



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MESTRADO PROFISSIONAL EM PLANEJAMENTO E POLÍTICAS
PÚBLICAS**

FRANCISCO RICARDO CALIXTO DE SOUZA

**A ECONOMIA CRIATIVA COMO POLÍTICA PÚBLICA DE
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: O CASO DO ESTADO DO CEARÁ**

FORTALEZA-CEARÁ

2016

FRANCISCO RICARDO CALIXTO DE SOUZA

A ECONOMIA CRIATIVA COMO POLÍTICA PÚBLICA DE
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: O CASO DO ESTADO DO CEARÁ

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para obtenção de Título de Mestre em Planejamento e Políticas Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Roberto Pinto.

FORTALEZA- CEARÁ

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Souza, Francisco Ricardo Calixto de.

A Economia Criativa como Política Pública de Desenvolvimento Econômico: O Caso do Ceará [recurso eletrônico] / Francisco Ricardo Calixto de Souza. - 2016.

1 CD-ROM: il.; 4 ¼ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 103 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas, Fortaleza, 2016.

Área de concentração: Planejamento e Políticas Públicas.

Orientação: Prof. Ph.D. Francisco Roberto Pinto.

1. Economia criativa. 2. Indústrias criativas . 3. Produto Interno Bruto (PIB). 4. Desenvolvimento econômico sustentável. 5. Políticas Públicas . I. Título.

FRANCISCO RICARDO CALIXTO DE SOUZA

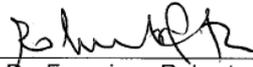
A ECONOMIA CRIATIVA COMO POLÍTICA PÚBLICA DE DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO: O CASO DO ESTADO DO CEARÁ

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Planejamento e Políticas Públicas.

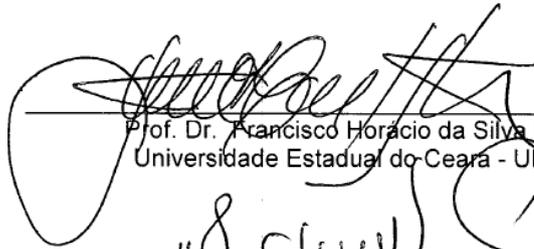
Área de concentração: Planejamento e Políticas Públicas.

Aprovada em: 28/07/2016

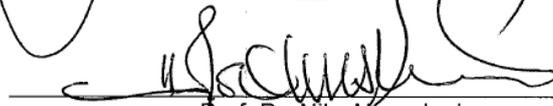
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Francisco Roberto Pinto
Universidade Estadual do Ceará - UECE



Prof. Dr. Francisco Horácio da Silva Frota
Universidade Estadual do Ceará - UECE



Prof. Dr. Nilo Alves Junior
Universidade de Fortaleza - UNIFOR

RESUMO

O presente trabalho é resultado de uma pesquisa ou técnica documental que analisou os dados e conteúdos de três documentos, a saber: *Panorama da Indústria Criativa no Brasil* (IPEA, 2013); *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil* (FIRJAN, 2014) e *Desenvolvimento Econômico do Ceará: Evidências Recentes e Reflexões* (IPECE, 2014). Baseado nesta análise documental, constatou-se a relevância e o impacto da Economia Criativa e suas indústrias na economia formal de alguns países analisados, particularmente na economia brasileira. O objetivo deste trabalho é evidenciar que a Economia Criativa pode ser utilizada como uma política pública fomentadora de desenvolvimento econômico sustentável de forma complementar ao impacto das indústrias e do modelo tradicional de desenvolvimento econômico. Obtivemos como resultado a confirmação de que o apoio institucional e transversal de várias secretarias do Governo do Estado do Ceará impactaria positivamente na elevação da renda e do número de empregos criativos e/ou culturais.

Palavras-chave: Economia criativa. Indústrias criativas. Produto Interno Bruto (PIB). Desenvolvimento econômico sustentável. Políticas Públicas.

ABSTRACT

This study is the result of a documentary research, which analyzed the data and content of three documents: *A Panorama of the Creative Industry in Brazil* (IPEA, 2013); *Mapping of the Creative Industry in Brazil* (FIRJAN, 2014), and *Economic Growth in Ceará State: Recent Evidence and Reflections* (IPECE, 2014). This document analysis showed the relevance and impact of the Creative Economy and its industries on the formal economy of some of the countries analyzed, particularly the Brazilian economy. The objective of this study is to evidence that the Creative Economy may be used as a public policy to foster the sustainable economic growth complementarily to the impact of the industries and of the traditional model of economic growth. The result of this study confirmed that the cross-institutional support of several secretariats of the Ceará State Government would have a positive impact by increasing income and the number of jobs in the cultural and/or creative industry.

Keywords: Creative economy. Creative industry. Gross Domestic Product (GDP). Sustainable economic growth. Public Policies.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APL	Arranjo Produtivo Local
AGUA	Associação dos Amigos da Arte de Guaramiranga
BNB	Banco do Nordeste
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CMMAD	Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
CEPLAN	Consultoria Econômica e Planejamento
ETENE	Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste
EUROSTAT	Gabinete de Estatísticas da União Europeia
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIEC	Federação das Indústrias do Estado do Ceará
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FMI	Fundo Monetário Internacional
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégica Econômica do Ceará
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IICA	Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor Amplo
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.
MINC	Ministério da Cultura
ONU	Organização das Nações Unidas
PAS	Pesquisa Anual de Serviços
PNAD	Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílio
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PPP	<i>Purchasing Power Parity</i> (Paridade de Poder Aquisitivo)
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

SEC	Secretaria da Economia Criativa
SECULT	Secretaria de Cultura do Estado do Ceará
SEPLAG	Secretaria de Planejamento e Gestão do Estado do Ceará
SETUR	Secretaria de Turismo do Ceará
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REVISÃO DA LITERATURA	17
2.1 SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DO CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA	17
2.1.1 A economia criativa	18
2.1.2 Cidades criativas e o turismo religioso	22
2.1.2.1 Cidades criativas.....	22
2.1.2.2 Turismo religioso.....	27
2.1.3 Críticas à economia criativa	32
2.1.4 Mercado e indicadores	35
2.2 ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO	37
2.2.1 Desenvolvimento econômico	37
2.2.2 Desenvolvimento e crescimento	39
2.2.3 Desenvolvimento sustentável	43
3 METODOLOGIA.....	45
4 PANORAMA E MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL ..	48
4.1 Bens e serviços criativos	50
4.2 Indústrias criativas	51
4.2.1 Modelo britânico de indústrias criativas.....	53
4.2.2 Modelo “texto simbólico” (<i>symbolic text</i>) de indústrias criativas.....	53
4.2.3 Modelo dos círculos concêntricos	53
4.2.4 Modelo da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (Ompi) de direitos autorais	54
4.2.5 Modelo da <i>United Nations Conference on Trade and Development</i> (UNCTAD) das indústrias criativas.....	54
4.2.6 Modelo de classificação adotado	55
4.3 CLASSES CRIATIVAS E EMPREENDEDORISMO CRIATIVO.....	62
4.4 ANÁLISE DE DADOS: ASPECTOS METODOLÓGICOS	64
4.5 ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: EMPRESAS E OCUPAÇÕES FORMAIS	66

4.6 VALOR ADICIONADO DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL	77
4.7 MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL	82
4.7.1 A indústria criativa nos estados	83
4.7.1.1 Empregos criativos	83
4.7.1.2 Remuneração dos trabalhadores criativos	88
5 O PIB DO CEARÁ	90
5.1 TRAJETÓRIA RECENTE DA ECONOMIA DO CEARÁ	91
6 CONCLUSÃO.....	95
REFERÊNCIAS	99

1 INTRODUÇÃO

“O processo de mudança social que chamamos de desenvolvimento só se aprende cabalmente quando o relacionamos com a ideia de criatividade. Desenvolvimento é a utilização de um excedente, o qual abre um horizonte de opções, vale dizer, um excedente adicional cria um desafio à inventividade.”

(Celso Furtado)¹

O sistema de produção capitalista existe na história da humanidade desde a derrocada do feudalismo, na Idade Média, da ascensão das ideias do iluminismo, do humanismo e do surgimento de uma nova classe de comerciantes, os burgueses. Junto com as navegações surge a fase comercial do capitalismo, e com ela a colonização por exploração de vários países do que se chamaria, então, de América Latina. A fim de contextualizar este momento histórico, o escritor uruguaio Eduardo Galeano nos revela as consequências do referido sistema de produção em sua fase imperialista para os povos da América Latina:

Há dois lados na divisão internacional do trabalho: um em que alguns países se especializam em ganhar, e outro em que se especializaram em perder. Nossa comarca do mundo, que hoje chamamos de América Latina, foi precoce: especializou-se em perder desde os remotos tempos em que os europeus do Renascimento se abalçaram pelo mar e fincaram os dentes em sua garganta. Passaram os séculos, e a América Latina aperfeiçoou suas funções. Este já não é o reino das maravilhas, onde a realidade derrotava a fábula e a imaginação era humilhada pelos troféus das conquistas, as jazidas de ouro e as montanhas de prata (GALEANO, 1971, p. 5).

Já a fase da Revolução Industrial é caracterizada pelo advento da mecanização da produção, que eleva significativamente a produtividade e, conseqüentemente, o lucro dos capitalistas. Principalmente na Inglaterra e em outros países da Europa, berços desse sistema, observa-se, ao longo da História, o cumprimento de largas e extenuantes jornadas de trabalho, seguidas de baixíssimas remunerações, confirmando a teoria marxista da “mais-valia”. Mais recentemente, chega-se à fase da revolução eletrônica, com o uso intensivo das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e com processos de produção industriais flexíveis ou enxutos, componentes do modelo conhecido como toyotismo, com aumento das responsabilidades individuais, agregação de valor a partir do uso de componentes eletrônicos e informatizados e conseqüente utilização intensiva de alta tecnologia, principalmente nos países desenvolvidos.

¹ Trecho escrito na segunda metade nos anos de 1970, versão original em espanhol, talvez a primeira de um dos ensaios de *Criatividade, e dependência na civilização industrial*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

Na Europa, nos anos iniciais da fase industrial e financeira do capitalismo, a média de salário dos trabalhadores dos países desenvolvidos era maior que a dos trabalhadores de países ditos em desenvolvimento. Além disso, havia altos custos trabalhistas, resultantes do “Estado de Bem-Estar Social” (*Welfare State*). Por esta razão, as grandes plantas industriais deslocaram-se para países em desenvolvimento com o objetivo de pagar menores salários, o que, na lógica capitalista, faz sobrar um maior excedente, lucro econômico ou mais-valia relativa.

Anos após o lançamento da principal obra de Karl Marx – que analisa o modo de produção capitalista, introduzindo os conceitos de mais-valia absoluta e relativa, valor de uso e valor de troca –, no início do século XXI, o autor inglês John Howkins (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013) introduz o conceito de um novo tipo de indústria ou processo de produção capitalista, onde os principais insumos são as ideias, a criatividade e a inovação. A isso ele chama de “economia criativa” (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013).

O conceito da economia criativa e seu estabelecimento como uma disciplina de estudo ganharam expressão e relevância a partir da década de 2000. Segundo Oliveira *et al.* (2013), a partir de iniciativas isoladas no começo do século XXI, o que se observa é que a economia criativa se estende, atualmente, em uma ampla gama de áreas de responsabilidade política e administração pública.

Em âmbito mundial, alguns governos criaram ministérios, departamentos ou unidades especializadas para lidar com as indústrias criativas – como é o caso do Brasil, por exemplo, que contou com uma Secretaria de Economia Criativa (SEC), ligada ao Ministério da Cultura (MinC) na gestão do então ministro Gilberto Gil (2003 a 2008). A secretária da referida pasta foi Cláudia Leitão, professora universitária e ex-secretária de Cultura do Ceará no governo de Lúcio Alcântara, que ocupou o cargo até agosto de 2013, já na gestão da ministra Ana de Holanda. No entanto, em 2014, o novo ministro da Cultura (já no segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff), Juca Ferreira, extingue esta Secretaria e estabelece dentro de sua gestão uma abordagem institucional mais ligada à economia da cultura, que é somente uma parte da chamada economia criativa.

