descentralizados, onde se fomente a criação, a produção, o pensamento, a linguagem, como se fossem laboratórios, berçários de ações públicas capazes de transformar o cotidiano da cidade” (CARVALHO, 2013).

A Okupação Cultural Coragem, criada em 2016, na prefeitura de Fernando Haddad, apontou para outra possibilidade de parceria entre o poder público e a comunidade (PAGENOTTO, 2016). A subprefeitura de Itaquera fez uma revitalização da Praça Brasil, na Cohab 2: retirou todo o entulho, arrumou o espaço e construiu uma pista de skate. Essa foi a deixa para artistas da comunidade pensarem em ocupar um galpão vazio que ficava no mesmo terreno. Segundo a militante Michele Cavaliere, a ocupação cultural foi muito bem recebida pelo subprefeito Maurício Martins: “Ajudou a gente, tava ai para o que a gente precisava, mandou caminhão para tirar o entulho, deu o maior apoio” (CAVALIERE; NASCIMENTO, 2020).

Um ponto fundamental para esse movimento paulistano, como lembra a militante Queila Rodrigues, é o debate sobre a subjetivação periférica (RODRIGUES,

2021). Segundo Pablo Tiaraju D’Andrea (2013), a produção cultural nos bairros populares é um elemento importante para a construção de um sujeito periférico que passa a ter orgulho de viver nesses lugares e de lutar por sua comunidade.

Assim como as casas de cultura do mundo todo, as ocupações culturais criam novas possibilidades da vida em comum. Segundo a militante Cléia Vargues, da ocupação Espaço Cultural CITA, no Campo Limpo, “para além de um trabalho de produção cultural, o CITA constrói relações” (MATOS; VARGES, 2020). No testemunho de Felipe Bit, militante da Ocupação Cultural Mateus Santos, em Ermelino Matarazzo: “A troca que acontece aqui dentro é importante para muita gente que frequenta o espaço. (...) O espaço físico é só um pretexto para todo mundo se juntar e ter essa troca de experiências” (BIT; CARVALHO; SOARES, 2018).

**\*Paulo Fernandes Silveira** é professor da Faculdade de Educação da USP e pesquisador no Grupo de Direitos Humanos do Instituto de Estudos Avançados da USP.

## Referências

---

BARRETO, Paulo (1997). *Casas de cultura e o projeto de cidadania cultural*. Revista *Pólis*, n. 28, São Paulo, p. 61-69. Disponível em: [https://polis.org.br/wp-content/uploads/2020/09/POLIS\\_R028.pdf](https://polis.org.br/wp-content/uploads/2020/09/POLIS_R028.pdf)

BOUZADA FERNÁNDEZ, Xan (2001). Los espacios del consumo cultural colectivo. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, n. 96, p. 51-70. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/997/99717909004.pdf>

CHAUI, Marilena (2006). *Cidadania cultural: o direito à cultura*. São Paulo: Perseu Abramo. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/estante/cidadania-cultural-o-direito-a-cultural/>

D’ANDREA, Pablo Tiaraju (2013). *A formação dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo*. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-18062013-095304/en.php>

HERCULANO, Luiz (2014). *A contribuição dos CEUS na cidade de São Paulo para a qualidade da educação cultura e arte-educação no processo de inclusão e ensino aprendizagem: a trajetória do movimento da Casa Popular de Cultura M’ Boi Mirim*. São Paulo: Fundação Escola de Sociologia Política de São Paulo. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fpabramo.org.br/xmlui/handle/123456789/447>

HOLSTON, James (1996). Espaços de cidadania insurgente. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN*, n. 24, p. 243-253. Disponível em: <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=reviphan&id=1961805195581&pagfis=8869>

LIMA, Eduardo (2015). Sacolão das artes, regularização em cena. In: ALMEIDA, Ademir; RESENDE, Fábio; RAIMUNDO, Max (orgs). *Brava companhia – cadernos de erros III*. São Paulo: LiberArs, p. 54-57. Disponível em: <http://blogdabrava.blogspot.com/p/cadernos-de-erros.html>

MARINO, Aluizio; SILVA, Gerardo (2019). As ocupações culturais na cidade de São Paulo e as lutas contra a cidade neoliberal. *Revista Indisciplinar*, v. 5, n. 1, p. 342-361. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/indisciplinar/article/view/32764>

MINISTERIO DE CULTURA DE LA REPÚBLICA DE CUBA. *A las Raíces. Revista anual del Consejo Nacional de Casas de Cultura, Havana. Disponível em: <https://revistalasraices.cubava.cu/category/revista/>*

MORTAIGNE, Veronique (1995). La contre-culture européenne résiste à la normalisation. *Le Monde Diplomatique*, 24 mar. 1995, p. 26. Disponível em: <https://archive.org/details/LeMondeDiplomatique1995FranceFrench/Mar%2024%201995%2C%20Le%20Monde%20Diplomatique%2C%20%2315601%2C%20France%20%28fr%29/page/n25/mode/2up>

MOVIMENTO ARTE CONTRA A BARBÁRIE (2000). Manifesto Arte contra a Barbárie 3. *FOLHA on line*, São Paulo, 2000. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/folha/pensata/popup\\_labaki\\_04.htm](https://www1.folha.uol.com.br/folha/pensata/popup_labaki_04.htm)

PAGENOTTO, Maria (2016). *A coragem de ocupar e resistir em Itaquera. (Fotos de Márcia Minillo). Sampa Inesgotável. Disponível em: <https://www.sampainesgotavel.com.br/2016/11/16/a-coragem-de-ocupar-e-resistir-em-itaquera-2/>*

PALMA, Felipe (2022). Modelo de gestão compartilhada das Casas de Cultura é discutido em audiência. *Câmara Municipal de São Paulo*, 7 abr. 2022. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/modelo-de-gestao-compartilhada-das-casas-de-cultura-e-discutido-em-audiencia/>

PEREIRA, Mirna (2006). O direito à cultura como cidadania cultural (São Paulo, 1989/1992). *Projeto História*, v. 33, p. 205-227. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/2292>

PUEBLA, Thalía (2021). Casas de cultura: ‘trabajar desde la comunidade para formar públicos’. Entrevista a Agustín Adrián Pérez, vicepresidente del Consejo Nacional de Casas de Cultura. *La Jiribilla. Revista de Cultura Cubana*, 11 dez. 2021. Disponível em: <http://www.lajiribilla.cu/casas-de-cultura-trabajar-desde-la-comunidad-para-formar-artistas/>

RAFFIN, Fabrice (2004). L’initiative culturelle participative au coeur de la cité: les arts de la critique sociale et politique. *Culture & Musées*, n. 4, p. 57-74. Disponível em: [https://www.persee.fr/doc/pumus\\_1766-2923\\_2004\\_num\\_4\\_1\\_1203](https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2004_num_4_1_1203)

ROGER, Damien (2021). Les maisons de la culture, genèse d’une ambition de décentralisation culturelle. *Le Journal des Arts*, le 28 septembre 2021. Disponível em:

<https://www.lejournaldesarts.fr/patrimoine/les-maisons-de-la-culture-genese-dune-ambition-de-decentralisation-culturelle-156022>

SARDENBERG, Agda (2015). *O bairro-escola Fundação do Jardim Ângela. In: SINGER, Helena (org.). Territórios educativos: experiências em diálogo com o bairro-escola. São Paulo: Moderna, p. 109-136. Disponível em: [https://www.cidadeescolaaprendiz.org.br/wp-content/uploads/2015/03/Territorios-Educativos\\_Vol2.pdf](https://www.cidadeescolaaprendiz.org.br/wp-content/uploads/2015/03/Territorios-Educativos_Vol2.pdf)*

SORÓ, José (2019). Nossa teoria é a prática. In: (As organizadoras do livro optaram por não colocar seus nomes na capa). *Fórum cultural da zona leste. Nenhum passo atrás! São Paulo: Forma Certa Gráfica Digital*, p. 40-43. Disponível em: [https://issuu.com/vozdaleste/docs/fczl\\_livro](https://issuu.com/vozdaleste/docs/fczl_livro)

TEIXEIRA COELHO, José (1986). *Usos da cultura: políticas de ação cultural*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

TOMAZ, Gustavo (2021). *Sacolão das artes: uma iniciativa popular de ação sociocultural*. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://bdta.aguia.usp.br/item/003082459>

**Palavras da militância**

---

BIT, Felipe; CARVALHO, Mara; SOARES, Gustavo (2018). A importância de equipamentos culturais na periferia (Ocupação Cultural Mateus Santos), *Desenrola e não me enrola*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=K4ATVB-XDXY>

CARVALHO, Luciano (2013). CDC Vento Leste, *Dolores Boca Aberta*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Cc5XaJEZTxs>

CAVALIERE, Michele; NASCIMENTO, Marcello (2020). Okupação Cultural Coragem – [Re]memorar: trajetórias na zona leste, *SESC Itaquera; CPDOC Guaianás*. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/okupacao-cultural-coragem-de-itaquera/>

MATOS, Junin; VARGES, Cléia (2020). Espaço Cultural CITA, *Campanha EVOÉ*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HWKXjaG4fn0>

MOREIRA, Jéssica; QUILOMBAQUE, Almirante; SORÓ, José; VITORINO, Lucas (2020). Ocupação Artística Canhoba, *Jornalistas Livres*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gfFcAwWRJrs>

RODRIGUES, Queila (2021). Fórum de Cultura da Zona Leste – [Re]memorar: trajetórias na zona leste, *SESC Itaquera; CPDOC Guaianás*. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/forum-de-cultura-da-zona-leste-de-itaquera/>

⇒O site *A Terra é redonda* existe graças aos nossos leitores e apoiadores. Ajude-nos a manter esta ideia.⇐

#### 4.Qual economia da cultura no pós-pesadelo?

**Ciclo de debates vislumbra um novo setor na retomada democrática. Como ir além do que havia e construir o Sistema Nacional de Cultura? O poder simbólico e econômico das festas populares. O resgate do Cultura Viva e do Fundo do Audiovisual**

OUTRASPALAVRAS-

MOVIMENTOS E REBELDIAS

Por Redação Outras Palavras- <https://outraspalavras.net/movimentoserebeldias/qual-economia-da-cultura-no-pos-pesadelo/>

Publicado 16/09/2022 às 18:22

Atualizado 16/09/2022 às 18:26



A guerra cultural é uma das marcas do fascismo em qualquer tempo, e o bolsonarismo reafirma essa regra. O campo reacionário cria coesão definindo seus inimigos, e a arte e a cultura são campos prioritários justamente porque mobilizam o imaginário, o campo simbólico. Ou seja, a guerra cultural é uma guerra *contra* a cultura em sua multiplicidade e riqueza histórica e social.

Contra esse ataque, o setor cultural é chamado a se manifestar e se organizar em defesa da democracia. Mas não só: é preciso pensar desde já em como reconstruir as bases econômicas da cultura que foram duramente atingidas pelo governo Bolsonaro. E avançar, pois restaurar o “velho normal” já não será suficiente para o espaço que nossos anseios desejam ocupar. Poderemos finalmente construir um Sistema Nacional de Cultura que contemple a diversidade de situações pelas quais a cultura existe em nossa sociedade? E pensar novos mecanismos de financiamento e de ativação da economia da cultura, dando conta da diversidade de situações criativas e sociais que ela contempla? Ao mesmo tempo, como não se deixar capturar pelo economicismo que às vezes toma conta da discussão sobre a cultura, mantendo a circulação e o uso dos bens culturais no primeiro plano e a serviço do Comum?

Foi com a missão de discutir esses e outros temas que se realizou a primeira Mesa do Segundo Ciclo de Debates dos Seminários de Cultura e Democracia, com o tema Economia da Cultura: Desafios para a Retomada Democrática. Afinal: como construir uma economia capaz de regular as desigualdades dos mercados culturais, incluir os direitos culturais no orçamento e impulsionar uma economia da cultura?

Leia a seguir como foi e o que se discutiu na mesa de debate.

### **Economia da Cultura: Desafios para a Retomada Democrática**

A certeza de que o ano de 2022 é chave para o futuro do país presidiu a realização do Segundo Ciclo de Debates dos Seminários de Cultura e Democracia. O ano marca 100 anos da Semana de Arte Moderna e o

bicentenário da Independência. Além disso, tem lugar neste momento um dos processos eleitorais mais importantes desde a consolidação da democracia no país. Enquanto o pleito se aproxima e os candidatos se apresentam, a democracia brasileira é questionada por um lado e defendida por outro. Hoje, o próprio conceito de democracia figura no centro dos debates populares e políticos como em poucas vezes na história recente do país.

Mais do que sempre, a cultura é chamada a se manifestar. Os diferentes setores artísticos, intelectuais, acadêmicos, sociais e ativistas voltam a ser protagonistas da história e ajudam a organizar ativamente o pensamento coletivo e ações de luta.

No conjunto do evento, os Seminários Cultura e Democracia propuseram um ciclo de cinco mesas, com a participação de diversos agentes e pensadores da cultura, que debateram sobre a economia da cultura, memória, história e patrimônio cultural, além de analisar e discutir sobre os desafios atuais da indústria cultural, da situação entre democracia e guerra cultural, e das diversidades culturais no Brasil.

Na abertura, o gestor cultural Guilherme Varella, diretor executivo do [Instituto Cultura e Democracia](#), reafirmou que o foco deste segundo ciclo são os caminhos possíveis para a retomada das políticas públicas culturais. “Esse ano, vamos trazer esse tema em algumas áreas específicas, como a economia,” afirmou Varella, na abertura do primeiro dia de seminário. “É nossa forma de contribuir para que o Brasil venha a ter um novo ciclo democrático, que tenha a cultura no centro do desenvolvimento”. A [Fundação Friedrich Ebert Brasil \(FES\)](#), uma das organizações realizadoras, também saudou o início deste ciclo de debates. “Este é um projeto importante, porque sabemos que a democracia é definida em várias frentes e uma das frentes fundamentais é a Cultura”, afirmou Christoph Heuser, representante da FES no Brasil. “E quando a democracia é minada, um dos primeiros pilares a serem atacados é a Cultura. Então é um momento oportuno para debater esse vínculo entre Cultura e Democracia, já que fortalecer uma, ajuda a preservar a outra.”