É importante ressaltar que “[...] o termo Economia Criativa é, ainda, um conceito em evolução, e ao redor do mundo são apresentadas diferentes definições e formas de mensuração e caracterização” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 8). Já Howkins (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013) sustenta a ideia de que a economia criativa se assenta sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia. Assim, economia criativa seria, segundo o autor,

o conjunto de atividades econômicas que depende do conteúdo simbólico, incluindo-se a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013).

Para os pesquisadores do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), isso permite caracterizar economia criativa

[...] como uma disciplina distinta da economia da cultura, que guarda grande relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual, numa mesma dimensão, e tem relações de transbordamento muito próximas com o turismo e o esporte (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 8).

O presente estudo acerca da economia criativa como política pública fomentadora de desenvolvimento econômico para o estado do Ceará justifica-se plenamente quando percebemos que a indústria tradicional em todo o Brasil, particularmente no Ceará, emprega cada vez menos pessoas e diminui seu peso na composição do Produto Interno Bruto (PIB), enquanto o setor de serviços (onde a economia criativa está inserida) eleva sua participação e importância. Vemos, também, que o parque industrial cearense sofre um crescente processo de desindustrialização, com intensa diminuição no número de plantas industriais e que a indústria presente no Estado é intensiva em mão de obra, pouco intensiva em alta tecnologia agregada e apresenta baixos salários, ou seja, é pouco agregadora de maiores rendimentos, que acelerariam o motor da economia do Estado, proporcionando desenvolvimento econômico, maior arrecadação de impostos, com consequente melhora nos indicadores socioeconômicos, como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).

Nesse sentido, o objetivo deste estudo é ressaltar a importância da economia criativa como uma nova estratégia ao desenvolvimento da economia do estado do Ceará, como forma de incentivar, de forma institucionalmente integrada, a aplicação de políticas públicas para o fomento dessa nova indústria.

Com o objetivo de ressaltar a importância estratégica dada à economia criativa, relatamos abaixo um estudo solicitado pelo principal agente financiador do desenvolvimento regional do Nordeste e a percepção da economista Tania Bacelar acerca deste tema.

Em 2014, o Banco do Nordeste (BNB) “[...] patrocina um estudo abrangente destinado a lançar luzes sobre a trajetória recente do desenvolvimento nordestino, identificar perspectivas e apontar desafios e iniciativas estratégicas para o futuro próximo” (ARAÚJO, 2014, p. 175). A referida instituição implementou, assim, sob o comando do Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste (ETENE) e no âmbito de um Projeto de Cooperação

Técnica com o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), um trabalho intitulado *Estudos prospectivos sobre o desenvolvimento do Nordeste do Brasil, no horizonte 2022*. Tais estudos foram realizados sob a coordenação técnica da Consultoria Econômica e Planejamento (CEPLAN). Nesta perspectiva, Tania Bacelar, economista, consultora da CEPLAN e coordenadora-geral do estudo, aponta que

Nos anos recentes, o Nordeste viu se expandirem polos onde tais atividades se desenvolveram. Promover a interação entre os cientistas, no NE muito concentrados nas Universidades, com os empreendedores, estimulando a cooperação, é a iniciativa principal a ser patrocinada. Ao mesmo tempo, a economia criativa avança no mundo e, no Brasil, o Nordeste é um celeiro para o desenvolvimento de muitas de suas atividades constitutivas. Iniciativas que apoiem a expansão da produção de cinema, de eventos culturais, design e serviços criativos, atividades associadas à conservação e acesso ao patrimônio natural e cultural, a produção de jogos eletrônicos, entre outras atividades criativas devem ser priorizadas no horizonte 2022. O financiamento adequado das unidades de produção, a oferta de infraestrutura e equipamentos específicos (laboratórios, por exemplo) de apoio aos produtores, a implantação de marcos legais que consolidem o desenvolvimento e a formalização dos empreendedores são iniciativas que podem fazer avançar a economia criativa nos próximos anos (ARAÚJO, 2014, p. 175).

Como podemos observar, para a pesquisadora da CEPLAN, a economia criativa seria a nova indústria do século XXI. No entanto, destacamos o seguinte questionamento: a economia criativa pode realmente vir a ser uma importante fonte de divisas para a economia cearense, contribuindo, assim, para o desenvolvimento sustentável do estado do Ceará e da região Nordeste? O presente estudo vai na direção das respostas a essas questões. Com o auxílio do referencial teórico de alguns dos principais pensadores e pensadoras ligados à economia e administração de empresas — como John Howkins, Amartya Sen, Celso Furtado, Luís Carlos Bresser-Pereira, Cláudia Leitão, Ana Carla Fonseca Reis, dentre outros (a) — e através de uma pesquisa documental dos seguintes estudos: *Panorama da Economia Criativa no Brasil*, realizado pelo IPEA em 2013; *Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil*, realizado em 2014 pela FIRJAN; e *Desenvolvimento Econômico Do Ceará: Evidências Recentes e Reflexões*, realizado pelo IPECE em 2014, analisaremos a viabilidade, relevância e aplicabilidade de políticas públicas fomentadoras de desenvolvimento econômico sustentável com a utilização da economia criativa, sua indústria e a possível cadeia produtiva de empreendimentos criativos ligados, diretamente ou não, à cultura. Propõe-se que o governo do Ceará realize, através do IPECE, o Mapeamento da Indústria Criativa do Ceará, por meio do qual irá se verificar a existência ou não de Arranjos Produtivos Locais (APL).

Segundo informações colhidas no sítio eletrônico do Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais (GTP APL), Arranjos Produtivos Locais (APL) “[...] são aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa” (GTP APL, 2011).

Recorrendo à revisão da literatura, iremos contextualizar o entendimento desta nova categoria econômica e seu impacto (ou estimativas de impacto) nas economias de países desenvolvidos, dentre eles a Inglaterra, Austrália, Estados Unidos e Portugal, assim como nos países em desenvolvimento, como o Brasil. Em seguida, conceituaremos o índice que referencia o grau de riqueza das nações, estados e municípios, isto é, o Produto Interno Bruto (PIB).

O presente estudo justifica-se plenamente quando percebemos que a indústria tradicional em todo o Brasil, especialmente aqui no Ceará, emprega cada vez menos pessoas e diminui seu peso na composição do Produto Interno Bruto, enquanto o setor de serviços (onde a economia criativa está inserida) eleva sua participação e importância. Vemos também que o parque industrial cearense sofre um crescente processo de desindustrialização, com intensa diminuição no número de plantas industriais. Ademais, a indústria presente aqui no estado é intensiva em mão de obra, pouco intensiva em alta tecnologia agregada e apresenta baixos salários, ou seja, é pouco agregadora de maiores rendimentos, que acelerariam o motor da nossa economia, proporcionando desenvolvimento econômico, maior arrecadação de impostos e consequente melhora nos indicadores socioeconômicos, como o IDH. Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa é o de identificar a existência ou não de políticas públicas integradas que utilizem a economia criativa como uma política estratégica ao desenvolvimento da economia do estado do Ceará.

Estudando como a economia criativa é vista no mundo e no Brasil, analisamos o conteúdo dos documentos já citados. Destacamos, portanto, como objetivos específicos desta pesquisa:

- a) Contribuir para o debate sobre a economia criativa a partir da sistematização dos diferentes conceitos e formas de mensuração existentes;
- b) Identificar as variáveis econômicas impactadas pela Economia Criativa no Brasil e em outros países na Europa e Estados Unidos;
- c) Identificar em que setor do PIB do Ceará a aplicação de Políticas Públicas fomentadoras de desenvolvimento econômico seria impactada;

d) Estimar o possível impacto da Economia Criativa na Economia formal do estado do Ceará.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DO CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA

Para iniciarmos um estudo sobre o potencial de impacto da economia criativa na economia formal de um estado como o Ceará, é de suma importância definir o principal indicador afetado pela alteração no nível de atividade econômica de uma determinada região: o Produto Interno Bruto (PIB). Em seguida, é necessário conceituar o que é a economia criativa, embora de início já tenhamos afirmado, observando os pesquisadores do IPEA, “[...] que a mesma é um conceito ainda em evolução e ao redor do mundo são apresentadas diferentes definições e formas de mensuração de seu impacto nas respectivas economias” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 8). Procuramos também estabelecer o alcance de sua influência nos países desenvolvidos e em países ditos em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Segundo Gomes (2012, p. 8), “[...] a medida frequentemente mais utilizada para contabilizar o valor total da produção de um país é a de Produto Interno Bruto (PIB) ”.

Para definir esta variável macroeconômica, Gomes (2012) recorreu, em sua obra, à página do Eurostat na Internet.² O referido autor também nos informa que o Eurostat é o organismo da União Europeia que tem por missão a produção de estatísticas macroeconômicas que têm como propósito comparar, em diversos níveis, os países e as regiões do espaço europeu.

Neste sentido, para o economista português, o PIB é o “[...] valor monetário de toda a actividade produtiva desenvolvida numa determinada área geográfica (geralmente, um país) durante um determinado período de tempo (regra geral, um ano ou um trimestre) ” (GOMES, 2012, p. 08). A propósito do conceito de Produto Interno Bruto (PIB), o mesmo autor acrescenta que

Um aspecto importante relaciona-se com o primeiro elemento da definição, ou seja, que o PIB corresponde a um valor monetário. Efectivamente, quando é calculado o valor total da produção, o primeiro passo consiste em medir o valor em unidades monetárias de cada bem ou serviço produzido – não podemos somar laranjas e maçãs, computadores portáteis e serviços de consultoria, uma refeição e uma viagem de autocarro, mas a economia de mercado em que vivemos permite efectivamente que somemos o valor de todos estes bens e serviços; para tal basta utilizar uma mesma unidade monetária, que pode perfeitamente ser aquela que utilizamos como meio de pagamento, unidade de conta e reserva de valor na nossa actividade diária: o euro (GOMES, 2012, p. 08).

² Disponível em: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>>.

Cabe aqui esclarecermos que, seja no Brasil, cuja moeda é o Real (R\$), seja em Portugal, cuja moeda é o Euro (€), em relação ao cálculo do PIB, o valor de cada bem e serviço é medido a preços de mercado, ou seja, tendo em conta os preços a que efetivamente os bens produzidos foram transacionados no mercado.

2.1.1 A economia criativa

O termo economia criativa surge pela primeira vez no mundo no ano de 2001, no Reino Unido, quando o inglês John Howkins escreve o livro *The creative economy – how people can make money from ideas*, que em uma tradução livre pode ser lido como: *Economia criativa - como as pessoas podem ganhar dinheiro a partir de ideias*. Para Howkins (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013), os bens e serviços produzidos pela imaginação ganhariam cada vez mais prestígio na sociedade do conhecimento do século XXI. O autor sustenta a ideia de que a economia criativa se assenta sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia. Assim, de acordo com Howkins (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013), a economia criativa é o conjunto de atividades econômicas que depende de conteúdo simbólico, incluindo-se a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços. De acordo com os pesquisadores do IPEA,

Este conceito permite caracterizar economia criativa como um conjunto de atividades econômicas distintas e maior que a economia da cultura, que guarda grande relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual numa mesma dimensão, e tem relações de transbordamento muito próximo com o turismo e o esporte (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 8).

Já em relação ao início e desenvolvimento dos estudos e debates internacionais e institucionais sobre o tema, a pesquisadora Claudia Leitão (2015) enfatiza que

[...] as discussões sobre as dinâmicas econômicas desses bens e serviços não tardaram em chegar à Conferência das Nações Unidas Sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) que lança o primeiro Relatório Mundial sobre a Economia Criativa – *Creative Economy Report 2008*, num esforço de aprofundar o conceito e de compilar informações e dados sobre a economia dos bens simbólicos dentro de uma perspectiva mundial. As indústrias criativas compreenderiam um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais ou artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico (LEITÃO, 2015, p. 1).

O Relatório da Conferência das Nações Unidas Sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD, na sigla em inglês) de 2008, por se tratar de documento

referendado por um organismo internacional, foi um marco no reconhecimento da importância estratégica da economia criativa como fomentadora de desenvolvimento econômico. Nele se demonstra, inclusive, a força das indústrias criativas, com uma média de expansão de 10% de crescimento anual.