A Cultura é um tema necessário à própria sobrevivência das pessoas, resumiu Artur Henrique, diretor da [Fundação Perseu Abramo](#): “Nós estamos vivendo uma guerra cultural, uma disputa de valores, e por isso precisamos ter um canal para expor esse debate para o maior número possível de pessoas”.

Para abrir os debates, a primeira mesa, composta por Juca Ferreira, sociólogo e presidente do Instituto Cultura e Democracia, Carlos Paiva, pesquisador do Observatório de Economia Criativa da Bahia, e Lunna Rabetti, produtora cultural, historiadora, pedagoga e escritora, abordou a relação entre cultura e economia.

Para Juca Ferreira, estamos vivendo tempos sombrios e fortalecer o debate é muito importante para a construção de alternativas. Nesse contexto, a Economia da Cultura é muito bem-vinda, assim como sua ampliação. Não que seja algo novo – ela já existe e é bem forte aqui no Brasil, na América Latina e no mundo há algum tempo –, mas é preciso equacioná-la de maneira correta, uma vez que

ela se realiza em um território muito sensível, muito frágil e de muita importância para a humanidade: a dimensão simbólica.

Por englobar um campo de atividades muito amplo, é preciso desenvolver uma percepção mais aprofundada e menos economicista da cultura. “Estamos aqui para problematizar e apontar caminhos”, afirmou Juca. “Em breve retomaremos o processo democrático no Brasil e essa retomada trará inevitavelmente uma revitalização da Cultura. Em vez da hostilidade que vemos atualmente, teremos acolhimento, reflexão e políticas públicas.”

Em sua fala, Juca Ferreira criticou o economicismo das abordagens à Economia da Cultura, limitadas a negócios e lucros. E afirmou que temos que equilibrar o valor de troca, que gera lucros, ao valor de uso, a verdadeira finalidade da arte e da cultura, preservando sua função social e seu significado para a vida de todos. Seria justamente essa compreensão não-economicista que deveria pautar as políticas públicas, todo o sistema cultural e os mecanismos de regulação.

“A possibilidade de um mercado comum entre o Brasil e países da América Latina, Portugal, Espanha e países africanos que falam o português são enormes e a proximidade entre nossas línguas gera potencial suficiente para desafiar os limites dessa globalização cultural desigual. Seríamos um dos três maiores mercados culturais do mundo. Mas, enquanto em países como os EUA a cultura é tida como estratégica, por aqui ainda engatinhamos nesse processo e mais ainda se pensarmos em uma união latino-americana”, analisou.

Outra questão levantada por Juca é a compreensão da Cultura como um direito humano. Um direito de todas as pessoas. O acesso a bens culturais e a livre expressão cultural e artística são direitos fundamentais, como comer, ter uma moradia e saúde. E, portanto, são fundamentais para o desenvolvimento das sociedades e devem ser objetivos incontornáveis de um Estado democrático. “Mas isso não acontece na América Latina, devido à desigualdade econômica e à exclusão social de boa parte da população, mas principalmente pelo Estado não incorporar a Cultura como parte de seu projeto de Nação. Esses países, Brasil inclusive, resistem em ver a economia da cultura como alavanca para a economia geral”, completou.

## **Teia Econômica**

O impacto positivo da Economia da Cultura embasou a fala da produtora cultural Lunna Rabetti. Ela listou os diversos segmentos e linguagens do universo da Cultura – circo, teatro, dança, música, audiovisual, artes visuais, literatura etc. – responsáveis por 2,6% do PIB nacional e pela geração de 4,9 milhões de postos de trabalho formal, segundo a Secretaria de Cultura Economia Criativa de São Paulo. Sem contar as pessoas que atuam de maneira informal na Cultura.

Mas a Economia Cultural não é só o produto final dessas atividades. A Cultura dialoga com a Educação, com o Desenvolvimento Social, Juventude, Esporte. “Na Economia, temos sim toda a produção cultural, mas também temos eventos, como uma feira do livro, que além de vender livros, tem toda uma logística por trás – e essa logística gera riqueza também. São centenas de empregos,



transporte, hotéis, toda uma riqueza gerada apenas pela existência daquela feira ou festival”, explica.

Isso sem falar nas festas tradicionais, como o Carnaval ou o São João, que movimentam a renda de todos os territórios da cidade, com multidões de turistas que movimentam hotéis, lojas, restaurantes. Ainda assim, diz ela, a luta para que a Cultura seja reconhecida como geradora de riqueza é grande.

“O maior desafio é realizar um mapeamento amplo, que atinja todos os setores da Cultura, e promover um diálogo aberto e transparente. É preciso mais encontros como este, por exemplo. Outro desafio é a alocação de recursos. Existem incentivos diversos, mas precisamos pensar nas localidades onde o dinheiro ainda não chega, onde a Lei Aldir Blanc não chegou, onde a Lei Paulo Gustavo não vai chegar”, afirma Luna.

Juca Ferreira fez questão de reforçar essa abordagem. “Essa fala vai além do que conhecemos como indústria cultural ou mesmo economia criativa. As ditas pequenas economias populares são economias poderosas, mobilizam dezenas de milhares de pessoas, mantêm famílias inteiras. E as políticas públicas têm que ter a capacidade de se relacionar e criar o melhor ambiente possível para estimular essas atividades. E Luna deu um panorama que explica o porquê.”

### **Política de Fomento**

Já o pesquisador Carlos Paiva destacou o papel do Estado em garantir o fomento à Cultura – e o fez citando dois momentos relevantes: o incêndio do Museu Nacional, em 2018, e o Prêmio do Júri do Festival de Cannes, recebido pelo filme *Bacurau*, alguns meses depois. Ambos são resultados de ações que aconteceram por anos: o museu, apesar de estar no Rio de Janeiro, o estado que mais recebe verbas de incentivo, não conseguia recursos para sua manutenção básica. E o filme foi resultado de anos e anos de uma política de fomento ao audiovisual bem-feita.

Ou seja, a Cultura é complexa e o sistema de fomento precisa dar conta dessa complexidade. Existem, sim, as produções culturais que atendem ao mercado, mas também existe um desenvolvimento de linguagens que o mercado nunca vai abarcar. É preciso ter políticas que dialoguem com essas duas frentes e toda a nuance que existe entre elas.

“Fazendo uma pequena digressão histórica, essa ideia de um Estado mais neutro, menos participante da cultura da sociedade, vem de um momento de pós-ditadura, quando o Estado era o algoz,” afirmou o pesquisador. “Se o Estado era aparelhado para sufocar a cultura, faz sentido desejar a menor intervenção possível – as críticas à Lei Rouanet, por exemplo, vêm desse pensamento. Ao mesmo tempo, vem também dos anos 90 a ideia do mercado com um papel central no campo cultural, quando talvez o ideal é que não fosse tanto assim”, analisa.

O Governo Lula, com Gilberto Gil e o próprio Juca Ferreira, propôs, desde 2003, três grandes desafios: fazer com que o Governo Federal: 1) assumisse um papel

central na formulação de políticas culturais; 2) criasse operacionalidade para executar as políticas que seriam formuladas; e 3) alocasse recursos financeiros para essa execução. Esses desafios foram vencidos de forma incontestada, a ponto do brilhantismo daquela época ter recebido reconhecimento nacional e internacional.

Quais são os legados dessa época? Paiva cita três: o Programa Cultura Viva, que trouxe a descentralização do fomento, por meio de parcerias com estados e municípios; a criação do Fundo Setorial do Audiovisual, que sai daquela imagem antiga de que fomento é apenas incentivo fiscal e mostra uma atuação direta do Estado (que bem podia se estender a outros segmentos); e o Programa de Cultura do Trabalhador (Vale-Cultura), uma política inédita no mundo, por não focar na oferta (produtor de cultura), mas na demanda (quem consome cultura).

Toda a complexidade citada por Lunna Rabetti e Carlos Paiva, sobre as diferentes formas de produzir e gerar riqueza pela cultura, e sobre o papel do Estado na formulação de políticas de fomento, levaram Juca Ferreira a sugerir uma pluralização do conceito de economia da cultura: Economias da Cultura.

“São diferentes atores, formando diferentes técnicos, gerando diferentes riquezas, e o Estado precisa lidar com cada um especificamente”, pontuou o ex-ministro. “Estão lançadas as bases para um futuro Sistema Nacional de Cultura, que faça a interlocução não só entre Governo Federal, estados e municípios, na gestão descentralizada da cultura, mas também entre governos e os diferentes agentes produtores e consumidores de cultura.”

### **Sobre os Seminários Cultura e Democracia**

Organizados pelo Instituto Cultura e Democracia, pela Fundação Friedrich Ebert Brasil e Fundação Perseu Abramo, o Segundo Ciclo de Debates dos Seminários Cultura e Democracia aconteceram de 12 a 16 de setembro de 2022, de forma online, gratuita e interativa. Os vídeos das mesas podem ser assistidos no canal [youtube.com/seminariosculturaedemocracia](https://www.youtube.com/seminariosculturaedemocracia) e nos canais de youtube das entidades organizadoras ([FES-Brasil](#), [FPA](#) e [ICD](#)) e parceiras ([Mídia Ninja](#), [TAL](#), [Outras Palavras](#), [TVT](#), [Desinformante](#), [ABTU](#), [TV Fórum](#), [Nova Frente Negra Brasileira](#), [Unafro](#)).

## **5. Economia Criativa: O Que É e Como Ser Criativo Em 2022**

[Blog](#) / Economia Criativa: O Que É e Como Ser Criativo Em 2022 – Por Neil Patel

***Economia criativa é um conceito utilizado para definir negócios movidos pelo capital intelectual e cultural, além da criatividade. Formado pelas chamadas indústrias criativas, envolve atividades que guardam relação com a criação, a produção e a distribuição de bens e serviços criativos. Já pensou em ter sucesso com uma ideia de economia criativa?***

Esse é um conceito que tem como mola propulsora a [transformação digital](#).

Não por acaso, estamos falando sobre algo bastante pontual, que tem tudo a ver com o momento.

Dizem que a criatividade é o que mais diferencia o ser humano dos robôs de inteligência artificial.

E, segundo dados da pesquisa [Global Talent Trends 2019](#), do LinkedIn, é a habilidade que mais está em alta no mercado de contratações. É aquilo que todo mundo quer, mas ninguém sabe como encontrar.

Só que, com o avanço da tecnologia, fica ainda mais fácil para a aproveitar.

Acredito que você esteja se perguntando qual é relação entre economia e criatividade. Ou o que é e para que serve a economia criativa.

É por isso que preparei este artigo. Nele, vou esclarecer todas as suas dúvidas sobre o assunto.

Meu objetivo aqui é deixar você por dentro desse setor econômico que está dando o que falar.

Então, vamos fazer uma imersão pela economia criativa?

Antes de continuar, se você quer aumentar sua vendas e saber quais são as melhores estratégias para promover seu negócio online, [clique aqui para receber o Guia Completo de Marketing Digital](#).



## O que é economia criativa?

Economia criativa é o conceito que define negócios movidos pelo capital intelectual e cultural e pela [criatividade](#). Como setor econômico, engloba atividades relacionadas à criação, produção e distribuição de bens e serviços criativos.

Segundo definição que apareceu na [Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento](#), envolve “criatividade, cultura, economia e

tecnologia em um mundo contemporâneo dominado por imagens, sons, textos e símbolos”.

Alguns exemplos de aplicação da economia criativa podem ser vistos em tecnologias disruptivas que facilitam o dia a dia.

Sim, elas estão no seu smartphone: iFood, Netflix e Uber são alguns deles.

Inovadores e funcionais, os três serviços surgiram de uma ideia criativa para resolver problemas comuns a milhares de pessoas em todo o mundo.

Com isso, passaram rapidamente a valer bilhões de dólares no mercado.

### **Quais os principais setores da economia criativa?**

Não existe um consenso sobre os principais setores da economia criativa. A verdade é que essa classificação varia de país para país. Então, vamos nos concentrar no Brasil.

Por aqui, existem 20 setores que fazem parte da economia criativa. Eles foram estabelecidos pelo Decreto Nº 7743, o primeiro a prever a Secretaria de Economia Criativa como órgão vinculado ao Ministério da Cultura.

Veja quais são esses setores:

1. Animação
2. Arquitetura
3. Artesanato
4. Artes Cênicas
5. Artes Visuais
6. Audiovisual
7. Cultura Popular
8. Design
9. Entretenimento
10. Eventos
11. Games
12. Gastronomia

13. Literatura e Mercado Editorial

14. Moda

15. Música

16. [Publicidade](#)

17. Rádio

18. Software aplicado à área

19. Turismo Cultural

20. TV.

Há, ainda, outra classificação, esta proposta pelas Nações Unidas, sendo bastante respeitada em vários cantos do mundo.

Quer saber mais sobre ela? Explico ainda neste artigo.

### **Para que serve a economia criativa?**

A economia criativa é um setor utilizado para entender, [engajar](#), ajudar e entreter o público.

Lança produtos e serviços baseados em [ideias criativas](#) para os mais diversos fins.

Pode englobar tanto o artesanato que você vê na feira de domingo quanto o serviço por assinatura mais inovador dos últimos tempos.

Cria empregos, gera renda, impulsiona a exportação e promove o desenvolvimento humano, além da diversidade cultural.