Já para Oliveira *et al.* (2013), mesmo como conceito em evolução, do ponto de vista econômico, a economia criativa é um conjunto de segmentos dinâmico cujo comércio mundial cresce a taxas mais elevadas do que o restante da economia, independentemente da forma de mensuração empregada como metodologia.

Para Oliveira *et al.* (2013), produtos e serviços baseados em criatividade e conhecimento têm elasticidade-renda elevada, e mesmo durante momentos de crise econômica seu comércio mundial não foi negativamente afetado. Cabe aqui detalharmos o que vem a ser elasticidade-renda. Segundo Vasconcelos *et al.* (2011), define-se a elasticidade-renda da demanda como a razão entre a variação percentual na renda e a consequente variação percentual na quantidade demandada da mercadoria.

Neste sentido, para Oliveira *et al.* (2013), a economia criativa promove a diversificação econômica, de receitas, de comércio e inovação, e pode se relacionar de forma simbólica com as novas tecnologias, notadamente as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Segundo os autores, iniciativas baseadas na abordagem de economia criativa podem promover a revitalização de áreas urbanas degradadas. Um exemplo é a iniciativa da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) chamada de Rede de Cidades Criativas (*Creative Cities Network*), ou mesmo o desenvolvimento das áreas rurais com forte herança de patrimônio cultural.

No Brasil, vinte e cinco anos depois da gestão de Celso Furtado à frente do Ministério da Cultura (Minc), em 2011 ocorre a institucionalização do tema com a criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC) para “[...] liderar políticas públicas voltadas para retomar, reavivar e ressignificar as relações e as conexões entre cultura e desenvolvimento, com a missão de contribuir para transformar a criatividade brasileira em inovação e a inovação em riqueza” (BRASIL, 2011 *apud* LEITÃO, 2015, p. 85).

Segundo a citada autora, a SEC define como missão a liderança na formulação de políticas públicas para a econômica criativa, “[...] garantindo-se, desse modo, que a econômica criativa e seu amplo espectro de setores e de empreendimentos não sejam reduzidos ao âmbito das indústrias culturais e à mera dimensão mercadológica de seus bens, características do pragmatismo neoliberal” (LEITÃO, 2015, p. 85).

Constatamos, no Plano da Secretaria de Economia Criativa (SEC), que o conceito anglo-saxão de Economia Criativa foi adaptado para o Brasil:

[...] a economia resultante das dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência da dimensão simbólica (BRASIL, 2011 *apud* LEITÃO, 2015, p. 85).

Ainda de acordo com Leitão (2015), no conceito de economia criativa da SEC não estão as características consideradas essências às indústrias criativas saxãs, especialmente aquela que se refere à propriedade intelectual individual.

Já em relação ao mercado de trabalho criativo e aos seus aspectos sociais e econômicos, tem sido documentado na literatura — notadamente no *Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil*, realizado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) em 2008 e atualizado mais recentemente em 2014, que será detalhado na pesquisa (técnica) documental — que as ocupações criativas tendem a pagar melhores salários e têm sido associadas a empregos de melhor qualidade e níveis de satisfação acima das ocupações de rotina, por conta do compromisso e senso de envolvimento cultural e criativo. Percebe-se, adicionalmente, segundo Oliveira *et al.* (2013), que a indústria criativa poderia reforçar a cultura como valores e tradições que identificam uma comunidade ou nação. Além do papel de coesão social e inclusão, este esforço tem o potencial de gerar atratividade turística. Esta é maneira pela qual a economia criativa se relaciona com a cultura e com o turismo, inclusive com o turismo cultural ou religioso (como seria o caso de Juazeiro do Norte, Canindé e Aracati), centrado no patrimônio cultural. A abordagem da economia criativa pode contribuir para a exploração racional e sustentável desse tipo de turismo e para a preservação do patrimônio material e imaterial, do meio ambiente, assim como para o benefício das populações locais.

Como já foi dito, o Relatório Sobre a Economia Criativa da UNCTAD (2008) serviu para aprofundar o conceito e compilar informações e dados sobre a economia dos bens simbólicos dentro de uma perspectiva mundial. Acerca disso, Claudia Leitão acrescenta que

Este Relatório foi um marco no reconhecimento da relevância estratégica da economia criativa como vetor de desenvolvimento, demonstrando, especialmente, a força das indústrias criativas, com uma média de 10% de crescimento anual. Essa mensuração, contudo, é fruto da compilação de dados produzidos pelos diversos países, sem a presença de uma cesta de indicadores e de um tratamento estatístico comum, o que fragiliza os resultados aferidos. Vale ressaltar que, neste Relatório, as metodologias quantitativas, em sua grande parte, somente capturam ou mensuram a produção de riquezas das indústrias, ignorando a participação dos micro e pequenos

empreendedores, assim como a informalidade em que estão mergulhadas milhões de pessoas, em todo o planeta, que trabalham nestes segmentos (2015, p. 2).

Uma das grandes dificuldades para a formulação de políticas públicas relacionadas à participação da cultura e da economia criativa na economia formal é a ausência de pesquisas cuja metodologia científica abranja estes setores de micro e pequenos empreendedores, assim como os trabalhadores criativos informais. No entanto, apesar destas limitações, segundo a UNCTAD (2013), mesmo com a crise financeira mundial de 2008, que provocou uma queda significativa no comércio entre os países, entre 2002 e 2011 as exportações de bens e serviços criativos cresceram, anualmente, em torno de 12,1 % nos países em desenvolvimento, chegando a US\$ 227 bilhões em 2011, ganhando destaque no comércio mundial. Nesse período, os países passam a investir nos setores criativos e culturais, mesmo enfrentando vários obstáculos, que são enumerados por Leitão (2015):

- a) Baixa disponibilidade de recursos para o financiamento de negócios;
- b) Investimento insatisfatório em capacitação dos agentes atuantes em cadeias produtivas; e
- c) Pouca infraestrutura, especialmente no que se refere à distribuição e difusão dos seus bens e serviços.

Como consequência, ainda segundo Leitão (2015), segmentos como audiovisual, literatura, música, moda, *design* e arquitetura vão se tornando cada vez mais importantes na composição do PIB de alguns países. Para a autora do artigo, as indústrias criativas se tornaram eixo estratégico de desenvolvimento de países como Austrália, China, Estados Unidos e Inglaterra.

É neste cenário econômico mundial que estudos e pesquisas constatarem a evolução do desempenho dos setores criativos mesmo em momentos de crise na economia dos países. Segundo Leitão (2015), esses estudos anunciam a transformação do trabalho, a ampliação do setor de serviços na composição do PIB e a necessidade da constituição de fundos específicos para o financiamento dos setores criativos. Citando alguns jornais e revistas econômicas, a autora aponta que

Nos Estados Unidos, o desemprego cresceu em todas as categorias, mas os trabalhadores dos setores criativos foram os que menos perderam emprego e renda nos anos anteriores e posteriores à crise econômica de 2008. Nos setores que empregam mão-de-obra braçal e não especializada o desemprego subiu de 5% para 9,3%, o dobro da classe criativa (CAMBRIDGE JOURNAL OF REGIONS, 2012 *apud* LEITÃO, 2015, p. 3).

E em relação ao impacto econômico dos investimentos em setores criativos na Espanha e em toda a Europa, a pesquisadora aponta que

Segundo estudo recente de pesquisadores da Universidade de Valência, um aumento de 1% na proporção de postos de trabalho nos serviços criativos incrementa entre 1.000 e 1.600 euros o PIB *per capita*. (La cultura como factor de innovación económica y social; 2012). Programa ‘Europa Criativa’ investirá €1,8 bilhão (2014-2020) para ampliar a competitividade dos empreendimentos criativos europeus e reforçar suas ligações com os segmentos industriais tradicionais (LEITÃO, 2015, p. 3).

Cabe aqui salientar que os países desenvolvidos do velho continente como Espanha e Inglaterra, mesmo atuando fortemente em setores de ponta da indústria, seja ela automobilística, eletrônica, química dentre outras, não desprezam e ainda mensuram o impacto da economia criativa em suas economias formais.

2.1.2 Cidades criativas e o turismo religioso

2.1.2.1 Cidades criativas

Reis (2008) afirma que os estudiosos da economia criativa atribuem a uma confluência de fatores o amálgama que impulsionou a formação de uma nova dinâmica de processos e modelos sociais, culturais e econômicos, no qual a economia criativa encontra terreno fértil. Destacam-se a globalização, as novas mídias, a falência dos modelos econômicos tradicionais — como a velha indústria fordista — em promover desenvolvimento e inclusão e a valorização do conhecimento não só técnico, mas cultural. Em relação à valorização econômica do intangível na cultura, a economista argumenta que

É economicamente evidente que a singularidade da cultura de um povo confere valor agregado aos seus produtos criativos (música, audiovisual, moda, design, games, literatura) e proporciona uma vantagem competitiva inimitável. Não há como copiar o substrato cultural que caracteriza determinadas produções e manifestações e lhes confere traços únicos. Em termos econômicos, além do óbvio impacto econômico setorial usualmente mencionado (o faturamento da indústria do software, o número de empregos gerados pelo cinema etc.), destacam-se outros dois modos menos evidentes de incorporação do valor desse intangível cultural nos bens e serviços criativos (REIS, 2008, p. 134).

Nesse cenário de valoração da singularidade de cultura de um povo e seu território é que se observa o poder da criatividade no contexto urbano. Cidades criativas são, para a

autora, “[...] capazes de encontrar dentro de si solução para seus problemas. São cidades que transformam o tecido socioeconômico urbano com base no que tem de mais singular, criativo e específico e em um profundo entendimento de sua identidade cultural” (REIS, 2008. P. 134).

Uma cidade criativa é capaz de atrair empreendedores, investimentos e um perfil de turista que respeita e aprecia a cultura local, seu patrimônio material e imaterial, compreendendo a cidade como sua anfitriã, e tudo isso de forma sustentável. Neste aspecto, o fomento à econômica criativa como política pública no estado do Ceará poderia vir a desenvolver um potencial do turismo cultural e religioso em cidades como Canindé e Juazeiro do Norte. Ao analisar e caracterizar o potencial de desenvolvimento das chamadas cidades criativas, a autora alicerça seu pensamento realizando uma rápida análise do desenvolvimento de cidades. Assim, Reis (2008) assevera que

No Brasil, essa questão é particularmente delicada devido à consolidação, nos últimos 50 anos, da evasão populacional, em especial jovem, das cidades com até 50 mil habitantes, gerando três riscos graves: a insustentabilidade social e econômica das pequenas cidades; a descontinuidade das tradições e conhecimentos culturais; o inchaço dos grandes centros urbanos. A defesa das cidades criativas se faz para oferecer a esses migrantes a possibilidade de permanecerem e se realizarem econômica e culturalmente em suas próprias cidades, encontrando nelas mesmas oportunidades de trabalho e ofertas culturais (p. 136).

No Ceará, por conta da questão climática, conhecida como seca, conhecemos de perto a evasão populacional e a fuga para grandes cidades do Sudeste. A fim de ilustrar melhor o que vem a ser uma cidade criativa, iremos destacar um dentre vários exemplos de pequenas cidades criativas brasileiras: Guaramiranga.

Guaramiranga é um município brasileiro do estado do Ceará. Está localizado na região serrana, microrregião de Baturité e mesorregião do Norte cearense, a 110 km da capital do estado, Fortaleza. É, atualmente, um dos destinos culturais do calendário de festividades no estado do Ceará. Guaramiranga realiza anualmente dois grandes festivais: o Festival de Jazz e Blues, que ocorre no período de carnaval, e o Festival Nordeste de Teatro, que acontece no mês de setembro.

Neste sentido, a pesquisadora relata o processo de surgimento e desenvolvimento de Guaramiranga enquanto um exemplo de cidade criativa brasileira:

Corria o ano de 2000 quando a produtora cultural Via de Comunicação lançou o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga, proporcionando uma alternativa de qualidade à população que não se identificava com os ritmos tradicionais do Carnaval e promovendo o turismo até então concentrado em Fortaleza em uma cidade com características peculiares. Encravada em uma região de Mata Atlântica, Guaramiranga

trazia em seu DNA as reminiscências dos saraus e tertúlias do início do século passado. Jazz e blues foram escolhidos ao se constatar que os instrumentistas cearenses, de naípe reconhecido internacionalmente, não encontravam mercado de trabalho e a diversidade cultural se fragilizava com a falta de circulação da produção local. Guaramiranga, apesar de sua biodiversidade natural, tinha escassez turística, atravessava estagnação econômica e oferecia raras possibilidades profissionais ou culturais à população (REIS, 2008, p. 140).