Mesmo que pareça redundante dizer, se baseia na criatividade como moeda de troca.

Um movimento que ganhou novos horizontes principalmente pelo aumento da interação e do entendimento sobre os desejos do consumidor.

Hoje, está muito mais fácil descobrir quem ele é, o que ele deseja e para quê – basta compreender o conceito de [personas no marketing](#) para que isso fique claro.

Então, as oportunidades para criar produtos e serviços criativos é cada vez maior.

### **Quando surgiu o termo economia criativa?**

Antes de falar sobre a origem da economia criativa, é preciso conhecer seu antecessor: a indústria criativa.

Esse é um conceito que surgiu na Austrália, em 1994, quando foi lançado um conjunto de políticas públicas para tornar o país uma nação criativa.

Na publicação, intitulada *Creative Nation*, o primeiro-ministro australiano Paul Keating falava sobre a importância da cultura e arte para o desenvolvimento do país.

Já citava a economia criativa, mas o conceito só ganhou forças poucos anos depois.

Em 1996, [Tony Blair](#) incluiu o tema em sua campanha para o cargo de primeiro-ministro no Reino Unido. Naquela época, o país enfrentava uma grave crise e não tinha perspectivas de crescimento.

Então, Blair criou uma força-tarefa para que ele pudesse crescer a partir de seu patrimônio intangível, de Beatles a Shakespeare: a indústria criativa.

Em conjunto com todos os ministérios, ele criou o que se tornou a segunda maior economia do país.

Já no Brasil, um dos mais importantes marcos da economia criativa aconteceu durante o evento Rio+20, em 2012.

Na ocasião, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável a incluiu como pilar do desenvolvimento sustentável.

### **Quem criou a economia criativa?**

A teoria mais aceita hoje é que [John Howkins](#), um pesquisador inglês, seja o pai da economia criativa.

Isso porque, em 2001, ele mapeou pela primeira vez o conceito no livro *The Creative Economy*.

Na obra, ele também falou sobre os impactos da criatividade e da inovação na economia.

### **Como ela está mudando o mercado?**

A economia criativa está mudando o mercado por um simples motivo: oferece soluções inovadoras para problemas que ainda nem foram criados.

E com a velocidade com a qual tudo se transforma, hoje, trabalhar com criatividade e inovação significa sobreviver em um cenário cada vez mais competitivo.

Com isso, as empresas estão correndo contra o tempo para incorporar criatividade e inovação a seus produtos e serviços.

É um esforço que vem conquistando cada vez mais espaço na economia mundial.

A partir dele, saem na frente empresas e profissionais que buscam fazer diferente e fugir do mais do mesmo.

### **As 4 divisões da economia criativa**

Como antecipei antes, existe uma classificação das Nações Unidas sobre as divisões da economia criativa.

Ela foi levantada pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio Internacional e o Desenvolvimento (UNCTAD) e estabelece quatro agrupamentos.

São eles:

#### **1. Herança cultural ou patrimônio**

É onde se concentram expressões culturais mais tradicionais, como artesanato, exposições, festas populares, gastronomia típica e museus.

#### **2. Artes**

Como você já deve estar imaginando, concentra produtos e serviços visuais e performáticos.

Considera como herança cultural e patrimônio os valores de identificação e significação simbólica.

Fazem parte expressões artísticas, como dança, escultura, [fotografia](#), música e teatro.

#### **3. Mídia**

Diz respeito a produzir e levar para o grande público conteúdo criativo. Dentro dessa divisão, está a mídia editorial (imprensa, [livros](#), revistas e [sites](#)) e a mídia audiovisual (cinema, rádio e televisão).

#### **4. Criações funcionais**

São atividades que surgem para atender a uma demanda, sendo um grupo composto por atividades como design, nova mídia e serviços criativos.

Então, alguns exemplos de criações funcionais são: brinquedos, [marketing digital](#), moda, publicidade, softwares e videogames.

### **Qual é a diferença entre economia criativa e criatividade?**

Embora muitos usem como sinônimo, economia criativa e criatividade possuem características distintas.

A economia criativa envolve a geração de valor para o mercado.

Já a criatividade por si, uma habilidade essencial para o futuro e relacionada à criação de algo novo.

### **O impacto das novas tecnologias na economia criativa**

Já parou para pensar sobre como seria o mundo se não pudéssemos contar com a ajuda de novas tecnologias?

Ou, melhor ainda, sobre como seria o mercado?

A tecnologia se tornou a principal aliada para que qualquer negócio possa ampliar oportunidades.

E, com a transformação digital, passou a gerar impactos ainda maiores para produtos e serviços produzidos.

Para que você entenda como as novas tecnologias influenciam a economia criativa, compartilho a seguir o que foi constatado por um [estudo](#) da McKinsey & Company com o Fórum Econômico Mundial sobre o tema.  
Confira:

#### **1. A inteligência artificial está mudando as cadeias de valor**

Existem algoritmos baseados em redes neurais que já podem entender quais filmes vão agradar mais na Netflix ou quais livros você tende a comprar na Amazon.

Com isso, os fornecedores podem recomendar produtos e serviços sob medida.

Em outras palavras, isso quer dizer que a inteligência artificial passou a substituir humanos em atividades repetitivas e trabalhosas.

Certamente, seria impossível analisar, agrupar e comparar as preferências de milhares de consumidores e ainda fazer novas recomendações diariamente.



Muita gente se assusta com isso, mas a verdade é que, por trás desse grande avanço tecnológico, está uma grande oportunidade para a economia criativa.

Enquanto máquinas e robôs cuidam de tarefas mecânicas, os profissionais criativos ganham tempo para desempenhar atividades específicas.

## **2. Tecnologias de imersão estão personalizando cada vez mais a indústria criativa**

Se as mudanças estão acontecendo a cada momento, é importante lembrar que os consumidores também fazem parte delas.

Cada vez mais exigentes, estão acompanhando e se adaptando a novos cenários.

Esperam por produtos e serviços mais engajadores e personalizados de acordo com os seus gostos e preferências.

Então, saem na frente as empresas que forem capazes de entregar [experiências diferenciadas](#), como trabalhos baseados em tecnologias de imersão.

Aqueles que envolvem a criação de realidades artificiais e virtuais, onde as pessoas podem sentir, compreender e agir com ambientes e recursos digitais.

O custo para o uso dessas novas tecnologias ainda é alto para grande parte das empresas.

Mas a tendência é que se torne acessível nos próximos anos para atender da melhor forma às novas necessidades do consumidor moderno.

## **3. Economias e plataformas criativas estão em convergência**

Outro ponto apontado pelo estudo é o uso da tecnologia em cenários mais dinâmicos.

Como não é mais possível ter controle sobre como os consumidores descobrem [novos conteúdos](#), plataformas digitais são cada vez mais convidativas.

Elas se tornaram fontes de dados poderosos para empresas que desejam se aproximar dos consumidores ao entender melhor o que eles querem.

## **O panorama da economia criativa no Brasil e no mundo**

E

*E você, já trabalhou com alguns dos setores da economia criativa ou tem vontade de empreender nessa área? Compartilhe a sua experiência ou opinião aqui nos comentários.*

### **Sobre Neil Patel**

Ele é o co-fundador da [NP Digital](#). O The Wall Street Journal o considera como influenciador top na web. A Forbes diz que ele está entre os 10 melhores profissionais de marketing e a Entrepreneur Magazine diz que ele criou uma das 100 empresas mais brilhantes do mercado. O Neil é um autor best-seller do New York Times e foi reconhecido como um dos 100 melhores empreendedores até 30 anos pelo presidente Obama e como um dos 100 melhores até 35 anos pelas Nações Unidas.

## **6. ECONOMIA E CULTURA - PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO DE VALORES**

**Rejane Xavier [18]** - - Palestra no Fórum Cultural Mundial - São Paulo 02/07/2004 - Publ. 21 mar 2009

<https://rexcogitans.blogspot.com/2009/03/economia-e-cultura-producao-e.html>

*"A crescente importância das indústrias culturais, num mercado cada vez mais globalizado, é um fato indisputado, porém ainda gera questionamentos e conflitos de interesse. Por um lado, celebra-se a capacidade dessas indústrias de gerar valor, trabalho e renda; por outro, temem-se seus efeitos sobre as culturas tradicionais, e as pressões que exercem sobre a criatividade e a liberdade dos artistas. "*

-->

A primeira questão que se coloca, frente ao título desta conferência, é sem dúvida definir *de que valores estamos falando*. Valor econômico e valor cultural frequentemente se contrapõem, e a *mercantilização da cultura* (tratar os valores culturais somente ou principalmente como valores econômicos) tem sido vista como uma ameaça à criação cultural autêntica. E nesta era de acelerada globalização, a produção cultural é cada vez mais tratada como mercadoria, a ser enquadrada nas mesmas regras que regem o comércio internacional de bens e serviços.

A crescente importância das indústrias culturais, num mercado cada vez mais globalizado, é um fato indisputado, porém ainda gera questionamentos e conflitos de interesse. Por um lado, celebra-se a capacidade dessas indústrias de gerar valor, trabalho e renda; por outro, temem-se seus efeitos sobre as culturas tradicionais, e as pressões que exercem sobre a criatividade e a liberdade dos artistas. Escritores, músicos, cineastas, pintores têm a justa aspiração de ver seu trabalho divulgado, reconhecido e bem remunerado, e vêem na indústria cultural a possibilidade de alcançar essas aspirações.

Entretanto, recusam-se ou relutam em pautar sua arte pelas “regras do mercado”: lançar um novo disco por ano, mesmo que não tenham um novo trabalho maduro; fazer filmes que reproduzam o ritmo alucinante do cinema americano (pensemos nos maravilhosos filmes iranianos, que o público freqüentemente considera “lentos” e “tediosos”, devido aos esquemas de percepção e apreciação moldados pelas produções hollywoodianas); produzir quadros e esculturas adaptados ao gosto decorativo ocidental, escrever histórias segundo o modelo dos *best sellers* editoriais.

É sobre essa tensão entre valor de mercado e valor cultural que desejo refletir, ampliando se possível a abrangência da análise, de modo a superar a contradição entre ambos, sem deixar de perceber suas diferenças e mesmo os pontos em que, eventualmente, sua oposição não possa ser contornada.

### **Indústria cultural: a cultura como mercadoria...**

O conceito de “indústria cultural” foi criado por Max Horkheimer e Theodor Adorno, pensadores da Escola de Frankfurt, nos anos 40, no bojo de sua Teoria Crítica da Sociedade, de cunho fortemente anti-capitalista.

Para aqueles teóricos da cultura e da sociedade, a produção, circulação e consumo dos bens culturais (sinteticamente, aqueles em que o significado é mais importante do que a utilidade) foram sendo submetidos de forma inexorável à lógica massificante da economia capitalista. A reprodutibilidade técnica privou a obra de arte da sua “aura”, do seu caráter único e de sua presença concreta num tempo e num lugar específicos. Reproduções, discos, gravuras passam a ser criados, vendidos e consumidos como mercadoria, e para isso precisam se tornar de fácil reconhecimento e aceitação por parte de um amplo mercado. Deixam de ter a função crítica da obra de arte, de provocar a reflexão, a inquietude, a estranheza, a emergência de novas formas de sensibilidade. Servem para distrair e entorpecer as massas, ocupando seu tempo livre com formas e conteúdos análogos aos do tempo da produção. Torna-se assim “natural”, e até aprazível, o enquadramento dos trabalhadores aos processos de massificação a que são submetidos.

Walter Benjamin, também ligado à Escola de Frankfurt, introduziu um viés levemente menos pessimista em relação ao conceito de indústria cultural, na medida em que via nessa massificação da produção e do consumo culturais também uma possibilidade de apropriação crítica da nova dinâmica cultural por parte das próprias massas. Essas não seriam apenas objetos indefesos de manipulação, mas também sujeitos potenciais de um processo crítico de libertação.

O conceito de “indústria cultural” parece hoje ter perdido muito de sua contundência crítica, embora pensadores como Hannah Arendt, Jürgen Habermas e Richard Sennet tenham retomado o tema no âmbito das investigações centradas no conceito de espaço público (ou esfera pública), em cuja constituição a dimensão cultural assume papel relevante. <sup>11</sup>

No sentido comum, o termo “indústria cultural” passou a ser usado para se referir ao campo da produção, difusão e fruição culturais enquanto processos econômicos, sem maiores preocupações com o que os diferencia e caracteriza como processos culturais. Geração de emprego e renda, participação no PIB, formação de mão-de-obra, financiamento, direitos autorais,

acesso a mercados são os temas centrais e exclusivos de uma certa “economia da cultura” cada vez mais em voga. Se ela dá a alguns o conforto de pensar que finalmente a área cultural, e eles próprios, estão sendo admitidos à categoria das coisas e das pessoas a serem levadas a sério, por outro lado deixa escapar a especificidade do campo cultural, ela sim capaz de lhe conferir relevância social, política e, inclusive, econômica. Nesse contexto, o balanço entre o valor de uso e o valor de troca do produto cultural pende decisivamente para o lado da utilidade, da mercadoria, em detrimento do sentido.

### **...e a culturalização do mercado**

Ao abordar a temática das “indústrias culturais”, quis pelo menos reafirmar a importância de algumas das preocupações centrais da reflexão da Escola de Frankfurt, dissociando-as embora do pessimismo radical de Adorno e Horkheimer ou do otimismo um tanto romântico de Benjamin quanto ao poder redentor das massas.

Hoje não vivemos mais os tempos em que esse dilema – cultura ou mercadoria – se colocava de forma tão contundente. A superação da contradição não veio contudo – ou não veio exclusivamente – de uma apropriação crítica, pelas massas, dos conteúdos e dos processos da indústria cultural. Na verdade, foi o próprio capitalismo que mudou muito do tempo dos frankfurtianos para o nosso. Não estamos mais no paradigma industrial da produção mecanizada e em larga escala de bens de consumo de massa de baixo valor agregado. De uma época em que a produção em massa tratava de criar, por bem ou por mal, mercado de massa para sua oferta de produtos padronizados, chegamos à era da busca dos nichos de procura, da segmentação dos mercados, das demandas específicas.

Ao mesmo tempo em que há uma mercantilização da cultura, há também uma culturalização do mercado. A tendência da economia mundial, hoje, é de que bens manufaturados se tornem rapidamente *commodities*,<sup>[2]</sup> cuja materialidade pouco importa: pode ser comprada, pode ser encomendada de outros que conseguem produzir numa escala melhor, mais econômica. Vende-se hoje, mais do que coisas materiais (um café, uma taça de champanha, um traje de praia ou um equipamento esportivo) as experiências simbolicamente associadas às mesmas: a sofisticação da cultura francesa, a sensualidade e a descontração cariocas, a coragem e a resistência de uma aventura na selva ou no deserto, etc.

Pela velha regra (“bem cultural é aquele em que o significado é mais importante que a utilidade”) hoje praticamente todos os bens são “bens culturais”: a marca vale mais que o tênis ou o jeans, a *griffe* mais do que os óculos, o *design* mais do que a cadeira. Associação entre significado e valor de uso que é frequentemente remota, arbitrária ou mesmo contraditória: a publicidade associa experiências de saúde e de sedução ao cigarro que mata e envelhece, ou de competência e honestidade a candidatos corruptos e incapazes...

Que novos papéis assumem a produção e a recepção cultural nesse novo contexto? Que novas características o capitalismo busca moldar no trabalhador e no consumidor? Como se reconfigura a relação cultura/modo de vida, como se articula a dialética entre diversidade e universalidade, no mundo globalizado? Como se constroem e se veiculam os significados, na sociedade atual?

### **A globalização ameaçadora**

Nossa época se caracteriza pelos processos acelerados de urbanização e de globalização, sob a égide do capital financeiro, no bojo de uma revolução tecnológica e gerencial que torna a produção cada vez mais incorporadora de “inteligência” e menos de matérias primas ou de energia humana não-qualificada.

A mudança do padrão tecnológico marginaliza os grandes contingentes populacionais que no modelo industrial anterior constituíam as reservas de mão-de-obra não-qualificada, agora dispensáveis e indesejadas. O Estado perde sua função econômica de grande acumulador de capital; seu caráter nacional passa a ser um obstáculo à livre circulação financeira; seu papel de compensador das desigualdades sociais um impedimento ao descarte, considerado inevitável, da velha mão-de-obra industrial.

O mercado globalizado, com seus mecanismos de produção e de distribuição cultural dominados por um pequeno grupo de atores hegemônicos, contém inegáveis ameaças à sobrevivência das culturas tradicionais. Solidárias de estilos de vida alheios à competição capitalista e aos seus agressivos mecanismos de comercialização, muitas dessas culturas correm o risco de irem aos poucos se circunscrevendo a grupos minoritários e marginalizados dentro do grande fluxo da urbanização “modernizadora”.

Os apelos do progresso, da modernidade e do consumo seduzem os jovens, e o rompimento dos laços culturais parece-lhes muitas vezes a única forma de acesso ao trabalho melhor remunerado e às oportunidades de ascensão social, de reconhecimento individual e de participação política.

Mas a rapidez da criação de novos conhecimentos e da transmissão das informações, a especialização crescente em quase todas as áreas e as movimentações das populações - do campo para as cidades, dos países pobres para os desenvolvidos - criam guetos culturais, étnicos e linguísticos no seio das grandes metrópoles, enquanto o abismo econômico e cultural se aprofunda entre as classes e as nações.

Esse imenso potencial de frustração e de desenraizamento pode levar, como tem levado, ao aumento da pobreza e da exclusão, à perda da identidade e à condenação de grandes contingentes de jovens à marginalidade, às drogas e à violência.

Uma experiência que vivi pessoalmente, ao visitar o Parque Nacional do Xingu, em 1995, dá uma idéia de como o necessário processo de inclusão no irreversível movimento de globalização econômica e cultural pode ser desconcertante para as sociedades tradicionais. Os grupos indígenas do Xingu têm as melhores condições possíveis, no mundo contemporâneo, para preservar seu modo de vida tradicional. Dispõem de um amplo território, e estão protegidos dos contatos mais predatórios com a sociedade envolvente (por exemplo: é preciso uma autorização especial da FUNAI – órgão federal encarregado da sua proteção – para ter acesso à reserva). Por outro lado, desejam e sabem que precisam conhecer a cultura “do branco”: a reserva tem postos médicos, escolas bilingües, acesso à rádio e à televisão. Entre os objetos mais valorizados para as trocas, na reserva (não se usa dinheiro, mas pode-se trocar objetos com os índios), estavam as pilhas elétricas - para as lanternas, mas sobretudo para os aparelhos de rádio. Os jovens ouvem a Rádio Nacional, e eu os assisti pedindo ao radialista que integrava o nosso grupo que colocasse anúncios em seu

programa de encontros sentimentais: queriam namorar moças brancas, e davam pseudônimos brasileiros ou até mesmo americanos (Jôni, Maiquel) para os anúncios.

### Takuman<sup>[3]</sup>



No meio da noite, à beira de uma fogueira, em pleno coração da selva amazônica, o cacique Takuman, líder dos kamaiurás, veio espontaneamente conversar comigo, preocupado com a educação das novas gerações do seu povo. Reconhecia a importância da escola; entretanto, tinha plena consciência do impacto dessa educação “de fora” sobre os valores e práticas culturais ancestrais. Contou que os meninos agora queriam andar calçados, e não tinham mais o mesmo interesse por aprender e treinar o *huka-huka*, a luta ritual tradicional.

Foto Sandra Zarur ©



E que as mulheres e as meninas hoje tinham vergonha de andar sem roupa, “*não só na frente dos brancos, mas também dos próprios homens da tribo*”. Pude sentir, naquele momento, toda a perplexidade de um homem de visão – um grande estadista – com o futuro do seu povo. E isto pelo viés da cultura, enquanto os líderes mais jovens tratavam, com as autoridades presentes, de questões materiais, como a demarcação das terras e as invasões dos garimpeiros.

*Mutatis mutandis*, não estaremos todos nós de certa forma em situação semelhante, colhidos numa onda global que nos envolve e carrega, destruindo, de forma sutil ou abrupta, os valores culturais das nossas próprias sociedades?

### ***Uma outra história***

Mas a globalização não representa apenas ameaças à diversidade cultural: ela oferece também inéditas oportunidades. Um novo horizonte de possibilidades se abre, com a afirmação do local e do regional, com a procura crescente pelo diferente, pelo singular, por produtos, bens e serviços que incorporem conceitos e valores artísticos e humanos autênticos.

Os avanços da tecnologia tornaram mais acessíveis os equipamentos, em diversas áreas da produção cultural, e mais rápidos e eficientes os canais de comunicação e divulgação. O conhecimento e a informação circulam com maior liberdade e rapidez e, graças às redes de comunicação, passa-se do local ao global com uma agilidade até então inconcebível.

No campo político, mudanças culturais positivas também podem ser apontadas <sup>[4]</sup>. Não há dúvidas de que temos assistido ao avanço da democracia: o Estado vem perdendo o monopólio do público, e a participação da sociedade na gestão da coisa pública tem sido reforçada. As empresas privadas assumem novas responsabilidades sociais, e as comunidades locais e o Terceiro Setor ganham maior peso, inclusive no controle do desempenho da função pública.

Uma nova consciência de solidariedade faz contraponto à exacerbação do individualismo. Os temas ambientais, a mobilização em torno das mais diversas questões coletivas - característica das ações das ONGs - a solidariedade ativa em relação a grupos desfavorecidos ou discriminados, mostram que existem forças capazes de assegurar um novo tipo de coesão inter-grupal não homogeneizante. O racismo, a discriminação sexual, o desrespeito ao meio ambiente, as condições desumanas de trabalho, a fome, a pobreza extrema, se ainda persistem largamente, estão se tornando não apenas objeto de condenação moral e política, mas de ações cada vez mais amplas de combate e superação.

A indústria cultural, sob esse ponto de vista, deixa de ser vista exclusivamente como ameaça, e passa a se transformar em possível aliada na busca de uma nova globalização, que não exclua a pluralidade. Uma globalização sustentável, baseada não na hegemonia e na exclusão, mas em uma rede de trocas simbólicas capazes de gerar valor econômico sem destruir os valores culturais.

### ***Globalização, hegemonia e cultura***

O processo de globalização tem sido intimamente associado à afirmação da hegemonia de um país, ou de um pequeno grupo de países, sobre o conjunto da

humanidade. Considerado por alguns como um mero eufemismo para “imperialismo”, esse conceito de hegemonia significa, entretanto “mais do que mera liderança, porém menos do que simplesmente império”. “Um poder hegemônico é um estado que consegue impor seu conjunto de regras sobre o sistema internacional, e dessa forma criar temporariamente uma nova ordem política... assegurando ao mesmo tempo, para si mesmo ou os seus aliados, certas vantagens econômicas não conferidas pelo mercado, mas obtidas por meio de pressão política”.<sup>[5]</sup>

John Samuel Nye, autoridade americana em assuntos internacionais<sup>[6]</sup>, distingue três tipos de poder de uma nação no contexto internacional, ou três dimensões da hegemonia: militar, econômica, e político-cultural.

A primeira camada, da hegemonia militar, é hoje claramente unipolar, com o domínio indiscutível dos Estados Unidos sobre qualquer outro país ou grupo de países. A camada intermediária, da hegemonia econômica, é multipolar, porém extremamente concentrada: Estados Unidos, Europa e Japão representam dois terços do produto mundial.

A última camada, a mais básica, é o nível do chamado *soft power*<sup>[7]</sup>, onde se trata, sobretudo, de “conquistar corações e mentes”, isto é, de atrair a adesão aos ideais, aos valores, comportamentos políticos e estilos de vida que praticamos e professamos<sup>[8]</sup>.

Se bem que existam forte conexões entre as três dimensões do poder, e que esteja sempre presente a possibilidade de que este *soft power* seja buscado e exercido com a finalidade de fortalecer e legitimar os outros dois<sup>[9]</sup>, ele tem certas peculiaridades que o tornam mais aberto a uma apropriação não-hegemônica.

Países que estão fora dos centros de decisão militar ou econômica dificilmente conseguem vencer a distância que os separa dos mesmos. Já o capital cultural está ainda largamente disperso, e envolve uma grande variedade de atores não-governamentais. As trocas dependem de mecanismos comunicativos e de interações que se processam em grande medida fora da esfera estatal, envolvendo atores não-governamentais (ONGs, etc.); redes formais ou informais, reais ou virtuais, de artistas, pensadores, escritores e produtores individuais; meios de comunicação tradicionais ou eletrônicos.

A hegemonia econômica ou militar é essencialmente instável. Como pitorescamente dizia Napoleão Bonaparte, “*é possível fazer qualquer coisa com as baionetas, exceto sentar sobre elas*”. No terreno da economia, a globalização hegemônica tem produzido tamanha destruição ambiental, concentração da riqueza e do conhecimento e exclusão social, que claramente não pode continuar se prolongando no mesmo ritmo. Já no campo da cultura e dos valores, é possível ao contrário construir alianças e redes que configurem uma “globalização sustentável” e inclusiva.

Nesse campo, podemos conceber, e em alguns casos até já identificar, o esboço de um processo de globalização não-hegemônica, capaz de operar segundo uma lógica própria. Trata-se de um movimento social com raízes muito fortes, cuja crescente integração não ameaça, mas valoriza e defende a pluralidade e a variedade culturais. Como movimento social, sua força vem do reconhecimento, pelas sociedades civis, da legitimidade de seus participantes, enquanto representantes dos valores e das culturas nacionais, e da sua



capacidade, como inovadores culturais, de criar novas normas e novas instituições que permitam canalizar recursos de uma maneira diferente.<sup>[10]</sup>

É preciso conquistar e defender esse espaço de trocas simbólicas, de socialização do legado múltiplo da diversidade cultural da humanidade, contra sua instrumentalização a serviço das hegemônias militar e econômica.

A necessidade de proteger a diversidade cultural do mundo, sustentada pelo PNUD, implica em que os bens culturais tenham tratamento especial nas relações comerciais, e que culturas nacionais sejam incentivadas, como forma de proteção frente à concorrência internacional. O ministro da Cultura do Brasil, Gilberto Gil, tem defendido essa posição em diversos foros mundiais; o ministro interino, Juca Ferreira, sustenta a legitimidade da política de proteção e de favorecimento da diversidade cultural, afirmando que ela "é boa para a humanidade como um todo. Seria terrível que, depois de tanta experiência humana, quase tudo isso fosse jogado fora por uma circunstância de monopólio econômico".<sup>[11]</sup>

Avançando em relação a uma posição puramente defensiva, é preciso promover ativamente e participar da construção de espaços de encontro e de redes de trocas culturais de sentido múltiplo, não-hegemônicas e não-homogeneizantes, como está ocorrendo neste Fórum Cultural Mundial.

### ***Aspectos pouco enfatizados da relação cultura/economia***

Antes de concluir, gostaria de mencionar certos aspectos da relação entre cultura e economia que dificilmente aparecem nas estatísticas ou nas contas nacionais, mas que têm uma enorme importância e reflexos econômicos não negligenciáveis.

A cultura é o campo por excelência onde se articulam os valores individuais e sociais; onde o indivíduo encontra o repertório simbólico que lhe permite expressar-se e ser compreendido pelos demais, e onde esse patrimônio comum de signos, valores, sentimentos e experiências se enriquece e se transforma com as contribuições de cada um.