Este festival é desenvolvido junto com a comunidade e complementado com oficinas, atividades de ecoturismo, encontros de novos talentos e nomes consagrados, reflorestamento e demais ações de conscientização e fomento ao turismo. Este último acontece ao longo do ano, incentivado pelo clima ameno, por suas cachoeiras e pela exuberância da sua Mata Atlântica, ainda resistente ao avanço da especulação imobiliária.

Em relação aos dados do desenvolvimento desta cidade criativa, Reis (2008) enfatiza que

Entre 2000 e 2007, o número de restaurantes passou de 2 para 24, surgiram 22 hotéis e uma variedade de serviços turísticos. Economicamente, o festival gera para o município o equivalente a dez meses de arrecadação tributária e garante fontes diversas de renda e emprego para a população local. Culturalmente, o programa inspirou a criação de bandas e casas noturnas de música instrumental, impulsionou o número de CDs gravados e programas de rádio. Socialmente, recuperou a autoestima da comunidade e, acima de tudo, lhe restituiu a possibilidade de transformar o seu futuro (2008, p. 140).

Embora haja críticas a elevação do custo de vida da cidade, elitização e exclusão do consumo em restaurantes (pelos altos preços), é evidente que os dois festivais realizados na cidade de Guaramiranga propiciam um aumento na arrecadação fiscal de um município que inicialmente só contava com sua vocação agrária. Em relação ao Festival Nordeste de Teatro de Guaramiranga, vejamos um trecho de um dos jornais da capital cearense:

O 22º Festival Nordeste de Teatro de Guaramiranga (FNT), que acontece de 05 a 12 de setembro, é um dos eventos culturais do País, que tem se firmado no segmento teatral do Nordeste brasileiro, como importante polo de difusão, circulação e formação. Com o tema ‘O lugar do teatro’, o 22º FNT Convida os participantes e o público a uma reflexão sobre o potencial do teatro para o desenvolvimento das cidades. Ao longo dos oito dias o FNT realiza mostras, debates, oficinas, cortejos, entre outras atividades, todas com acesso gratuito. Companhias de 07 estados estão entre os 09 selecionados, sendo 03 do Ceará e um da Bahia, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Paraíba, Maranhão e Sergipe (O POVO, 2015).

Em 2016, a Associação dos Amigos da Arte de Guaramiranga (AGUA), que é a entidade que organiza há vários anos o festival, “[...] torna pública a abertura das inscrições para a Mostra Nordeste do 23º Festival Nordeste de Teatro de Guaramiranga, com o objetivo

de ampliar a abrangência regional e valorizar a diversidade da produção teatral Nordestina” (O Povo, 27/06/2016). Com foco em seus objetivos anuais, o Festival elege um tema inspirador que parte de uma inquietação geralmente nascida nos debates que realiza e que aponta seus novos rumos. Para a edição de 2016, o tema inspirador “o teatro e a escola” propõe uma reflexão sobre teatro e educação, o ensino do teatro e o papel de grupos e companhias na formação teatral.

Em relação às características comuns às cidades criativas, Reis (2008, p. 142) afirma que “[...] se cidades criativas são aquelas capazes de se transformar socioeconomicamente e mudar as relações que estabelecem com o mundo, tendo por base sua própria essência, é claro que os exemplos bem-sucedidos em um contexto não são transportáveis para outro”. Porém, segundo Reis (2008), existem elementos comuns e fundamentais aos mais diversos casos, independentemente da localização ou do porte da cidade:

- a) A organização de um projeto cultural como catalisador de um programa complexo, transformador e transversal a diferentes setores (economia, meio ambiente, turismo, educação);
- b) O reconhecimento da necessidade de uma transformação profunda, motivada por uma situação de crise econômica e social (estagnação econômica, violência, desesperança, baixa autoestima), em cumplicidade com uma determinação inequívoca de sobrepujar obstáculos;
- c) A apropriação do programa pela comunidade, ainda que inicialmente não seja ela a protagonista;
- d) A identificação de traços distintivos (ainda que latentes) da cultura local, cuja originalidade é percebida e apreciada pelo olhar de quem é de fora. Com isso, quebra-se a falsa dicotomia entre preservação da cultura local e abertura para o turismo, e se garante a continuidade do turismo mesmo fora dos períodos de realização do projeto;
- e) O apelo a um turista qualificado, que entende a cidade como a casa de sua anfitriã e procura conhecê-la e vivenciá-la com respeito;
- f) A aliança entre as instituições públicas, privadas e do terceiro setor, com governança claramente definida, não importando qual dos três tenha se destacado no início desse processo de transformação;

- g) O investimento na qualificação dos recursos locais, na capacitação de crianças e jovens e na organização de atividades de conscientização e expansão da capacidade de raciocínio da comunidade;
- h) Na visão de que a sustentabilidade cultural local é dependente de sua sustentabilidade econômica. Isso não equivale a dizer que o valor de mercado se sobreponha aos valores culturais, mas sim que as duas esferas são complementares e necessárias para que a comunidade tenha a possibilidade de fazer suas próprias escolhas; e
- i) O combustível cultural de altíssima octanagem que se dá pelo rompimento das fronteiras entre erudito e popular, externo e local, grande nome e jovem talento.

Figura 1 - Rua Central de Guaramiranga



Fonte: Turismo de Experiência.

Figura 2 - Festival De Jazz & Blues de Guaramiranga



Fonte: Jornal de Todos os Brasis, 2015.

Figura 3 - Festival Nordestino de Teatro de Guaramiranga



Fonte: <www.pousadinhas.com.br>

2.1.2.2 Turismo religioso

Como apontado por Oliveira *et al.* (2013), a economia criativa é o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – incluindo-se a criatividade

como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços. Neste sentido, os pesquisadores do IPEA apontam que é possível

[...] caracterizar economia criativa como uma disciplina distinta da economia da cultura, que guarda grande relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual numa mesma dimensão, e tem relações de transbordamento muito próximo com o turismo e o esporte (Oliveira *et al.* 2013. p. 07).

Ao apontarmos a economia criativa como uma alternativa de desenvolvimento econômico sustentável, que prescinde de políticas públicas integradas e transversais a várias secretarias de governo, vislumbramos que o estado do Ceará deveria apostar e investir num outro tipo de turismo, o cultural e religioso.

Alves Júnior (2003) aponta um conceito polissêmico do turismo enquanto manifestação e fenômeno das civilizações humanas. Ao traçar um paralelo entre Santiago de Compostela, na Espanha, e Canindé, no Brasil, o autor afirma que

Os primeiros deslocamentos do homem, suas primeiras conquistas e relações com outros seres, suas características nômades tem sido objeto de estudos de ciências sociais, tais como historiadores, antropólogos, sociólogos e economistas. Através do Tempo, foram estabelecidas novas estruturas culturais para satisfazer suas necessidades de fixação a terra. Deste modo, o homem fomentou crenças e construiu novos mitos e ritos, e um novo imaginário. Os deslocamentos constantes em busca da sobrevivência produziram novos modos de relacionamento entre comunidades próximas ou distantes. Por outro lado, o desejo da escapada, da aventura, da descoberta o levou a um outro tipo de nomadismo: as grandes viagens exploratórias. Assim, abriu-se para o mundo, deixando-se contaminar pelo olhar do outro, permitindo que o estrangeiro participasse da construção de sua subjetividade (ALVES JUNIOR, 2003, p. 21).

Após assimilarmos um dos vários conceitos sobre o que vem a ser o turismo para as civilizações humanas, passamos a evidenciar e descrever o Caminho de São Francisco como um fenômeno religioso com grande potencial turístico e econômico.

O Caminho de São Francisco é uma rota de peregrinação que tem como destino a cidade de Canindé, situada a 132 km de Fortaleza, capital do estado do Ceará. O Caminho é totalmente constituído por estradas asfaltadas. Os romeiros fazem o percurso a pé, pelo acostamento. Há também uma romaria feita por motoqueiros, que partem da capital em direção à cidade de Canindé.

Para Rinschede (1992 *apud* ALVES JUNIOR, 2003), “[...] turismo religioso é aquele cujos participantes são motivados, em parte ou exclusivamente, por razões religiosas e que estão ligados ao turismo de férias e ao turismo cultural”.

Figura 4 – Moto-romaria a Canindé



Fonte: www.fazeronline.com

Em relação ao caminho de São Francisco, Alves Júnior (2003) vê um grande potencial para o aprimoramento das atividades ligadas tanto à romaria quanto ao turismo religioso. O autor enumera vários, e destacam-se aqui os mais ligados à nossa pesquisa sobre a relação da economia criativa com o turismo religioso:

- a) A acentuada religiosidade do povo nordestino e cearense, em particular, e a fé depositada em São Francisco;
- b) A quantidade expressiva de pessoas que visita Canindé todos os anos, particularmente no período entre setembro e fevereiro;
- c) A recuperação e o fortalecimento da identidade dos municípios, a busca de suas raízes, a disseminação da história da cidade através de escolas, Igreja e associações de classe, como meio de redescobrir e aprimorar a autoestima da população;
- d) A valorização das principais manifestações culturais da região, principalmente do município, como as referentes ao culto a São Francisco, as novenas, os pastoris

e autos de Natal, as músicas religiosas, os cânticos entoados nos ofícios religiosos e que hoje estão em processo de extinção;

e) A recuperação dos produtos típicos da cidade, tanto aqueles referentes a artes plásticas quanto aos trabalhos das bordadeiras e rendeiras; as esculturas de madeira, as lembranças e objetos ligados à religiosidade e ao culto a São Francisco, como terços, medalhas, estátuas; a redescoberta da culinária local e a sua valorização; os rituais folclóricos, como o bumba-meu-boi; a confecção dos cordéis; os cantadores e repentistas que possam servir como atração ao turista, o romeiro, o visitante da cidade e a geração de emprego e renda para a comunidade.

Em seu livro, Alves Júnior (2003) cita a pesquisa realizada pela Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR) sobre o perfil dos turistas que aportaram em Fortaleza no mês de julho de 2001 para evidenciar o potencial de utilização do turismo religioso e da romaria de São Francisco de Canindé como um dos atrativos turísticos do Ceará. O autor argumenta que

O estudo sinaliza que a demanda turística no período de janeiro a julho de 2001, foi de 945.772 turistas. Em julho de 2001, o perfil dos turistas revelou que o principal motivo da viagem (61,5%) foi recreio ou lazer, o que me faz acreditar que a Romaria a Canindé pode ser agregada à programação turística. A permanência média do turista nacional é de 9,2 dias e, para completar o percurso do Caminho de Canindé, gastam-se, em média quatro dias (ALVES JUNIOR, 2003, p.139).

Neste sentido, uma observação mais aprofundada desse potencial, segundo Alves Junior (2003, p. 139), e a sua utilização de maneira racional podem traduzir-se em um incremento quantitativo e, principalmente, qualitativo, em relação aos praticantes da Romaria de São Francisco. “A partir daí, pode-se gerar um movimento de fluxo e refluxo de oferta e demanda de bens e serviços e o conseqüente aumento de qualidade e, em decorrência, uma alteração positivada dinâmica da economia do trecho que compõe o Caminho de São Francisco”.

Ao propormos ao Governo do estado do Ceará a economia criativa como uma alternativa ao modelo tradicional de desenvolvimento econômico, de forma complementar. Sugerimos que esta estratégia governamental seja efetivada por políticas públicas integradas e transversais a várias Secretarias de estado relacionadas à Cultura; Desenvolvimento econômico; ciência e tecnologia e Turismo, dentre outras. Neste sentido, estamos apontando o potencial do impacto econômico do turismo cultural e religioso. Cidades históricas como Aracati e Sobral,

com seus casarios de belíssima arquitetura, e o turismo religioso de municípios como Canindé e Juazeiro do Norte deveriam entrar na rota de turistas nacionais e internacionais.