Numa sociedade culturalmente vibrante, que favorece esse trânsito crítico entre o individual e o coletivo, *as pessoas são mais felizes*. E a felicidade tem um alto valor econômico: ela se reflete em melhor saúde, mais educação e segurança, meio ambiente mais preservado, maior produtividade no trabalho. Um pequeno exemplo: uma das conclusões da PNAD<sup>[12]</sup>-2001, na área da educação, foi de que as crianças que vivem com a mãe (mesmo que esta trabalhe fora de casa, ou que tenha um baixo nível educacional) apresentam em média meio ano a menos de atraso escolar do que as demais<sup>[13]</sup>. Num país que tem 36 milhões de alunos no ensino fundamental, é fácil calcular a economia que representa a felicidade dessas crianças! Em sentido inverso, poderíamos considerar a situação de alguns grupos de índios guaranis<sup>[14]</sup>, culturalmente desestruturados por uma "integração" predatória com a sociedade branca: o índice de suicídio é altíssimo, especialmente entre os jovens, o que representa uma perda total de possibilidades humanas e sociais<sup>[15]</sup>.

No caso das campanhas de combate à AIDS/SIDA, no Brasil, o fato de se evitar a idéia de culpabilização e de se dirigirem mensagens diferenciadas a vários grupos culturais tem sido apontado como um dos grandes fatores de seu êxito.

E o país tem poupado com isso bilhões de dólares em relação às previsões pessimistas, que projetavam um quadro de alastramento rápido da doença.

No terreno privado, a cultura também vem sendo cada vez mais reconhecida como um fator de sucesso empresarial e pessoal. O empreendedorismo, a disposição a assumir riscos, a habilidade social de associar competição com cooperação e associativismo, são características culturais que favorecem certos grupos e regiões, e que são altamente reforçadas por outros fatores culturais, como participação em clubes, grupos musicais e de dança, atividades religiosas, etc. Além disso, como já foi mencionado, uma forte identidade cultural se reflete em serviços e produtos diferenciados, agregando valor econômico num contexto de busca pelo que é autêntico e único.

### ***Mais visibilidade à importância da cultura na economia***

Uma tarefa importante para os gestores da área cultural, no mundo todo, é a de buscar maior visibilidade para a presença das atividades culturais na economia, como geradoras de emprego e renda.

Em grande parte dos países, as indústrias culturais e outras atividades de forte referência cultural (como o artesanato, o turismo cultural, o *design*) não estão claramente representadas nas contas nacionais. No Brasil, por exemplo, a indústria editorial aparece como um subsetor dentro da indústria gráfica (que inclui a produção de embalagens de papel e papelão). As indústrias audiovisuais, fonográficas e o setor de rádio e TV não aparecem explicitamente mencionados; no artesanato confundem-se arte popular e oficinas mecânicas, serralheria, confecções, etc. O resultado é que nem os responsáveis pelas contas públicas nem os próprios gestores culturais têm idéia clara do peso econômico da cultura. A instituição de uma *conta satélite da cultura*, dentro da contabilidade nacional, é uma aspiração do setor, que no Brasil já começa a tomar forma, graças aos entendimentos entre o Ministério da Cultura e a área econômica do governo.

Por outro lado, a articulação internacional que se busca, no campo cultural, não pode prescindir da existência de dados, estatísticas e séries históricas *comparáveis* entre os países e os blocos regionais. Para isso, a coleta e sistematização desses dados deve refletir um *consenso conceitual* – basear-se em definições e metodologias comuns – que ainda está longe de ser atingido. <sup>[16]</sup>

Mais uma vez, o artesanato pode servir como exemplo: nem mesmo no âmbito da comunidade européia se conseguiu um consenso sobre a abrangência do termo. Não existe um conceito único, nem critérios homogêneos <sup>[17]</sup>. *Artesanato* se confunde com, ou se inclui, freqüentemente, em conceitos mais amplos, como indústria/serviço artesanal, indústria doméstica, e até mesmo pequena empresa e empresa individual ou familiar. Em alguns países, como a França ou a Itália, “artesanal” é associado a exclusividade, acabamento de alta qualidade, *design* avançado: um sapato, uma jóia, uma roupa, um móvel, um instrumento musical produzido artesanalmente é um luxo, algo muito acima do que pode ser produzido industrialmente. Em outros lugares, talvez a maioria, “artesanal” é o pré-industrial, o que é produzido com métodos primitivos por comunidades carentes, ou no meio rural, ou por etnias não bem integradas à cultura nacional predominante. Isto quer dizer que quando se fala

de “artesanato” cada país está falando de coisas diferentes: seus dados não são comparáveis e suas políticas não têm o mesmo objeto.

### **Concluindo**

Na agenda dos desafios que se colocam para os agentes e gestores culturais nesta era de estreitamento das relações internacionais, incluem-se certamente alguns dos itens sobre os quais estivemos refletindo aqui hoje:

- tirar proveito dos espaços que se abrem na economia global para a produção cultural nacional e local;
- dar visibilidade à presença das atividades culturais na economia (criando contas-satélite nacionais da cultura, com base num consenso conceitual internacional, que conduza a comparações e à troca de experiências sobre bases comensuráveis);
- evidenciar a centralidade da cultura nas políticas de desenvolvimento, e sua capacidade de favorecer a educação, a saúde, a segurança, a preservação do meio ambiente – além de proporcionar emprego e renda e de agregar valor a inúmeras outras áreas, como turismo e exportações;
- orientar as políticas culturais no sentido da inclusão social e econômica, de raça e de sexo;
- promover articulações culturais globais visando à afirmação e às trocas entre as diferentes identidades culturais;
- defender, nos foros econômicos internacionais, o tratamento diferenciado à produção cultural, visando a preservação da sua diversidade.

Não tive a pretensão, neste Fórum, de apresentar novidades nem de apontar soluções para essas ou outras questões com as quais todos nós, trabalhadores da cultura, convivemos no nosso dia-a-dia. Nessa retomada necessariamente breve de alguns desses temas que nos empolgam, quis apenas, mantendo viva a chama da inquietação, lembrar que, pela cultura, temos ainda o poder de mudar o mundo para melhor.

---

<sup>[1]</sup> Canclini, N.G., em *Culturas Híbridas*, São Paulo, EDUSP, 1997, destaca o papel das indústrias culturais na transformação do espaço público.

<sup>[2]</sup> Cf. Jeremy Rifkin, *A era do acesso*, São Paulo, Makron Books, 2001. O autor enfatiza a redução da materialidade da produção econômica, em benefício do crescimento da importância dos ativos intelectuais, do papel dos serviços e dos conhecimentos.

<sup>[3]</sup> Foto: Carlos Caju da Silva/Jeanette Johansen da Silva, em [www.ngo.grida.no/.../projects/caju/bilde2.htm](http://www.ngo.grida.no/.../projects/caju/bilde2.htm)

<sup>[4]</sup> Ver a entrevista “Novas formas de cidadania”, com Jean-Louis Lavige e Roger Sue, em <http://www.ambafrance.org.br/abr/label/Label39/dossier/10acteur.html>

<sup>[5]</sup> Cf Niall Ferguson, *Hegemony or Empire?* Foreign Affairs, September/October 2003

<sup>[6]</sup> **Joseph S. Nye, Jr.**, Diretor da *Kennedy School of Government* na Universidade de Harvard, foi Presidente do *National Intelligence Council* e Secretário Assistente da Defesa no governo Clinton. É autor de vários livros, entre os quais *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone* e *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. A editora Public Affairs publicará sua próxima obra, *The Power Game*, no final de 2004.

<http://ksghome.harvard.edu/~jnye.dean.ksg/fullbio.html>

<sup>[7]</sup> Conceito desenvolvido por Nye desde o final dos anos 80, e objeto do seu último livro, *Soft Power: the Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, 2004.

<sup>[8]</sup> Pierre Bourdieu, com diferente visão e motivação políticas, desenvolveu o conceito análogo de “poder simbólico” (“Symbolic power : ... an almost magical kind of power which enables one to obtain the equivalent of what is obtained through force (whether physical or economic), by virtue of the specific effect of mobilization (...).” (*Language and Symbolic Power*, p. 170)

<sup>[9]</sup> O do *bastão* (militar) e o da *cenoura* (econômico). Esse é o uso que interessa a Nye, que o preconiza como a maneira mais inteligente de consolidar a hegemonia americana (“*smart power*”).

<sup>[10]</sup> Cf. ALEXANDER, Jeffrey C. Ação Coletiva, Cultura e Sociedade Civil: Secularização, atualização, inversão, revisão e deslocamento do modelo clássico dos movimentos sociais. Rev. bras. Ci. Soc., Junho 1998, vol.13, no.37, p.5-31. ISSN 0102-6909.

<sup>[11]</sup> Cf. Merval Pereira O vasto mundo de Gil, em O Globo – RJ, 16/07/2004 -

08:25 <http://clipmail.interjornal.com.br/clipmail.kmf?clip=gl3y4ojz2f&palavra=PNUD#topo#topo>

<sup>[12]</sup> Pesquisa Anual por Amostra de Domicílios, espécie de “mini-censo” amostral realizado anualmente pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

<sup>[13]</sup> Ver Sérgio Guimarães Ferreira e Ricardo Montes de Moraes *Desempenho Educacional no Brasil: o que nos diz a PNAD-2001*, em

[http://www.bndes.gov.br/conhecimento/informesf/inf\\_48.pdf](http://www.bndes.gov.br/conhecimento/informesf/inf_48.pdf)

<sup>[14]</sup> O fenômeno atinge também outros grupos indígenas: ver Erthal, R., 2001. *O suicídio Tikúna no Alto Solimões: Uma expressão de conflitos*. Cadernos de Saúde Pública, 17:299-311.

<sup>[15]</sup> Ver por exemplo Pimentel, Spensy *O mistério dos suicídios*, em

[http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas\\_link.cfm?Site=http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas\\_sesc/pb/artigo.cfm&Edicao\\_Id=76&Artigo\\_ID=749&IDCategoria=933&reftype=1](http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas_link.cfm?Site=http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas_sesc/pb/artigo.cfm&Edicao_Id=76&Artigo_ID=749&IDCategoria=933&reftype=1). E também Rossato, Veronice Lovato

Os resultados da escolarização entre os Kaiowá e Guarani no Mato Grosso do Sul, em

[http://www.imaginario.com.br/artigo/a0091\\_a0120/a0102-01.shtml](http://www.imaginario.com.br/artigo/a0091_a0120/a0102-01.shtml)

<sup>[16]</sup> Ver por exemplo o trabalho de Asta Manninen, *Statistics in the Wake of Challenges Posed by Cultural Diversity in a Globalization Context*,

em [http://www.colloque2002symposium.gouv.qc.ca/PDF/Manninen\\_paper\\_Symposium.pdf](http://www.colloque2002symposium.gouv.qc.ca/PDF/Manninen_paper_Symposium.pdf)

<sup>[17]</sup> Ver o resultado do esforço da Comunidade Européia para chegar a critérios estatísticos mínimos

comuns, no estudo “*Methodology for the collection and grouping of statistical data on small craft businesses*” (<http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-studies/documents/study-methodology-en.pdf>)

<sup>[18]</sup> Doutora em Filosofia, Jornalista. E-mail [rejanexavier@hotmail.com](mailto:rejanexavier@hotmail.com)

## 7.ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO |

### SÉRGIO SÁ LEITÃO

<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/economia-da-cultura-e-desenvolvimento-de-sergio-sa-leitao/>

**Do ponto de vista da economia, a expressão “economia da cultura” identifica o conjunto de atividades econômicas relacionadas à cultura. Do ponto de vista da cultura, trata-se do conjunto de atividades culturais com impacto econômico.**

Do ponto de vista da economia, a expressão “economia da cultura” identifica o conjunto de atividades econômicas relacionadas à cultura. Do ponto de vista da cultura, trata-se do conjunto de atividades culturais com impacto econômico. Pode-se incluir neste conjunto qualquer prática direta ou indiretamente cultural que gere valor econômico, além do valor cultural. A economia é, portanto, uma das dimensões da cultura. E a “economia da cultura” constitui um campo da economia. A expressão serve para definir este campo.

Cultura é mercadoria. Mas mercadoria distinta, com duplo valor: econômico e cultural. Mensurar economicamente a cultura não é só possível, mas necessário. Análises econômicas ajudam a entender fenômenos culturais. E reforçam uma percepção positiva das atividades culturais, ao conferir a elas valor palpável. O comércio global de bens e serviços culturais movimentou US\$ 1,3 trilhão em 2005, cerca de três vezes mais do que em 1998. Este dado afirma a importância econômica da cultura, além da “cultural”.

As indústrias culturais e seus produtos e serviços são a vitrine deste campo. Refiro-me à indústria editorial, à indústria do audiovisual e à indústria da música, entre outras. Tais setores se estruturam como cadeias produtivas. Basicamente, dizem respeito à criação, produção, distribuição e consumo de conteúdos e experiências culturais. Mas há também as atividades econômicas relacionadas à cultura que se estruturam como arranjos ou sistemas produtivos locais. E as de caráter individual, associativo e institucional.

Há vários conceitos de “economia da cultura”. E mesmo outras expressões, com diferenças conceituais que muitas vezes têm fundo político. Os americanos, por exemplo, pensam em termos de “economia do copyright”. Os ingleses, de “indústrias criativas”. Os escandinavos, de “economia da experiência”. Há pesquisadores que falam em “economia do conteúdo”. A cultura está presente em várias atividades. Como separar o que é cultural, por exemplo, na operação de uma tele? Que atividades incluir no campo?