Figura 5 - Romeiros visitam Canindé



Fonte: www.santuariodecanide.com

Figura 6 - A Festa de São Francisco de Canindé, realizada no mês de outubro



Fonte: www.santuariodecanide.com

2.1.3 Críticas à economia criativa

Mesmo com a evolução do desempenho dos setores criativos em momentos de crise, ao olharmos para a Europa (berço da economia criativa), vemos que não há consenso sobre o papel positivo da economia criativa como fonte impulsionadora de desenvolvimento sustentável e inclusivo de pessoas que vivem nas grandes cidades. Miles (2012, p. 09) argumenta que:

Na década de 1980, o discurso dominante sobre a transformação das cidades na Europa Ocidental e na América do Norte defendia que a reabilitação de base cultural permitiria resolver um leque de problemas urbanos associados à desindustrialização. À medida que a produção industrial era transferida para os países do Sul global, o desemprego aumentava no Norte global, as fábricas eram abandonadas e os centros urbanos entravam em decadência. Simultaneamente, a desregulamentação do comércio desestabilizou o controlo económico, que passou das mãos do Estado, com o seu sentido de responsabilidade pelo bem público, para as do mercado. Neste contexto, a cidade cultural, baseada numa economia cultural, começou a tomar o lugar da cidade da produção material e das instituições públicas, numa proliferação de estilos de vida associados ao consumo. Gradualmente, foram sendo encontrados novos usos para velhos edifícios, muitas vezes como museus ou centros de informação e média. Em *The Corrosion of Character* (1998), Richard Sennett demonstra que a criatividade da nova economia engloba novos padrões de emprego, flexíveis e caracterizados pela insegurança. Enquanto os trabalhadores com vencimentos mais baixos eram desqualificados, surgia uma nova elite de criativos nos setores da cultura, dos meios de comunicação social e dos serviços financeiros. Estes criativos, na sua diversidade, fomentaram novas correntes consumistas não apenas ligadas às artes, mas estendendo-se também a outros domínios – por exemplo, a bares e marcas de designer e estilos de vida associados. Ao adquirir essa autoimagem proporcionada por bens e serviços de marca, a classe criativa passou a ser vista como um motor da transformação urbana. Na periferia urbana pouco mudou. Foi uma revolução urbana invertida, na qual os ricos se afirmaram expulsando os pobres para as margens sociais, culturais e económicas.

O referido autor estabelece sua crítica no fato de que a cidade (entendida como espaço coletivo) que surgiu após a aplicação de bases culturais e estéticas para o espaço urbano não beneficiou as camadas mais pobres e que não possuíam o nível de renda da nova elite dos criativos. Para ele,

Na década de 1990, a reabilitação urbana de base cultural tornou-se regra na Europa, legitimada pelo conceito de cidade criativa. Em alguns casos, esse processo levou a uma marginalização de culturas locais; noutros, a esperada nova prosperidade não se concretizou com a estetização do espaço e o resultante do enobrecimento urbano (gentrification). A cidade criativa é uma cidade socialmente fragmentada na qual se valoriza a cultura entendida como as artes, em detrimento da cultura enquanto articulação de valores partilhados no quotidiano. Contudo, a crise financeira de 2008 interceptou esta trajetória, proporcionando uma oportunidade para reavaliar o conceito de cidade criativa e os seus valores implícitos. Têm aparecido alternativas,

nomeadamente o movimento ocupa e a arte ativista. Poderá existir uma cidade pós-criativa? Poderá a imaginação criativa de uma diversidade de grupos urbanos levar a novas formações sociopolíticas e culturais? Isso constituiria possivelmente uma outra revolução urbana (2012, p. 09).

Cabe aqui conceituarmos o que vem a ser este enobrecimento urbano, ou *gentrification*. Segundo Bataller (2000),

O fenômeno fundamentalmente urbano conhecido como gentrificação consiste em uma série de melhorias físicas ou materiais e mudanças imateriais – econômicas, sociais e culturais – que ocorrem em alguns centros urbanos antigos, os quais experimentam uma apreciável elevação de seu status. Este processo tem se desenvolvido nos países industrializados basicamente ao longo da etapa chamada pós-industrial ou pós-moderna, iniciada com o declínio do modelo socioeconômico industrial tradicional a partir dos anos de 1970. Caracteriza-se normalmente pela ocupação dos centros das cidades por uma parte da classe média, de elevada remuneração, que desloca os habitantes da classe baixa, de menor remuneração, que viviam no centro urbano (p. 10).

Leitão (2015), por sua vez, afirma que além da falta de consenso sobre os benefícios da economia criativa na reabilitação urbana das cidades da Europa após a mudança das grandes plantas industriais — para países em desenvolvimento, onde poderiam pagar baixos salários —, há impasses conceituais e ideológicos entre as “indústrias” e as “economias” criativas. Um grande paradoxo em relação às discussões teóricas sobre a economia criativa em nosso século é o papel dilemático das inovações tecnológicas no incremento da economia criativa. Em relação a este paradoxo, a autora assevera que

De um lado, o avanço tecnológico dá cada vez mais poder às indústrias do *copyright*, de outro, ele permite o acesso cada vez maior dos indivíduos à fruição e ao protagonismo cultural, gerando produtores independentes, *prosumidores* [...], novos empreendedores e empreendimentos no campo da cultura e da criatividade. Por outro lado, os Estados começam a conceber a cultura, não como um gasto, mas como um investimento, ou, ainda, como um recurso para atrair investimentos, gerar renda, embora sejam mantidos os privilégios e assimetrias entre povos e países (p. 02).

Cabe aqui, novamente, contextualizarmos o que vem a ser *prosumidor*. Para Leitão (2015), *prosumidor* é o consumidor que produz conteúdo, ou seja, o produtor mais consumidor. Ele é capaz de dividir suas experiências, pautar tendências e contribuir no processo de criação de produtos e serviços.

Outro ponto a se observar quanto ao papel da economia criativa como política pública voltada ao desenvolvimento econômico de um estado pobre como o Ceará está relacionado ao caráter social do resultado deste produto criativo. Como se pode observar, e

como bem adverte Yúdice (2004 *apud* LEITÃO, 2015, p. 04), “[...] a cultura é um recurso do sistema capitalista para manter a ‘*lógica dos fins*’ (como assim a denominava Celso Furtado), em detrimento da ‘*lógica dos meios*’”. Ou seja, segundo Leitão (2015), as indústrias culturais reproduzem a lógica industrial da acumulação capitalista de Karl Marx e da dependência (analisada por Celso Furtado), ao invés de produzirem redistribuição, colaboração ou solidariedade entre povos e nações, tal como preconiza a economia solidária.

Esta ponderação funciona como uma espécie de “contraponto” ou freio à visão um tanto “ufanista” e ideologicamente questionável sobre a força econômica em si, cada vez mais significativa, das atividades econômicas baseadas em bens e serviços culturais e criativos em países desenvolvidos, sobretudo nos países não desenvolvidos como o Brasil.

Para Leitão (2015, p. 04),

[...] a percepção dos países desenvolvidos é a de que se deve festejar as indústrias criativas como uma nova fase mais sofisticada da produção capitalista. Eles preferem este termo por significar indústrias caracterizadas pelo valor agregado da cultura e da ciência e tecnologia na produção de bens e serviços, assim como pela proteção aos direitos autorais criativos.

Estas indústrias são caracterizadas pela ótima performance econômica, embora não demonstrem capacidade significativa de anexar inclusão social ao resultado econômico de seu processo produtivo.

A crítica e a formulação teórica feita pela pesquisadora e consultora Claudia Leitão (2015) ganha importância porque aponta para uma possível aplicação de políticas públicas de fomento ao desenvolvimento não somente econômico, mas também social, em um estado pobre como o Ceará. Com o incremento de renda, o aumento de arrecadação nos impostos e da participação de pequenas e médias empresas como empreendimentos criativos e colaborativos, aumentando a cooperação entre microempreendedores criativos e comunidade local haveria, indiretamente, uma melhoria nos indicadores sociais do estado do Ceará? É isto que a pesquisa procurará encontrar: respostas.

No entanto, como já foi visto, vários países desenvolvidos (como Austrália, China, Estados Unidos e Inglaterra) utilizam as indústrias criativas como eixo estratégico de desenvolvimento; mas em que medida os países latino-americanos, caribenhos e africanos podem dividir com os países ricos os dividendos produzidos pela economia criativa? Refletindo em relação à distribuição do desenvolvimento das indústrias criativas no mundo Leitão argumenta que

A expansão das indústrias culturais e criativas não beneficia equitativamente a todos os países nem regiões. Ela gera desigualdades econômicas, contribuindo para a manutenção de desequilíbrios históricos no acesso à comunicação, à informação e ao entretenimento, provocando o declínio da diversidade cultural. Assim, a exportação dos produtos das indústrias culturais (músicas, telenovelas, filmes), que se dá através da indústria transnacional (escritores argentinos, colombianos e chilenos que publicam livros através de editoras de Madri ou Barcelona, de africanos que gravam CDs em Paris), é fruto da ‘*desterritorialização*’ da cultura. Vale ainda ressaltar um dos maiores paradoxos do consumo cultural planetário: enquanto alguns produtos culturais vendem aos milhares e milhões, fecham-se teatros, cinemas, livrarias, bibliotecas e centros culturais em todos os continentes (2015, p. 3).

Nesse sentido, o papel das economias latino-americanas, caribenhas e africanas, mesmo com o advento de um potencial incremento de suas economias, com uma possível elevação do PIB, permanece o mesmo, ou seja, o de fornecedor de *commodities* e matérias-primas e consumidor de produtos culturais e/ou criativos com tecnologia e valores agregados. Ou seja, para Leitão (2015), as indústrias criativas somente reforçam o abismo entre ricos e pobres, especialmente entre os países dos hemisférios Norte e Sul.

2.1.4 Mercado e indicadores

Nos Estados Unidos, o mercado do entretenimento — que é um dos setores criativos mais importantes e estratégicos — tem recebido elevados investimentos no decorrer das últimas décadas. A este respeito Leitão (2015) observa que

Para esse país, o *copyright* tem especial importância, diferentemente dos países onde a produção de bens pode ser comunitária (especialmente a que se refere às culturas tradicionais, como é o caso do artesanato, ou mesmo da cultura digital, através do acesso aos softwares livres e às licenças *Creative Commons*). Os dados trazem evidências, mas, sobretudo, suscitam grandes desafios, especialmente, para os países que não aparecem ou que aparecem de forma insatisfatória nos relatórios mundiais sobre a economia criativa (2015, p. 4).

No ano de 2010, a UNCTAD amplia seu escopo de pesquisa das indústrias para as economias criativas. Com a segunda e terceira edições do Relatório UNCTAD (2008), o conceito de economia criativa, ainda em debate, começa a se ampliar. Pela ausência de indicadores e estatísticas, o Relatório se torna mais qualitativo e se dedica a apresentar *cases* de sucesso em setores criativos nos diversos países. Em resumo, os Relatórios UNCTAD 2008, UNCTAD 2010 e UNCTAD 2013 trazem as seguintes afirmações:

- a) A economia criativa é um conceito em evolução, baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico;

- b) Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos ao mesmo tempo em que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- c) Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- d) É um conjunto de atividades econômicas baseado no conhecimento, caracterizado pela dimensão do desenvolvimento e de interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral; e
- e) É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.

Como se pode observar neste resumo dos Relatórios da UNCTAD (2008, 2010, 2013), há uma aposta no potencial econômico da economia criativa como fator de desenvolvimento não só econômico, mas também social. No entanto, a UNCTAD (*idem*) aponta a necessidade de que haja políticas públicas em “ação interministerial”. É neste sentido que vislumbramos que o Governo do Estado do Ceará deve planejar, executar e monitor políticas públicas integradas entre várias secretarias, como as de Desenvolvimento Econômico, Cultura, Turismo e Planejamento e Gestão, tendo como alicerce o desenvolvimento das indústrias e da economia criativas.

Em relação à necessidade de levantamento de dados estatísticos, sistemas de informações, de metodologias e de indicadores econômicos sobre a economia criativa, a professora Claudia Leitão (2015) enfatiza que

Apesar do esforço de compilação de dados sobre a economia criativa mundial, realizados pela UNCTAD e pela UNESCO nos últimos anos, muitos países continuam ‘invisíveis’ aos Relatórios, em função da inexistência de sistemas de informações, de metodologias, de indicadores capazes de trazer uma efetiva ampliação do conceito de economia criativa, que continua, ainda hoje, praticamente reduzido ao âmbito das indústrias. O resultado é que, malgrado a riqueza do patrimônio natural e cultural dos países do Sul, os mesmos não conseguem estimular os setores culturais e criativos, a partir de políticas públicas que viabilizem suas dinâmicas econômicas (p. 05).

Como os Relatórios da UNCTAD sinalizam, a economia criativa é um conceito em construção, e nesta elaboração vemos que o conceito de indústrias criativas tem completado duas décadas. No entanto, o seu significado como base de um desenvolvimento sustentável e socialmente incluyente ainda necessita de aprofundamento teórico e de operacionalidade

técnica por parte de governos, instituições de fomento, empresariais e de gestores culturais. Assim, Leitão (2015) afirma que

Se a economia criativa é uma economia baseada na abundância e não na escassez de recursos, pois seu insumo principal é a criatividade e o conhecimento humano, que são infinitos, ela figura como uma estratégia fundamental para os países onde a criatividade é mais importante do que o domínio da ciência e tecnologia. Ao mesmo tempo, a natureza colaborativa dessa economia favorece a ação coletiva entre pessoas, comunidades, instituições, coletivos, empresas, governos e redes. Enfim, a economia criativa oportuniza a “queima de etapas” nos processos produtivos, na medida em que reconcilia estratégias nacionais com processos internacionais globais (p. 5).

Esta percepção da professora Claudia Leitão coincide com os estudos sobre Comércio Internacional feitos por vários economistas, como os contemporâneos Paul Krugman, Michael Porter, Heckscher, Ohlin e os clássicos David Ricardo e Adam Smith, quando apontam que os países devem entrar no comércio mundial com os seus principais produtos apresentando vantagens competitivas. Segundo Coutinho *et al.* (2006),

A teoria clássica de comércio exterior procura explicar o comércio internacional a partir da produtividade relativa dos fatores de produção, determinando que o fluxo do comércio resulta de uma dotação inicial desses fatores. Ou seja, os países devem se especializar na produção dos bens para os quais possuam vantagens comparativas, oriundas da abundância dos fatores utilizados na produção desses bens. Por outro lado, a teoria das vantagens competitivas buscou elucidar empiricamente as determinantes da capacidade competitiva de determinados países, com o objetivo de verificar como emergem as vantagens obtidas no comércio internacional (p. 1).

Portanto um dos objetivos desta pesquisa é o de estimular o Governo do Estado do Ceará, através do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), a realizar um Mapeamento da Indústria Criativa no Estado, com a consequente criação de indicadores econômicos que mensurem a participação e o impacto da economia da cultura e da economia criativa no Produto Interno Bruto (PIB) do estado.

2.2 ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO

2.2.1 Desenvolvimento econômico

Iniciemos esta abordagem teórica apresentando as principais visões e conceitos dos economistas sobre o que vem a ser desenvolvimento econômico, e em seguida explanaremos como este desenvolvimento pode vir a ser sustentável.

O professor de economia Luís Carlos Bresser-Pereira escreveu uma nota de aula em junho de 2008 para uso em curso de desenvolvimento econômico na Escola de Economia de São Paulo. Nesta, o autor conceitua o desenvolvimento econômico de um país ou Estado-Nação como um “[...] processo de acumulação de capital e incorporação de progresso técnico ao trabalho e ao capital que leva ao aumento da produtividade, dos salários, e do padrão médio de vida da população” (p. 01). Afirma também que a medida mais geral de desenvolvimento econômico é a do aumento da renda por habitante, porque esta mede aproximadamente o aumento geral da produtividade.

Para Bresser-Pereira (2008), os níveis comparativos de desenvolvimento econômico são geralmente medidos pela renda em termos de *Purchasing Power Parity* (PPP), ou Paridade do Poder de Compra³ por habitante, porque a renda ou produto do país, corrigido dessa maneira, avalia melhor a capacidade média de consumo da população do que a renda nominal. Em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) como conceito mais abrangente e complementar ao conceito de desenvolvimento econômico, o autor explica:

Há casos, entretanto, especialmente nos países produtores de petróleo, que renda per capita não reflete em absoluto o nível de produtividade e de desenvolvimento econômico de um país. Uma alternativa é o Índice de Desenvolvimento Humano, que foi um importante avanço na avaliação do desenvolvimento econômico, mas não substitui as duas rendas por habitante anteriores, antes as complementa. O desenvolvimento econômico supõe uma sociedade capitalista organizada na forma de um estado-nação onde há empresários e trabalhadores, lucros e salários, acumulação de capital e progresso técnico, um mercado coordenando o sistema econômico e um estado regulando esse mercado e complementando sua ação coordenadora. O aumento da produtividade ou da produção por trabalhador ocorreria tanto na produção dos mesmos bens através da redução sistemática da quantidade de trabalho simples utilizado, quanto através da transferência da mão-de-obra para setores com maior conteúdo tecnológico ou maior valor adicionado *per capita* (BRESSER-PEREIRA, 2008, p. 1).

Como podemos observar, a análise de Bresser-Pereira (*idem*) aponta que além da renda *per capita*, o melhor indicador de desenvolvimento econômico de um país é o IDH desta sociedade.

³ A Paridade do Poder de Compra (PPC), ou paridade do poder aquisitivo (PPA), é um método alternativo à taxa de câmbio para se calcular o poder de compra de dois países. A teoria da Paridade de Poder de Compra (PPC) foi originalmente formulada pelo economista sueco Gustav Cassel, que definiu que a taxa de câmbio de um país tende a se desvalorizar na mesma proporção em que aumenta o nível dos preços. Assim, a PPC procura medir o quanto uma determinada moeda pode comprar em termos internacionais (normalmente dólar), já que bens e serviços têm diferentes preços de um país para outro, ou seja, relaciona o poder aquisitivo de tal pessoa com o custo de vida do local, se ele consegue comprar tudo que necessita com seu salário.

Ainda segundo Bresser-Pereira (2008), esta segunda forma de aumento da produtividade é mais importante do que a primeira, porque é assim que um país logra aproveitar seus trabalhadores, técnicos, administradores e comunicadores mais qualificados ou educados. Seu custo social de reprodução é mais alto – o que implica maiores salários e, portanto, padrões de vida mais altos. Do lado da oferta, o crescimento econômico depende da educação, do desenvolvimento tecnológico e da acumulação de capital em máquinas e processos mais produtivos.

2.2.2 Desenvolvimento e crescimento

Considerando como fato dado, Bresser-Pereira (2008) afirma que o desenvolvimento econômico implica mudanças estruturais, culturais e institucionais e que existe uma longa tradição que rejeita a identificação de desenvolvimento econômico com crescimento da renda *per capita*, ou simplesmente crescimento econômico; nós, entretanto, entenderemos as duas expressões como sinônimas. De fato, caso definamos crescimento econômico como simples aumento da renda *per capita*, os dois termos não se confundem, pois há casos em que a produção média por habitante aumenta, mas mesmo no longo prazo não há aumento generalizado dos salários e dos padrões de consumo da sociedade.

Outro economista que contribuiu na compreensão de desenvolvimento e crescimento econômico foi Schumpeter (1961), que foi o primeiro a assinalar esse fato, quando afirmou que o desenvolvimento econômico implica transformações estruturais do sistema econômico que o simples crescimento da renda *per capita* não assegura. Schumpeter (*idem*) usou esta distinção para salientar a ausência de lucro econômico no fluxo circular de renda — onde no máximo ocorreria crescimento — assim como para mostrar a importância da inovação tecnológica – ou seja, de investimento com incorporação do progresso técnico – no verdadeiro processo de desenvolvimento econômico. Com o intuito de elaborar teoricamente sobre crescimento e desenvolvimento a partir do crescimento da renda *per capita*, Bresser-Pereira (2008) aponta que

É verdade que podem existir circunstâncias nas quais o crescimento da renda *per capita* não envolve essas transformações e não configuram, portanto, desenvolvimento econômico. É bem conhecido o caso de países cuja renda *per capita* cresce devido à exploração de um recurso natural de que esse país é muito bem-dotado, mas não há transformações estruturais na economia: a produção desse bem ocorre em regime de enclave, geralmente acompanhado por “doença holandesa”, ficando os frutos do progresso técnico limitados exclusivamente àquele setor da economia (p. 3).

Cabe aqui esclarecermos o que vem a ser doença holandesa. O próprio Bresser-Pereira (2013) nos explica:

A Doença Holandesa é a sobre apreciação permanente da taxa de câmbio de um país resultante da existência de recursos naturais abundantes e baratos (ou de mão de obra barata combinada com um diferencial de salários elevado) que garantem rendas ricardianas aos países que possuem e exportam as *commodities* com eles produzidos. Essa sobre apreciação decorre do fato que sua exportação dessas *commodities* é compatível com uma taxa de cambio mais valorizada do que seria necessário para tornar competitivas empresas de outros setores de bens comercializáveis mesmo que elas utilizem tecnologia no estado da arte mundial (p. 1).

Assim, Bresser-Pereira (2008) não vê razão para identificar aumento da renda *per capita* como “*crescimento econômico*” sem aumento da produtividade. Ao verificar o uso corrente, ele observou que desenvolvimento e crescimento econômico são expressões geralmente utilizadas como sinônimas. Por outro lado, para ele, a medida usual do desenvolvimento econômico continua sendo o aumento da renda *per capita*. Ou seja, quando há aumento da renda *per capita* e a economia não se transforma porque não aumenta a toda a sua produtividade, mas apenas de um setor geralmente de baixo valor adicionado *per capita*, não ocorre nem desenvolvimento nem crescimento econômico. De acordo com o pensamento de Bresser-Pereira (2008), para muitos economistas não ortodoxos, a identificação do desenvolvimento econômico com crescimento seria ideológica: ela ocultaria o fato de o desenvolvimento econômico implicar melhor distribuição de renda, enquanto que o crescimento, não.

Outro economista, o indiano Amartya Sen (1993, 1999), cujo nome está ligado à formulação do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), é talvez o mais radical nessa matéria. De acordo com Sen (1993, 1999 *apud* BRESSER-PEREIRA, 2008), desenvolvimento econômico implica expansão das capacidades humanas ou aumento da liberdade. Já Furtado (2004) afirma que o crescimento econômico, tal como o conhecemos, vem se fundando na preservação de privilégios das elites, que satisfazem seu afã de modernização; já o desenvolvimento se caracteriza por seu projeto social subjacente.

Neste sentido, este desenvolvimento sem adjetivos ou desenvolvimento humano de fato, seria o gênero que incluiria as espécies: econômica, social, política e ambiental. O desenvolvimento também é entendido normativamente. Furtado (1967), em seu livro teórico mais geral, não separa desenvolvimento de desenvolvimento econômico, e o distingue de crescimento, mas de forma limitada. Para ele, o desenvolvimento compreende a ideia de

crescimento, superando-a. Entretanto, o estudioso observa que para que o crescimento não acarretasse modificações na estrutura econômica, seria preciso pensar em uma situação pouco provável, na qual ocorresse a expansão simultânea de todos os setores produtivos sem qualquer aumento da produtividade.

Bresser-Pereira (2008), por seu turno, entende o desenvolvimento econômico como uma das formas que assume o desenvolvimento humano, e pensa que talvez seja possível conciliar a abordagem histórica e a normativa do conceito de desenvolvimento econômico sem, contudo, confundi-las.

No entanto, Sachs (2004 *apud* BRESSER-PEREIRA, 2008), que costuma distinguir crescimento de desenvolvimento, não hesita em acrescentar adjetivos ao desenvolvimento e ao crescimento que tornem o pensamento mais claro. Para ele, existe um desenvolvimento includente e um crescimento excludente, ou concentrador. De acordo com o citado autor, a maneira de definir desenvolvimento includente é, por oposição ao padrão de crescimento, perverso, conhecido na bibliografia latino-americana como excludente do mercado de consumo e concentrador (de renda e de riqueza).