Para efeitos de reflexão acadêmica e de formulação de políticas públicas, prefiro usar a definição precisa estabelecida no estudo “A Economia da Cultura na Europa”, divulgado em 2006 pela Comissão Européia, talvez o mais abrangente e profundo já realizado. Segundo este estudo, a “economia da cultura” foi responsável, em 2003, por 2,6% do PIB e 3,1% dos postos de trabalho dos 25 países que então formavam a Comunidade Européia. Hoje são 27 países. A pesquisa está sendo atualizada.

O estudo aponta a existência de um “setor cultural e criativo” formado por segmentos industriais e não-industriais ligados diretamente à expressão cultural; e por atividades em que a cultura impacta criativamente a produção de bens não necessariamente culturais. As atividades geradoras de valor econômico deste “setor cultural e criativo” são as que constituem o campo da “economia da cultura”. Deve-se frisar ainda que tais atividades influenciam outros setores, como ciência e tecnologia e eletro-eletrônicos.

Além do setor industrial da cultura, que inclui os segmentos do audiovisual, da música e da publicação de livros, entre outros, o estudo inclui, no campo da “economia da cultura”, a indústria da mídia (imprensa, rádio e TV), a área criativa (moda, arquitetura, publicidade, design gráfico, design de produtos e design de interiores), o turismo cultural e as expressões artísticas e instituições culturais (artes cênicas, artes visuais, cultura popular, patrimônio material, museus, arquivos, bibliotecas, eventos, festas e exposições).

O conjunto de pesquisas recentes sobre este assunto indica que a “economia da cultura” é atualmente o setor que mais cresce, mais gera renda, mais exporta e mais emprega, e o que melhor remunera. Trata-se de um feito quantitativo e qualitativo. É ainda o setor que mais impacta positivamente outros setores igualmente vitais. E mais gera valor adicionado. Está baseado no uso de recursos inesgotáveis (como criatividade) e consome cada vez menos recursos naturais esgotáveis. Apresenta um uso intenso de inovações e impacta o desenvolvimento de novas tecnologias. Finalmente, seus produtos geram bem-estar, estimulam a formação do capital humano e reforçam vínculos sociais e identidade.

Segundo o “Global Entertainment & Media Outlook 2006-2010”, da Price Waterhouse Coopers, o setor passará de US\$ 1,3 trilhão em 2005 a US\$ 1,8 trilhão em 2010, crescendo 6,6% ao ano, bem acima da média da economia mundial (5%). Na América Latina, projeta-se um crescimento anual médio de 8,5%, com o mercado passando de US\$ 40 bilhões em 2005 para US\$ 60 bi em 2010.

O Brasil tem o maior potencial de crescimento no continente, por três fatores: mercado interno expressivo, políticas públicas diversificadas e eficientes e a riqueza e a diversidade da nossa cultura. Deve-se tratar a “economia da cultura” no Brasil pensando não apenas na situação existente, mas sobretudo no potencial não-realizado, assim como nas oportunidades que se colocam, em termos de geração de renda, emprego, exportação e inclusão, tanto nacionalmente quanto local ou regionalmente.

De acordo com o “Sistema de Informações e Indicadores Culturais” (IBGE/MinC, 2006), o “setor cultural e criativo” respondia em 2003 por 5,7% dos empregos formais, 6,2% do número de empresas, 6% do valor adicionado geral e 4,4% das despesas médias das famílias brasileiras. Estima-se que a participação no PIB seja de 5%. Uma família brasileira gasta em média cerca de R\$ 67,00/mês no consumo de cultura.

O excelente trabalho do IBGE e do MinC, divulgado em 2006, mostra que as empresas culturais são responsáveis por 5% dos postos de trabalho da indústria do país, com um salário médio de 5,6 mínimos (para 4,6 de toda a indústria). No que toca aos serviços culturais, os dados são ainda mais significativos: 9% do total de empregos e 5,9 mínimos de salário médio (para 3,2 de todos os serviços).

O crescimento do setor no Brasil tem sido muito expressivo, ainda que os valores absolutos sejam modestos, se comparados ao que se verifica nos países desenvolvidos e em outros setores da economia brasileira. Segundo a Price Waterhouse Coopers, a “economia da cultura” no Brasil passou de US\$ 11,55 bi em 2001 para US\$ 14,65 bi em 2005. O estudo projeta que o setor atingirá a marca de US\$ 21,92 bi em 2010, com uma taxa de crescimento anual estimada em 8,4%, ou quase o dobro da estimativa de crescimento do PIB brasileiro.

Pesquisa da Fundação João Pinheiro aponta que o setor gera no Brasil 160 postos de trabalho para cada R\$ 1 milhão investido, mais do que a construção civil e o turismo, por exemplo. Há, portanto, um vasto potencial a ser trabalhado pelo poder público, pelo terceiro setor e pela iniciativa privada.

A sociedade brasileira manifesta uma óbvia vocação para a cultura. Poucos países apresentam um conjunto de expressões culturais tão amplo, diverso e intenso quanto o nosso. Trata-se de um diferencial competitivo. Este diferencial deve ser explorado. A “economia da cultura” é, assim, um novo front de desenvolvimento, por sua grande capacidade de geração de renda e emprego, por seu impacto na formação do capital humano e no desenvolvimento de novas tecnologias, e seus efeitos sociais positivos.

O poder público já acordou para a “economia da cultura” e o que ela pode representar em termos de desenvolvimento. Há, desde os anos 90, um sistema de financiamento público da cultura estruturado, com impactos positivos e negativos, que totaliza cerca de R\$ 3 bilhões/ano (recursos federais, estaduais e municipais). As fontes são os orçamentos, fundos específicos e leis de incentivo.

Em 2005, coordenei no MinC a formulação do Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Economia da Cultura (Prodec), que a partir de 2006 passou a integrar o Plano Plurianual da União e ganhou recursos próprios. Entre as ações do Prodec, destaca-se o apoio aos Programas de Exportação de Música, Cinema e Produção Independente de TV, Artes Visuais, Design e Instrumentos Musicais, realizados em parceria com a Apex, o Sebrae e entidades setoriais.

O ministro Gilberto Gil tem sido um apóstolo, ainda que por vezes o Ministério da Cultura apresente certa incapacidade de transformar discurso em prática. Ou não reconheça devidamente o que outros agentes fazem. Mas a causa tem cada vez mais adeptos.

O papel do poder público neste campo deve ser exercido através de cinco eixos principais:

> Formular e implementar políticas públicas, tendo em vista o grau de acesso ao consumo, a diversidade cultural, a capacitação de técnicos e empreendedores, a formação de públicos, o estímulo à criação, à produção e à distribuição, a promoção de exportações e a valorização da cultura nacional.

> Produzir e apoiar a produção e a disponibilização de levantamentos de dados, além de pesquisas e estudos sobre diversos aspectos relacionados ao tema, de modo a permitir uma melhor quantificação e também ajudar a qualificar o debate e as políticas públicas.

> Gerir instrumentos eficazes e diversificados de fomento a projetos, grupos, empresas e instituições culturais, levando em conta as dinâmicas da atividade, com recursos suficientes para estimular um processo de desenvolvimento.

> Disponibilizar crédito de longo prazo, com juros subsidiados, a empresas culturais.

> Regular as práticas econômicas, tendo em vista o equilíbrio dos mercados e a mediação entre o interesse das empresas e o interesse público.

Por serem baseados em criação, e portanto geradores de propriedade intelectual, os bens e serviços culturais se encontram no epicentro da chamada “economia do conhecimento”, constituindo um dos campos mais dinâmicos e atrativos da economia contemporânea. Na atual fase do capitalismo global o que está cada vez mais no centro das disputas competitivas são os ativos intangíveis, baseados em criatividade, idéias e valores. Vale dizer, ainda, que a economia é cada vez mais “cultural”, tendo em vista o impacto crescente de práticas e

valores culturais em processo econômicos diversos. Basta pensar, por exemplo, na questão da inovação. Ou do *design* estratégico.

No Brasil, a “economia da cultura” tem um vasto potencial ainda não-realizado de produção e distribuição de riqueza de forma sustentável, com geração de emprego e renda, assim como de bem-estar, identidade e capacitação do capital humano. Trata-se de uma vocação da sociedade brasileira que, se devidamente aproveitada, pode contribuir decisivamente para o crescimento do Brasil, assim como para a qualificação deste crescimento. Ou seja: para um desenvolvimento pleno.

As políticas públicas voltadas para a “economia da cultura” constituem, na verdade, políticas de desenvolvimento, e assim devem ser pensadas. Mais recursos para a cultura, se bem aplicados, podem ser mais recursos para o desenvolvimento do país. A cultura, portanto, deve ser uma prioridade não apenas por seu papel “cultural” na vida social do Brasil, mas por seu papel econômico.

Formado em Jornalismo na Escola de Comunicação da UFRJ, com pós-graduação em Políticas Públicas (USP) e *Marketing* (IBMEC), **Sérgio Sá Leitão** tem 40 anos e dirige a área de marketing e novas mídias da Vereda Filmes. Foi Assessor da Presidência do BNDES, onde coordenou a criação do Departamento de Economia da Cultura e do Programa de Apoio à Cadeia Produtiva do Audiovisual. Entre 2003 e 2006, foi Chefe de Gabinete e Secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura. É coordenador do módulo “Desenvolvimento e Ação Estratégica” e professor de Economia da Cultura da Pós-Graduação em Gestão Cultural da Universidade Candido Mendes.

NOTAS - <sup>1</sup>Trecho de palestra proferida no Seminário Internacional de Economia da Cultura promovido pela Fundação Joaquim Nabuco, Recife, em julho de 2007.

---

## **8. Pensar é transgredir – Lya Luft**

- 28/08/2020 - <https://encantoliterario.com.br/pensar-e-transgredir-lya-luft/>

Não lembro em que momento percebi que viver deveria ser uma permanente reinvenção de nós mesmos — para não morrermos soterrados na poeira da banalidade embora pareça que ainda estamos vivos.

Mas compreendi, num lampejo: então é isso, então é assim. Apesar dos medos, convém não ser demais fútil nem demais acomodada. Algumas vezes é preciso pegar o touro pelos chifres, mergulhar para depois ver o



que acontece: porque a vida não tem de ser sorvida como uma taça que se esvazia, mas como o jarro que se renova a cada gole bebido.

Para reinventar-se é preciso pensar: isso aprendi muito cedo.

Apalpar, no nevoeiro de quem somos, algo que pareça uma essência: isso, mais ou menos, sou eu. Isso é o que eu queria ser, acredito ser, quero me tornar ou já fui. Muita inquietação por baixo das águas do cotidiano. Mais cômodo seria ficar com o travesseiro sobre a cabeça e adotar o lema reconfortante: “Parar pra pensar, nem pensar!”

O problema é que quando menos se espera ele chega, o sorrateiro pensamento que nos faz parar. Pode ser no meio do shopping, no trânsito, na frente da tevê ou do computador. Simplesmente escovando os dentes. Ou na hora da droga, do sexo sem afeto, do desafeto, do rancor, da lamúria, da hesitação e da resignação.

Sem ter programado, a gente para para pensar.

Pode ser um susto: como espiar de um berçário confortável para um corredor com mil possibilidades. Cada porta, uma escolha. Muitas vão se abrir para um nada ou para algum absurdo. Outras, para um jardim de promessas. Alguma, para a noite além da cerca. Hora de tirar os disfarces, aposentar as máscaras e reavaliar: reavaliar-se.

Pensar pede audácia, pois refletir é transgredir a ordem do superficial que nos pressiona tanto.

Somos demasiado frívolos: buscamos o atordoamento das mil distrações, corremos de um lado a outro achando que somos grandes cumpridores de tarefas. Quando o primeiro dever seria de vez em quando parar e analisar: quem a gente é, o que fazemos com a nossa vida, o tempo, os amores. E com as obrigações também, é claro, pois não temos sempre cinco anos de idade, quando a prioridade absoluta é dormir abraçado no urso de pelúcia e prosseguir, no sono, o sonho que afinal nessa idade ainda é a vida.

Mas pensar não é apenas a ameaça de enfrentar a alma no espelho: é sair para as varandas de si mesmo e olhar em torno, e quem sabe finalmente respirar.

Compreender: somos inquilinos de algo bem maior do que o nosso pequeno segredo individual. É o poderoso ciclo da existência. Nele todos os desastres e toda a beleza têm significado como fases de um processo.

Se nos escondermos num canto escuro abafando nossos questionamentos, não escutaremos o rumor do vento nas árvores do mundo. Nem compreenderemos que o prato das inevitáveis perdas pode pesar menos do que o dos possíveis ganhos.

Os ganhos ou os danos dependem da perspectiva e possibilidades de quem vai tecendo a sua história. O mundo em si não tem sentido sem o nosso olhar que lhe atribui identidade, sem o nosso pensamento que lhe confere alguma ordem.

Viver, como talvez morrer, é recriar-se: a vida não está aí apenas para ser suportada nem vivida, mas elaborada. Eventualmente reprogramada. Conscientemente executada. Muitas vezes, ousada.

Parece fácil: “escrever a respeito das coisas é fácil”, já me disseram. Eu sei. Mas não é preciso realizar nada de espetacular, nem desejar nada excepcional. Não é preciso nem mesmo ser brilhante, importante, admirado.

Para viver de verdade, pensando e repensando a existência, para que ela valha a pena, é preciso ser amado; e amar; e amar-se. Ter esperança; qualquer esperança.

Questionar o que nos é imposto, sem rebeldias insensatas, mas sem demasiada sensatez. Saborear o bom, mas aqui e ali enfrentar o ruim. Suportar sem se submeter, aceitar sem se humilhar, entregar-se sem renunciar a si mesmo e à possível dignidade.

Sonhar, porque se desistimos disso apaga-se a última claridade e nada mais valerá a pena. Escapar, na liberdade do pensamento, desse espírito

de manada que trabalha obstinadamente para nos enquadrar, seja lá no que for.