Já que estes adjetivos acima citados são, neste caso, a denominação da somatória de desenvolvimentos econômico, político, social e autossustentável de desenvolvimento humano, parece adequado, inclusive, porque se aproveita a existência do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que foi criado a partir da preocupação com um desenvolvimento econômico que excluísse os demais objetivos sociais. Neste caso, desenvolvimento simplesmente e desenvolvimento humano seriam, portanto, expressões sinônimas. Em relação à diferenciação entre desenvolvimento e crescimento econômicos e a sua interação com os principais objetivos da sociedade moderna, Bresser-Pereira (2008) aponta que

Parece-me mais adequado do ponto de vista analítico da teoria política definir desenvolvimento econômico nos termos que fiz acima, não fazendo diferença com crescimento econômico, tirar desse conceito conotações normativas mais amplas, e considerá-lo não como 'o' objetivo geral, mas como um dos cinco grandes objetivos políticos que as sociedades modernas estabeleceram para si mesmas. Esses objetivos foram estabelecidos historicamente, e estão relacionados com a definição dos direitos de cidadania (p. 8).

Para Bresser-Pereira (2008), o crescimento ou desenvolvimento econômico seria uma construção histórica das sociedades modernas e um dos grandes objetivos políticos estabelecidos por estas mesmas sociedades. Ainda segundo o professor de economia,

Os dois primeiros objetivos políticos da sociedade moderna já estavam claramente presentes nas sociedades antigas – são a ordem ou segurança interna e a paz combinada com autonomia nacional. O terceiro objetivo constitui-se após o surgimento dos estados absolutos – é o da liberdade, que em um primeiro momento é definida em termos liberais como liberdade de pensamento ou, mais amplamente, como garantia dos direitos civis, e em um segundo, em termos democráticos, como liberdade de participar da escolha dos governantes do estado, como direito político. O quarto objetivo político define-se a partir da revolução industrial que o viabiliza – é o objetivo do desenvolvimento econômico ou do aumento do bem-estar material, e está relacionado como direito ao trabalho. O quinto objetivo político começa a ser definido socialmente na segunda metade do século XIX: é o da justiça social e se identifica com a afirmação dos direitos sociais (p. 8).

Mais recentemente, no último quartel do século XX, um sexto e último objetivo político é definido historicamente: depois da conferência das Nações Unidas em Estocolmo, em 1972, a proteção ao meio ambiente, ou o desenvolvimento sustentado, assume caráter tão importante quanto o dos outros cinco objetivos políticos das sociedades modernas.

Bresser-Pereira (2008) considera que, definido o desenvolvimento ou o crescimento econômico nestes termos restritivos, a melhor maneira de medi-lo continua a ser a do crescimento da renda *per capita*. Ele enfatiza que

Ainda que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) calculado pelo PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) seja uma contribuição importante, ele é antes de tudo um índice de nível de desenvolvimento do que um índice de crescimento, não podendo ser usado para medir taxa de desenvolvimento econômico, enquanto que a renda *per capita* permite. Esse índice leva em consideração apenas três variáveis – alfabetização, longevidade e renda *per capita* – esta última com um peso de 50% no índice. Mesmo quando se trata de comparar níveis de desenvolvimento econômico de vários países, os dados de renda *per capita* que utilizam como renda ou produto nacional seu conceito PPP (*Purchasing Power Parity*), que emerge da adoção de uma taxa de câmbio baseada em cestas de mercadorias ao invés da taxa de câmbio de mercado, continuam a ser mais usados (p. 9).

Após a leitura de vários autores, optou-se pela definição de crescimento econômico defendida por Bresser Pereira e pela compreensão de desenvolvimento econômico influenciado por Amartya Sen, que considera além do crescimento da renda *per capita* a variação positiva do IDH. Neste sentido, para avaliarmos o possível impacto do uso de uma política pública que encare a economia criativa como estratégia para o desenvolvimento econômico do Ceará, faz-se necessário um pleno entendimento do que venha a ser este desenvolvimento, que o mesmo eleve a renda *per capita* dos cearenses e que contribua para a melhoria do seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Um outro ponto positivo da implementação da economia

criativa e de sua indústria é que esta é não poluidora, ou tem baixo impacto ambiental. Daí a importância de nos aprofundarmos sobre a sua contribuição e sobre o que seja desenvolvimento sustentável.

2.2.3 Desenvolvimento sustentável

A chaminé expelindo fumaça foi, durante muito tempo, símbolo da industrialização dos países que não se preocupavam com os impactos que as matérias-primas utilizadas em seus processos produtivos causavam no meio ambiente. A partir da revolução tecnológica e das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), a sociedade moderna passa a enxergar e olhar para o futuro ambiental do nosso planeta, muito embora os vários encontros internacionais não encontrem nos governos de países como Estados Unidos e China uma disposição séria de frear o uso de combustíveis fósseis em seus processos produtivos industriais. A fim de situar o debate sobre a economia das ideias e da criatividade, devemos debater um pouco mais sobre o conceito e entendimento do que vem a ser o desenvolvimento sustentável.

Para Barbosa (2008), o termo desenvolvimento sustentável surgiu a partir de estudos da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre as mudanças climáticas como uma resposta para a humanidade perante a crise social e ambiental pela qual o mundo passava a partir da segunda metade do século XX. Na Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), também conhecida como *Comissão de Brundtland*, presidida pela norueguesa Gro Haalen Brundtland, mais precisamente no processo preparatório a Conferência das Nações Unidas (também chamada de Rio 92), foi desenvolvido um relatório que ficou conhecido como *Nosso Futuro Comum*.

Este relatório contém informações colhidas pela comissão ao longo de três anos de pesquisa e análise, destacando-se as questões sociais, principalmente no que se refere ao uso da terra e sua ocupação, ao suprimento de água, ao abrigo e serviços sociais, educativos e sanitários e à administração do crescimento urbano. No Relatório da CMMAD (1991) está exposta uma das definições mais difundidas do conceito: o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer as possibilidades de as gerações futuras atenderem às suas próprias demandas.

O conceito de desenvolvimento sustentável foi firmado na Agenda 21, documento desenvolvido na Conferência Rio 92, e incorporado em outras agendas mundiais de desenvolvimento e de direitos humanos, mas o conceito ainda está em construção, segundo a

maioria dos autores que escrevem sobre o tema, como Carla Canepa (2007), Veiga (2005) e Acselrad (1999). Segundo Gisele Silva Barbosa,

Apesar de ser um conceito questionável por não definir quais são as necessidades do presente nem quais serão as do futuro, o *relatório de Brundtland* chamou a atenção do mundo sobre a necessidade de se encontrar novas formas de desenvolvimento econômico, sem a redução dos recursos naturais e sem danos ao meio ambiente. Além disso, definiu três princípios básicos a serem cumpridos: desenvolvimento econômico, proteção ambiental e equidade social. Mesmo assim, o referido relatório foi amplamente criticado por apresentar como causa da situação de insustentabilidade do planeta, principalmente, o descontrole populacional e a miséria dos países subdesenvolvidos, colocando somente como um fator secundário a poluição ocasionada nos últimos anos pelos países desenvolvidos, que se negam a assinar protocolos como o de Kyoto (2008, p. 2).

Um dos principais temas da atualidade é o aquecimento global e o combate ao uso intensivo de combustíveis fósseis. A introdução de uma indústria limpa e não poluidora, como é a indústria criativa; seja nos Estados Unidos, Austrália ou no Rio de Janeiro, certamente contribuirá para o desenvolvimento inclusivo e sustentável das economias de países e estados como o Ceará.

3 METODOLOGIA

A fim de compreender de que maneira a economia criativa pode ser utilizada como política pública fomentadora de desenvolvimento econômico para o estado do Ceará, bem como identificar e mensurar as variáveis econômicas e sociais (categorias) que serão afetadas com o desenvolvimento da indústria e economia criativas, relacionando-as, utilizamos como metodologia a técnica ou pesquisa documental, que será conceituada e detalhada mais adiante. Começamos conhecendo um dos vários conceitos dos autores sobre o que seja metodologia:

Metodologia é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos. A finalidade da ciência é tratar a realidade teórica e praticamente. Para atingirmos tal finalidade, colocam-se vários caminhos. Disto trata a metodologia (DEMO, 1985, p. 19).

A **técnica ou pesquisa documental** é um tipo de pesquisa científica que utiliza documentos como fonte para a pesquisa. Acerca disso, Sá Silva *et al.* (2009) afirmam que o uso de documentos em pesquisa deve ser apreciado e valorizado. “A riqueza de informações que deles podemos extrair e resgatar justifica o seu uso em várias áreas das Ciências Humanas e Sociais porque possibilita ampliar o entendimento de objetos cuja compreensão necessita de contextualização histórica e sociocultural ” (SÁ SILVA *et al.*, 2009, p. 2). Na reconstrução de uma história vivida,

[...] o documento escrito constitui uma fonte extremamente preciosa para todo pesquisador nas ciências sociais. Ele é, evidentemente, insubstituível em qualquer reconstituição referente a um passado relativamente distante, pois não é raro que ele represente a quase totalidade dos vestígios da atividade humana em determinadas épocas. Além disso, muito frequentemente, ele permanece como o único testemunho de atividades particulares ocorridas num passado recente (CELLARD, 2008, p. 295).

Ao tentarem nomear o uso de documentos na investigação científica, os autores utilizam palavras como pesquisa, método, técnica e análise. Teríamos, portanto, as seguintes denominações: **pesquisa documental, método documental, técnica documental e análise documental.**

De acordo com Caulley (1981 *apud* LÜDKE; ANDRÉ, 1986), a análise documental busca identificar informações factuais nos documentos a partir de questões e hipóteses de interesse. Já Cellar (2008, p. 298) afirma que “[...] uma pessoa que deseja empreender uma

pesquisa documental deve, com o objetivo de constituir um *corpus* satisfatório, esgotar todas as pistas capazes de lhe fornecer informações interessantes”

Como se percebe, a técnica documental vale-se de documentos originais que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor. [...] “ é uma das técnicas decisivas para a pesquisa em ciências sociais e humanas”. (HELDER, 2006).

Segundo Cavalcante *et al.* (2014), existem diferentes técnicas de organização e análise de dados na pesquisa qualitativa, sendo a Análise de Conteúdo uma destas possibilidades nas ciências sociais aplicadas. A Análise de Conteúdo é composta por procedimentos sistemáticos que proporcionam o levantamento de indicadores (quantitativos ou não), permitindo a realização de inferência de conhecimentos. Em relação à análise de conteúdo numa pesquisa documental, Bardin (1977) afirma que as diferentes fases da análise de conteúdo, tal como o inquérito sociológico ou a experimentação, organizam-se em torno de três polos cronológicos:

- a) A exploração do material;
- b) A pré-análise;
- c) O tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

Baseados nesses três polos, iremos desenvolver a análise metodológica de nosso estudo. Em relação ao processo de categorização que irá ser feito na pesquisa documental a respeito da economia criativa como política pública de desenvolvimento econômico para o Ceará, a autora afirma, categoricamente, que

A partir do momento em que a análise de conteúdo decide codificar o seu material, deve produzir um sistema de categorias. A categorização tem como primeiro objetivo (da mesma maneira que a análise documental), fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos. Na análise quantitativa, as inferências finais são, no entanto, efectuadas a partir do material reconstruído. Supõe-se, portanto, que a decomposição- reconstrução, desempenha uma determinada função na indicação de correspondências entre as mensagens e a realidade subjacente. A análise de conteúdo assenta implicitamente na crença de que a categorização (passagem de dados brutos a dados organizados) não introduz desvios (por excesso ou por recusa) no material, mas que dá a conhecer índices invisíveis, ao nível dos dados brutos. Isto talvez seja abusar da confiança que se pode ter no bom funcionamento deste delicado instrumento. É preferível estar-se consciente do que se passa quando da efectuação de uma operação de tal modo habitual que parece anódina (BARDIN, 1977, p. 119).

Neste sentido, se observará que muitos dados contidos em tabelas e gráficos dos documentos originais foram reelaborados com o fim de informar as principais variáveis afetadas pela implementação da economia criativa como política pública propulsora de desenvolvimento

econômico e em relação ao número de empregos e elevação ou não da renda dos chamados trabalhadores criativos.