E que o mínimo que a gente faça seja, a cada momento, o melhor que afinal se conseguiu fazer.

**(Crônica extraída do livro “Pensar é transgredir” – Lya Luft – Editora Record – 2004)**

## **9.O Desafio do Resgate de uma Cultura em Terra Arrasada**

Postado por [Alfredo Bertini](#) | nov 25, 2022 | [Artigos](#) | [0](#) |

<https://revistasera.info/2022/11/o-desafio-do-resgate-de-uma-cultura-em-terra-arrasada/>

Minha intenção hoje seria tratar de um tema de forte impacto socioeconômico e que também me incomoda bastante: saneamento básico. Sem dúvida, um item que, na minha influência bachaniana, ao enxergar o Brasil de hoje como uma certa “Luxemália”, deixa-nos com o pé na alarmante pobreza da Somália. Ostensivamente, atolado na vergonha dos dejetos que apontam para a falta de esgotamento sanitário.

No entanto, movido pela pressão dos meus pares, que se atreveram a fazer cultura e dela se nutriram para adquirir tanta resiliência, vejo que também é preciso retirar tal setor do atoleiro que lhe foi metido, justo pela ausência de políticas públicas. Portanto, cabe-me a busca por esgotar esse assunto, para daí mostrar que sanear a cultura é algo possível. Mesmo que se saiba, de pronto, que os desafios serão de soluções complexas, tamanho é o estrago em 4 D: desconhecimento, desinformação, descrédito e destruição.

De fato, saber lidar agira com a “reconstrução” é tarefa incomum para os inexperientes e os que vivenciaram outros tempos – os da bonança. Experiência para uma gestão de crise, com capacidade técnica de promover uma inflexão, representa o real sentido do avanço que se espera. Assim, a cultura terá um triplo desafio, que bem represente o peso da responsabilidade de uma gestão que reconstrua e não perca a visão de futuro. Tudo junto e misturado.

Num primeiro plano, está a pesada tarefa do resgate orgânico e institucional. Isso implica não só em recriar o Ministério como órgão gestor. É preciso retomar as políticas públicas que deram certo, corrigir erros passados e ajustar-se à realidade. Pela experiência de quem está no setor há 30 anos e que já esteve nessa esfera orgânica, isso é exercício árduo e que poderá consumir até metade do tempo de governo.

Nesse compromisso, saber-se da diferença conceitual entre incentivos e fundos. Por exemplo: não dá para apostar no resgate do velho PROCULTURA, nem muito menos dar guarida ao desenho semelhante de sinal invertido, que tramita no Congresso por proposição do governo que finda. São conceitos errôneos e com traços intervencionistas.

Tão importante quanto isso será o esforço incomum de reconstruir uma imagem setorial que foi destruída. Se considerarmos a massa de eleitores do derrotado, composta por um estrato representativo do topo da pirâmide, temos aí a expressão do desdém que esses agentes sociais têm hoje pela cultura. Tornaram-se contrários aos nossos mecanismos de custeio e sequer sabem do sentido econômico e identitário que garantem ao setor um papel estratégico para o desenvolvimento. Foram anos de “fakes” e “criminalizações”, que deixaram a cultura em terra arrasada.

Por fim, não obstante o peso da reconstrução dada pelos dois pontos iniciais, precisaremos construir o novo. E isso impõe visão de futuro e pensamento estratégico, para entender que o setor cultural precisa fazer parte do eixo dinâmico, que fará rodar a engrenagem econômica. Isso é compreender um pilar responsável por um modelo de desenvolvimento sustentável, que considere a humanização como núcleo operativo. Isso é fazer não só valer a expressão econômica da cultura. Mais do que isso, é integrá-la ao projeto de desenvolvimento socioeconômico que o Brasil carece. Para começar, será preciso dar consistência métrica ao setor, que tenha respaldo em órgãos públicos respeitáveis, como o IBGE e o IPEA.

Por isso tudo, bem mais que nomes, o setor precisa de uma nova pauta. Algo capaz de entender e superar os desafios, para que se conquiste, definitivamente, uma outra forma de encarar a cultura: com relevância econômica e o mérito de ser um dos eixos dinâmicos do modelo de desenvolvimento.

#### 10. Miguel de Almeida - A economia criativa pede passagem - O Globo

<https://gilvanmelo.blogspot.com/.../miguel-de-almeida...>

Em meio às lúlices dos últimos dias, um dado passou despercebido: em 2020, a economia da cultura e das indústrias criativas (ECIC) movimentou cerca de R\$ 230,14 bilhões. O valor corresponde a 3,11% do PIB brasileiro. Não é pouca coisa. Vou desenhar para que os bolsonaristas e os velhos petistas entendam o alcance dos dados: no mesmo ano, o setor automotivo representou 2,1%.

Os dados, divulgados pelo Observatório Itaú Cultural, foram montados a partir de uma metodologia própria com base no cruzamento de informações recolhidas junto ao IBGE. A ECIC reúne segmentos como cinema, rádio, mercado editorial, música, TV, artes cênicas e visuais, publicidade, design, museu, patrimônio e moda.

Outro número importante: em 2020, a ECIC empregava em torno de 7,4 milhões de trabalhadores em cerca de 130 mil empresas. De novo, é de tirar o chapéu. O PIB ECIC em 2019 representava 2,81% das riquezas brasileiras. Cresce bastante, apesar da pasmeira brasileira.

O segmento criativo contempla ainda o desenvolvimento de softwares e jogos virtuais. Os tais games, que Lula acredita formarem pessoas violentas, são hoje no mundo um dos maiores mercados de entretenimento. Maior que a música. Também crescem brutalmente no Brasil. Empresas como a Wildlife, dos irmãos Lazarte, vendem seus produtos em todo o planeta. Seus games já atingiram cerca de 3 bilhões de downloads.

Outro dado: os produtos da ECIC responderam em 2020 por 2,4% das exportações brasileiras. Não estamos falando de commodities, da economia extrativista tão ao gosto brasileiro desde o Descobrimento. Ou do autoafamado agronegócio, cujos impostos de exportação, quando pagos, são baixíssimos ou mesmo zero (a tal soja). A ECIC não polui, também não desmata. Para chegar aos consumidores, necessita de produtos criados com inteligência, conhecimento e, no caso dos games, tecnologias avançadas. Precisa de educação.

Ocorre que, nos últimos anos, a ECIC é vítima das perfídias da extrema direita. Os patriotas, na parolagem habitual, assestaram baterias contra as leis de incentivo, como a Rouanet, posta no papel de bandida. Curiosamente, tais leis patrocinam uma percentagem muito pequena da cadeia criativa. A maior parte dos resultados é conquistada junto ao mercado, ao conquistar consumidores.

Aí estamos falando de produtos como livros, cinema, moda, softwares, entre outros, que transmitem conhecimento, auxiliam na formação e educação, além de ajudarem na compreensão do que seja o mundo. Melhor: trazem beleza à vida. Aí está uma das saídas para o imbróglio brasileiro de ser um eterno país do futuro ou uma rematada promessa de emergente em soluços.

Quando o ministro do Trabalho, Luiz Marinho, surge com a ideia de colocar rédeas nos aplicativos, como Rappi e IFood, nunca oferece uma alternativa sintonizada com a economia contemporânea. Ainda usa seu cacoete de sindicalista, esquecendo que as fábricas automatizadas prescindem de trabalhadores, e mesmo os exércitos necessitam hoje mais de tecnologia que de soldados.

Marinho e Lula deveriam conhecer um projeto como o AfroGames, hoje ancorado em algumas comunidades cariocas, como Vigário Geral. Ali, jovens pobres, esses que caem na mão do tráfico por falta de oportunidades, são tornados desenvolvedores de jogos, criam aplicativos e obtêm colocações em empresas da área. Em três anos do projeto, foram formadas algumas dezenas de profissionais num setor carente de mão de obra especializada. Só no Porto Digital do Recife há milhares de vaga abertas porque o Brasil não tem política pública voltada à formação tecnológica em escala maior. Sem esquecer, na outra mão, que a taxa de desemprego anda na casa dos dois dígitos desde o desastre Dilma-Mantega.

Assim como o chip da economia compartilhada não chegou ainda a Luiz Marinho, Lula também parece não entender o novo mundo do trabalho. Ficou espantado com as fábricas de automóveis dando férias coletivas, dado que as vendas andam baixas — o carro “popular” custa R\$ 70 mil! Deu um arrepio na espinha — a qualquer instante podem ocorrer novos subsídios ao setor, à semelhança de Lula 1 e 2. Sob a desculpa de que o segmento (dominado pelas multinacionais) é uma cadeia de muitos empregos. Sabe-se que o [PT](#) teve origem no ABC Paulista, junto às fábricas de automóveis. Tanta recorrente atenção à área soa mais uma questão psicanalítica — como a síndrome da paixão pelo sequestrador — do que econômica.

Os dados da ECIC bem sugerem um caminho novo aos atuais gestores ainda a bordo de conceitos desparafusados. Não polui, não desmata, não engorda e dá prazer. (Dinheiro

## **Anexos**

**A economia criativa é aquela que coloca a criatividade como fator central para definir o valor de produtos e serviços. Segundo o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), são setores nos quais o valor do que é produzido está fundamentado na propriedade intelectual e em aspectos criativos.**20 de jan. de 2022

**Qual a diferença entre economia da cultura e economia criativa?**

**O primeiro refere-se à produção de bens culturais destinados a uma reprodução e distribuição em massa e o segundo, a produção de bens que são consumidos ao mesmo tempo em que são produzidos (como um concerto, por exemplo).**

**Ano 8 – nº 11 – Jan. / Jun. 2017: ECONOMIA DA CULTURA E ...**

**<https://cetfaesa.net> › moodle › mod › book › view**

**Entenda o que é Economia Criativa e Conheça Exemplos - Banco Pan**

**<https://www.bancopan.com.br> › blog › publicacoes ›**

### **Vídeos**

#### **Economia da Cultura**

**YouTube · Elaborando Projetos - Sociais e Culturais**

**3 minutos e 33 segundos**

**5 de out. de 2017**

**O que é economia da cultura ?**

**YouTube · Adriana Donato dos Reis**

**5 minutos e 1 segundo**

6 de dez. de 2019

**Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas**

**YouTube · Itaú Cultural**

**1 hora, 54 minutos e 26 segundos**

**3 de dez. de 2020**

**Quem é o pai da economia criativa? John Howkins**

**O conceito de economia criativa, ou Creative Economy, em inglês, tem um figura paterna clara em John Howkins e seu livro “The Creative Economy: How People Make Money From Ideas”, publicado em 2001 e traduzido para diversas línguas, inclusive o português.**

**Economia Criativa: O que é, Importância e Características - FIA**

]Qual o objetivo da economia criativa?

O **objetivo da economia criativa** é criar uma rede de artistas e empresários que tenham a capacidade de promover um crescimento sustentável no setor **criativo**. Uma indústria **criativa** é orientada pelo conceito da **economia criativa**, valorizando a **criatividade** individual ou coletiva, habilidades e talentos.<sup>2</sup> de mar. de 2021

Quais são as principais características da economia criativa?

A análise pautou-se no modelo da **Economia Criativa** brasileira que estabelece princípios norteadores para o desenvolvimento da mesma no país, nos quais foi possível identificar algumas variáveis, são elas: econômica, social, ambiental, cultural e a inovação.

**Interfaces entre as características da Economia Criativa brasileira e a ...**



## [Para que serve a economia criativa? - Fundação Cultural Cassiano Ricardo](#)

Qual o objetivo da economia criativa?

O **objetivo da economia criativa** é criar uma rede de artistas e empresários que tenham a capacidade de promover um crescimento sustentável no setor **criativo**. Uma indústria **criativa** é orientada pelo conceito da **economia criativa**, valorizando a **criatividade** individual ou coletiva, habilidades e talentos.<sup>2 de mar. de 2021</sup>

## [Para que serve a economia criativa? - Fundação Cultural Cassiano Ricardo](#)

<https://fccr.sp.gov.br> > fccr > notícias > para-que-serve-a-...

Pesquisar: [Qual o objetivo da economia criativa?](#)

Quais os 4 exemplos das empresas que usam a economia criativa?

Onde foi criada a economia criativa?

Mas você sabe **onde nasceu** o termo “**Economia Criativa**”? A expressão em si foi cunhada pelo britânico John Howkins no livro “**Economia criativa – como ganhar dinheiro com ideias criativas**”, que teve sua primeira edição no Brasil em 2012. Mas origem do conceito remonta à Austrália, em 1994.<sup>21 de nov. de 2018</sup>

## [Você sabe a origem do termo “Economia Criativa”?](#)

Como se faz a economia criativa?

Além do entretenimento, os setores tradicionais da **Economia Criativa** incluem: arquitetura, artesanato, artes visuais, design, eventos, jogos, gastronomia, literatura e mercado editorial, moda, música, publicidade, rádio e turismo.<sup>31 de mai. de 2021</sup>

## [Economia Criativa: o que é e como aliar criatividade e inovação](#)

Quais são os nichos da economia criativa?

Setores da **economia criativa**

Consumo: Publicidade & Marketing, design, arquitetura e moda; Mídias: editorial e audiovisual; Cultura: Expressões culturais, patrimônio e artes, música e artes cênicas;

Tecnologia: Pesquisa e desenvolvimento (P&D), biotecnologia e tecnologias da informação e comunicação (TIC).<sup>1</sup> de set. de 2020

## O que é economia criativa e o que saber para atuar nesse ramo

Qual o impacto social da economia criativa?

No Brasil, a **economia criativa** vem crescendo anualmente, com perspectiva de girar mais de US\$ 40 bilhões até 2021, com **impacto** na vida de mais de 835 mil profissionais e inclusão de diferentes grupos **sociais**.

## o impacto social e econômico da indústria criativa - Ciência e Cultura

Qual o setor da economia criativa que se destaca no Brasil?

As áreas que mais empregam dentro da **economia criativa** no **Brasil** são arquitetura, engenharia, design, moda e publicidade. Mas ainda **se** enquadram dentro desse contexto cinema, música, comunicação, games, artes visuais e televisão.

## O que é Economia Criativa? Descubra como fazer para trabalhar nessa ...

O que é economia criativa e como funciona no Brasil?

No **Brasil**, a definição oficial de **Economia Criativa** envolve “aqueles setores **criativos** cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato **criativo** gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica”.

## A ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA - British Council

Quais os 4 exemplos das empresas que usam a economia criativa?

**Selecionamos sete empresas que chamam a atenção no Brasil por seu aspecto inovador e representam bem a diversidade do setor.**

- Canguru. O projeto Canguru é uma plataforma de conteúdo online e offline que dá dicas e orientações sobre como criar os filhos de forma saudável. ...
- ABlab. ...
- Quinto Andar. ...
- Nós Todos Filmes. ...
- Aram. ...
- Even3.

## Sete negócios da Economia Criativa para se inspirar - Sebrae RS

Quais são as vantagens da economia criativa? Uma das principais **vantagens da economia criativa** é que ela gera mais de 850 mil empregos formais no Brasil atualmente. A relevância do modelo é tanta no país que foi criada a Secretaria de **Economia Criativa**, em 2012.

## O que é Economia Criativa? - PUCRS Online

O que é o processo criativo?

Ela **é um processo** cognitivo que produz novas ideias ou transforma ideias antigas em conceitos atualizados. **E** para estimulá-la o caminho **é** apostar em métodos de **processo criativo** que resultem na produção de ideias. Um modelo de **processo criativo é uma** abordagem para produzir algo – relativamente – novo e original.

## Processo criativo: 5 etapas para desenvolver a produção de ideias

Quais são os 5 elementos da criatividade?

### 5 fundamentos da criatividade

- Exercício. Não há resultados que venham sem esforço. ...
- Experimentação. Para explorar a **criatividade**, é preciso realizar experimentos para estudar a melhor forma de se fazer algo. ...
- Observação. ...
- Compartilhamento. ...
- Busca de referências.

8 de set. de 2021

Quais as 4 etapas do processo criativo?

Wallas fala sobre os quatro estágios do **processo criativo** — preparação, incubação, iluminação e verificação — como uma delicada dança osmótica entre trabalho consciente e inconsciente. 14 de abr. de 2022

## Criatividade: a teoria e os pilares dos processos criativos

Quais são os pilares da criatividade?

A **criatividade** é algo tão incrível que pode ser explicada e definida de várias formas e todas elas serem igualmente certas. Na minha teoria, a **criatividade** pode ser compreendida e explicada em três **pilares**, e eles **são**: LIBERDADE, CURIOSIDADE e ATITUDE. 8 de fev. de 2021

## 3 pilares da Criatividade - LinkedIn

O que alimenta a criatividade?

A curiosidade é uma ferramenta de ouro para um **criativo**. Tire suas ideias da sua cabeça e passe para o papel. Muitas vezes a primeira vez não dará certo, mas continue tentando. O importante é se forçar a sair da sua zona de conforto e aprender coisas novas. 5 de abr. de 2018

## 5 PRÁTICAS PARA ALIMENTAR SUA CRIATIVIDADE - Medium

Qual o propósito da criatividade?

A **criatividade** é a faculdade/habilidade de criar ou o potencial **criativo**. Consiste em encontrar métodos ou objetos para executar tarefas de uma maneira nova ou diferente do habitual, com a intenção de satisfazer um **propósito**. A **criatividade** permite cumprir os desejos de forma mais rápida, fácil, eficiente ou econômica.

## Conceito de criatividade - O que é, Definição e Significado

Como desenvolver a criatividade no dia a dia?

## Saindo da caixa: inovação e criatividade no seu dia a dia

1. 1 – Observar o mundo ao seu redor. É observar mesmo, não apenas olhar, sem perceber as coisas que estão acontecendo à sua volta. ...
2. 2 – Conversar com outras pessoas. ...
3. 3 – Deixe a tecnologia um pouco de lado. ...
4. 4 – Esqueça o trabalho.

26 de out. de 2016

## Saindo da caixa: inovação e criatividade no seu dia a dia

O que é a técnica Brainwriting?

O **brainwriting** é uma técnica de geração de ideias na qual os participantes escrevem suas ideias sobre uma questão específica por alguns minutos, sem falar.23 de jan. de 2022

## Brainwriting: O que é e como usar essa técnica para gerar novas ideias

Qual a teoria da criatividade?

O Modelo Componencial da **Criatividade** considera que as habilidades do indivíduo são influenciadas pelo ambiente social, incluindo o domínio do conhecimento específico, as habilidades **criativas** e a motivação. As habilidades do domínio específico envolvem o conhecimento em determinada área e habilidades técnicas.

## fatores relacionados à criatividade no indivíduo, em grupos e no contexto ...

Qual é a origem da criatividade?

Na verdade, a **criatividade** surge da combinação de um conjunto de elementos - experiências, informações, referências... - para resolver problemas. Nenhuma boa ideia surge do acaso. Sempre ela vem depois de uma outra que **surgiu** antes do momento em que poderia ser concretizada.28 de mai. de 2019

## [De onde vem a criatividade? | Centro Universitário Carioca - UniCarioca](#)

Qual o papel da criatividade na sociedade atual?

**Qual o papel da criatividade na sociedade?** Entre todas as capacidades humanas, a **criatividade** é aquela que, provavelmente, mais nos difere dos outros animais. Foi o potencial **criativo** da humanidade o principal responsável por conferir toda a estrutura que criou e sustenta a nossa **sociedade**.12 de nov. de 2018

## [Criatividade: como estimular o potencial criativo na sua empresa](#)

Como ativar a mente criativa?

### **Foco e a importância para estimular a criatividade**

1. Pensamento de baixo para cima. Essa é nossa forma “computadorizada” de pensar. ...
2. Pensamento de cima para baixo. ...
3. Medite. ...
4. Pense como uma criança. ...
5. Tenha diferentes referências. ...
6. Não tenha medo de errar. ...
7. Seja um observador. ...
8. Pratique o ócio **criativo**.

16 de nov. de 2015

## [6 dicas para estimular a criatividade - Pontodesign](#)

Como ativar a mente criativa?

### **Foco e a importância para estimular a criatividade**

1. Pensamento de baixo para cima. Essa é nossa forma “computadorizada” de pensar. ...
2. Pensamento de cima para baixo. ...
3. Medite. ...
4. Pense como uma criança. ...
5. Tenha diferentes referências. ...
6. Não tenha medo de errar. ...
7. Seja um observador. ...

## 8. Pratique o ócio **criativo**.

16 de nov. de 2015

### 6 dicas para estimular a criatividade - Pontodesign

<https://www.pontodesign.com.br> > 2-dicas-para-estimular-...

Pesquisar: [Como ativar a mente criativa?](#)

O que estimula a criatividade?

Envolvimento emocional: A intenção e o desejo de ser **criativo**: ter a **criatividade** como própria recompensa. Sentir que ela é um processo positivo que dá satisfação. Inovar e originalidade: Fazer algo de uma maneira diferente, ou criar relações novas entre conceitos anteriormente não associados. 14 de nov. de 2020

### 3 formas de estimular a criatividade, de acordo com a ciência

O que quer dizer os números 6-3-5?

A técnica foi batizada por seu inventor como **6-3-5** Brainwriting e cada número é representante de um critério: **6** pessoas e **6** rodadas de ideias; **3** ideias por pessoa em cada rodada; **5** minutos é o tempo de cada rodada. 21 de mai. de 2019

### Brainwriting: o que é, como fazer e as diferenças para o brainstorm

Quem foi o criador do brainstorming?



### Alex Faickney Osborn

Princípios do **brainstorming**

O seu conceito foi originalmente proposto pelo norte-americano Alex Faickney Osborn, que em 1939 **criou** a técnica (mas só a publicou em 1953) ao perceber que seus funcionários

eram muito ruins em criar campanhas de propaganda criativas para seus clientes.21 de set. de 2018

## [Brainstorming: o que é e como aplicar na geração de novas ideias](#)

<https://www.euax.com.br> > 2018/09 > brainstormin

Quais são os tipos de criatividade?



### 4 tipos de criatividade!

- Deliberada e cognitiva. As pessoas que possuem este **tipo de criatividade**, normalmente possuem um grande conhecimento sobre várias áreas e utilizam desses conhecimentos para solucionar problemas e inventar coisas. ...
- Deliberada e emocional. ...
- Espontânea e cognitiva. ...
- Espontânea e emocional.

17 de mai. de 2022

## [4 tipos de criatividade: descubra qual é a sua! | Blog Voitto](#)

Quais são as características de uma pessoa criativa?

**Pessoas criativas** têm grande flexibilidade de raciocínio e conseguem focar problemas por vários ângulos diferentes. Quando surgem novos fatos ou circunstâncias, adaptam-se rapidamente à nova situação, não hesitando em abandonar uma linha de raciocínio, substituindo-a por outra mais plausível.24 de nov. de 2014

## [As 12 características das pessoas altamente criativas](#)

Por que o brasileiro é criativo?



Além de conseguirmos driblar qualquer adversidade com a ajuda da antiga arte da gambiarra, temos o dom de fazer humor com qualquer coisa. Seja na hora de lidar com um problema, desenvolver um produto ou nomear um estabelecimento, o **brasileiro** sempre consegue surpreender.<sup>3 de out. de 2017</sup>

## [22 imagens que provam que o brasileiro é o povo mais criativo do ...](#)

Qual a relação entre criatividade e empreendedorismo?

No **empreendedorismo criativo**, o diferencial competitivo do **empreendedor** é a forma de usar a mente e a **criatividade** para obter lucro. Assim, com a **criatividade** atrelada à imaginação, esses novos profissionais criam modelos de negócios inovadores para atender às novas necessidades da sociedade.<sup>7 de abr. de 2020</sup>

## [Empreendedorismo Criativo: entenda o que é essa tendência - EnsinE](#)

Como desbloquear o processo criativo?

**Veja abaixo as atividades que eu adoro e que vão ativar sua criatividade:**

1. VÁ AO CINEMA. ...
2. LEIA MAIS, LEIA TUDO. ...
3. DANCE. ...
4. CONVERSE COM PESSOAS DIFERENTES. ...
5. VÁ ALÉM E FAÇA DIFERENTE. ...
6. DESENHE. ...
7. QUEBRE AS REGRAS. ...
8. NÃO TENHA MEDO DE ERRAR.

[Mais itens...](#)

•

14 de abr. de 2022

## [11 atividades que podem despertar a sua criatividade \(todos os dias!\)](#)

Como escrever quanto?

Quando usar em quanto? Em quanto é uma sequência formada pela preposição em e pelo pronome quanto, que pode ser indefinido, relativo ou interrogativo. Esta sequência é usada para obter informação sobre a quantidade, o preço e a intensidade de algo.

## [Em quanto ou enquanto - Dúvidas de Português no Dicio](https://duvidas.dicio.com.br)

<https://duvidas.dicio.com.br> › em-quanto-ou-en

Quais as 4 etapas do processo criativo?

Wallas fala sobre os quatro estágios do **processo criativo** — preparação, incubação, iluminação e verificação — como uma delicada dança osmótica entre trabalho consciente e inconsciente. 14 de abr. de 2022

## Criatividade: a teoria e os pilares dos processos criativos

Quais são os 5 elementos da criatividade?

### 5 fundamentos da criatividade

- Exercício. Não há resultados que venham sem esforço. ...
- Experimentação. Para explorar a **criatividade**, é preciso realizar experimentos para estudar a melhor forma de se fazer algo. ...
- Observação. ...
- Compartilhamento. ...
- Busca de referências.

8 de set. de 2021

## 5 fundamentos básicos da criatividade - Blog ESPM

Quais são as três características fundamentais da criatividade?

**Entretanto, é possível observar um padrão comum no processo criativo, fundamentado em três princípios:**

- Atenção. Para termos uma ideia inovadora, primeiramente nos concentramos em um problema ou oportunidade. ...

- Fuga. “Você não pode resolver um problema com a mesma atitude mental que o criou” ...
- Movimento.

1 de abr. de 2014

## [Os três princípios da criatividade: é possível criar o amanhã com as ...](#)

Qual é o povo mais criativo do mundo?

### a China

Entre 191 países, a China foi considerada o país **mais criativo do mundo**, segundo pesquisa realizada pela Airbnb. 1 de dez. de 2018

## [China é eleita o país mais criativo do mundo - Casa Vogue | Design](#)

O que significa economia da cultura?

Do ponto de vista da **economia**, a expressão “**economia da cultura**” identifica o conjunto de atividades econômicas relacionadas à **cultura**. Do ponto de vista da **cultura**, trata-se do conjunto de atividades **culturais** com impacto econômico.

## [Economia da cultura e desenvolvimento | de Sérgio Sá Leitão](#)

## [ECONOMIA DA CULTURA - ideias e vivências - ABGC](#)

<http://www.abgc.org.br> › uploads › 2020/04 › Econ...

[PDF](#)

A todos os alunos do curso de **Economia da Cultura** da Universidade Candido Mendes e da Associação Brasileira de. Gestão Cultural, em parceria com a Garimpo ...

296 páginas

## Economia da cultura - Terraço Econômico

<https://terracoeconomico.com.br> › economia-da-cultura

1 de dez. de 2019 — Dada a natureza do sistema de incentivos da arte, os economistas da **cultura** consideram que o desfrute de um bem **cultural** sem um sentido para seu ...