Contudo, Bardin (1977) aponta que a ventilação das componentes das mensagens analisadas em rubricas ou categorias não é uma etapa obrigatória de toda e qualquer análise de conteúdo. Assim, como já dito, este estudo utilizar-se-á da Pesquisa ou Técnica Documental com a pré-análise dos dados, exploração do material (gráficos e tabelas) e, finalmente, com o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação de dados com o auxílio dos seguintes documentos:

- a) **Panorama da Economia Criativa no Brasil.** Texto para discussão. IPEA, Brasília, 2013;
- b) **Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil.** FIRJAN, Rio de Janeiro, 2014;
- c) **Desenvolvimento Econômico do Ceará: Evidências Recentes e Reflexões.** IPECE, Fortaleza, 2014.

Com os resultados finais, analisamos a viabilidade, relevância e aplicabilidade de políticas públicas integradas e fomentadoras de desenvolvimento econômico sustentável a partir da utilização da economia criativa. Analisamos também o impacto desta no Brasil em relação ao número de empregos formais (quantos são os empregos ditos criativos?) e, ao nível de renda dos trabalhadores criativos, com os dados oficiais colhidos nos documentos acima citados.

Com o auxílio do documento do IPECE (2014), detalhamos a composição percentual do PIB do Ceará para estimarmos um possível impacto da economia criativa na economia formal do estado do Ceará. Pretende-se, com isso, estimular o governo do Estado a realizar um Mapeamento da Indústria Criativa do Ceará, identificando as cadeias produtivas criativas e os possíveis Arranjos Produtivos Locais (APL).

4 PANORAMA E MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL

Inicialmente, vamos evidenciar um dos vários conceitos sobre “criatividade”, para reforçar a compreensão da análise do estudo feito pelo IPEA sobre o panorama da economia criativa no Brasil. Segundo o dicionário Aurélio *online*, criatividade seria: “A capacidade de criar, de inventar; Qualidade de quem tem ideias originais, de quem é criativo; Capacidade que o falante de uma língua tem de criar novos enunciados sem que os tenha ouvido ou dito anteriormente” (2016, p. 01).

Segundo os autores do estudo do IPEA em relação à criatividade,

Existem várias definições propostas de ‘criatividade’ nos diversos campos dos estudos científicos, mas nenhuma que consiga abranger todas as várias dimensões deste fenômeno. De fato, mesmo no campo da psicologia, em que a criatividade individual foi mais estudada, não há acordo quanto ao fato de a criatividade ser um atributo de pessoas ou um processo pelo qual as ideias originais são geradas (OLIVEIRA *et al.* 2013, p. 9).

No entanto, segundo Oliveira *et al.* (*idem*), as características de criatividade da atividade humana podem ser articuladas em três grandes áreas, a saber:

- a) **Criatividade artística:** envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressa em texto, som e imagem;
- b) **Criatividade científica:** envolve curiosidade e uma vontade de experimentar e fazer novas conexões em resolução de problemas;
- c) **Criatividade econômica:** é um processo dinâmico conducente à inovação em tecnologia, práticas de negócios, *marketing*, e está intimamente ligado à obtenção de vantagens competitivas na economia.

Todas estas definições envolvem criatividade tecnológica, em maior ou menor extensão, e podem estar inter-relacionadas. Claro está que a criatividade é interpretada como um elemento fundamental na definição do âmbito das indústrias criativas e da economia criativa. Para fortalecer a correlação entre criatividade e desenvolvimento, os pesquisadores do IPEA argumentam que

Do ponto de vista econômico, no entanto, uma relação entre criatividade e desenvolvimento socioeconômico não é aparente, particularmente em relação à medida com que a criatividade contribui para o crescimento econômico. Além de medir, é importante entender, também, o ciclo de atividade criativa por meio da

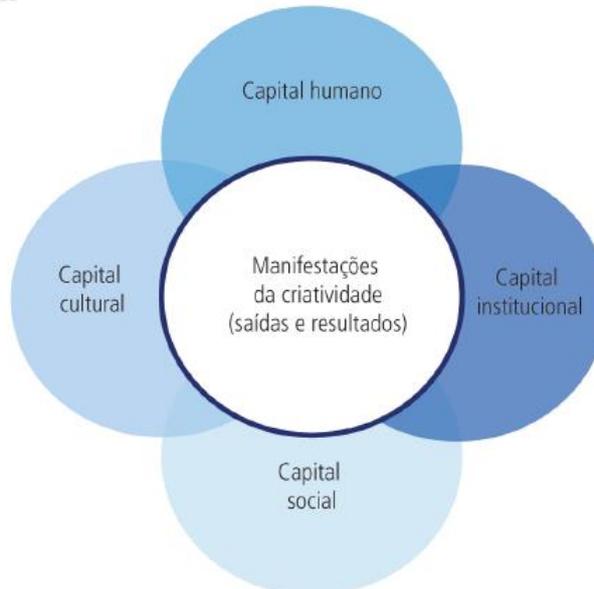
interação de quatro formas de capital – social, cultural, humano e estrutural ou institucional – como os determinantes do crescimento da criatividade: o capital criativo. Os efeitos acumulados destes determinantes são os ‘*resultados da criatividade*’ (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 10).

Este modelo também é conhecido como modelo dos 5C’s, conforme apresentado na Figura 7. Ele foi criado pelo Centro para a Pesquisa de Política Cultural da Universidade de Hong Kong, conforme apresentado em Hui *et al.* (2005). Trata-se de um modelo com 32 (trinta e dois) indicadores relacionados à cultura. Estes indicadores, por sua vez, são agrupados em 5 (cinco) pilares da criatividade, quais sejam: capital humano, tecnologia, ambiente institucional, abertura e diversidade. O objetivo de tais índices seria o de destacar o potencial da inclusão de indicadores baseados em cultura, em quadros existentes relacionados à criatividade, à inovação e ao desenvolvimento socioeconômico, a fim de avaliar o desempenho criativo e facilitar a criação de políticas públicas.

Sinteticamente, Hui *et al.* (2005) pensa que a criatividade pode ser definida como o processo pelo qual as ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas que são valorizadas. Em outras palavras, a criatividade seria o uso de ideias para produzir novas ideias. Devemos salientar que, conceitualmente, criatividade não é o mesmo que inovação. Nos dias atuais, para os autores do estudo sobre a economia criativa, do IPEA:

O conceito de inovação foi ampliado para além de uma natureza funcional, científica ou tecnológica. Este novo conceito reflete mudanças estéticas ou artísticas, e está mais associado à originalidade, que significa criar algo do nada ou refazer algo que já existe. Estudos recentes apontam para a distinção entre inovação pura e simples, ou *soft innovation*, e inovação tecnológica, mas reconhecem que elas estão interligadas. (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 10).

Segundo Stoneman (2010 *apud* Oliveira *et al.*, 2013), existem altas taxas de *soft innovation* nas indústrias criativas, especialmente naquelas ligadas a música, livros, artes, jogos, filmes, moda e vídeo. O foco é em novos produtos ou serviços, ao invés dos processos.

Figura 7 – Modelos dos cinco C's**FIGURA 1**
Modelo dos cinco Cs

Fonte: Hui *et al.* (2005).

Fonte: Hui *et al.* (2005).

4.1 BENS E SERVIÇOS CRIATIVOS

Segundo Oliveira *et al.* (2013), “[...] o escopo da economia criativa é determinado pela extensão das indústrias criativas, no entanto, é uma questão de consideráveis inconsistências e discordância na literatura acadêmica e em círculos de decisão política, especialmente em relação ao conceito paralelo de indústrias culturais”. Às vezes, é feita uma distinção entre as indústrias criativas e culturais, e ocasionalmente os dois termos são usados indistintamente. “Uma das formas de se proceder quanto à diferenciação é definir os bens e serviços que estas indústrias produzem” (STONEMAN, 2010 *apud* OLIVEIRA *et al.* 2013, p. 11).

Para a UNCTAD (2010), o conceito de “produtos culturais” pode ser articulado se a noção de “cultura” for aceita na sua vertente antropológica ou no seu sentido funcional. Bens e serviços culturais como obras de arte, apresentações musicais, programas de cinema, literatura e televisão, e jogos de vídeo, compartilham as seguintes características:

- a) Sua produção requer participação expressiva da criatividade humana e, por consequência, de conteúdo simbólico;

b) São veículos de mensagens simbólicas para quem os consome, ou seja, são mais do que simplesmente veículos de comunicação, na medida em que, adicionalmente, servem a algum propósito maior; e

d) Eles contêm, pelo menos potencialmente, alguma propriedade intelectual que é atribuível ao indivíduo ou grupo de produção do bem ou serviço.

Outra definição alternativa ou adicional de “*bens e serviços culturais*” deriva de uma consideração do tipo de valor que eles representam ou geram. Ou seja, pode-se sugerir que esses bens e serviços têm um valor cultural adicional a qualquer valor comercial que possam possuir, e que esse valor cultural não pode ser totalmente mensurável em termos monetários. Noutros termos,

As atividades culturais de vários tipos e os bens e serviços que eles produzem são valorizados por razões sociais e culturais que possam complementar ou transcender uma avaliação puramente econômica. Essas razões podem incluir considerações estéticas ou a contribuição das atividades para a compreensão da comunidade da identidade cultural. Se o valor cultural pode ser identificado, ele pode servir como uma característica observável para distinguir bens e serviços culturais, em comparação com diferentes tipos de *commodities* (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 12).

Conceituado em um ou ambos dos caminhos, os bens e serviços culturais podem ser vistos como um subconjunto de uma categoria mais ampla que pode ser chamado de “bens e serviços criativos”, cuja produção exige nível significativo de criatividade e conteúdo simbólico. Assim, o termo *criativo* se estende além dos bens e serviços culturais como definido anteriormente para incluir produtos como moda e *software*. Estes últimos podem ser vistos essencialmente como produtos comerciais, mas sua produção envolve certo nível de criatividade. Esta distinção constitui uma base para a diferenciação entre indústrias culturais e criativas, o que será analisado nos trechos abaixo.

4.2 INDÚSTRIAS CRIATIVAS

O conceito de indústria cultural surge no período pós-guerra como uma crítica radical feita por membros da Escola de Frankfurt, liderada por Theodor Adorno e Max Horkheimer, ao entretenimento de massa. Naquele tempo, indústria cultural era um conceito de contraposição. Cultura e indústria eram vistas como antagônicas, e o termo indústria cultural foi usado de forma polêmica contra as limitações da vida cultural moderna. Continuou a ser utilizado como uma expressão de desprezo em relação aos jornais populares, filmes, revistas e músicas que, supostamente, desviavam as massas da cultura de alto nível.

Atualmente, continuam a existir diferentes interpretações da cultura como indústria. Para uns, a noção de indústria cultural evoca dicotomias, tais como *cultura de elite x cultura de massa* e *cultura de alto nível x cultura popular*. De modo mais geral, entretanto, a proposição de que indústrias culturais são simplesmente aquelas que produzem bens e serviços culturais — comumente definidas ao longo das linhas descritas anteriormente — ganhou mais aceitação.

Para a UNCTAD (2010, p. 05), por exemplo, as indústrias culturais são consideradas como as que “[...] combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais por natureza. Estes conteúdos são tipicamente protegidos por direitos autorais e podem assumir a forma de bens e serviços”. Um aspecto importante das indústrias culturais para a UNCTAD (*idem*) é que elas são “[...] centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia de acesso democrático à cultura”. Essa dupla natureza — que combina os aspectos cultural e econômico — dá às indústrias culturais um perfil singular.

Da mesma maneira, na França, as indústrias culturais foram recentemente conceituadas como um conjunto de atividades econômicas que aliam criação, concepção e produção de cultura com funções industriais em grande escala e comercialização de produtos.

Já o termo *indústrias criativas* é de origem relativamente recente. Segundo Cunningham (2002), surgiu na Austrália, em 1994, com o lançamento do relatório *Creativenation: commonwealth cultural policy*. Tal expressão ganhou maior exposição em 1997, quando os formuladores de políticas públicas no Departamento do Reino Unido da Cultura, Mídia e Desporto criaram a Força Tarefa Indústrias Criativas, conforme o Departamento do Reino Unido da Cultura, Mídia e Desporto (DCMS, 2001). A partir de então, a designação *indústrias criativas* se desenvolveu, ampliando o conceito de indústria cultural para além das artes e marcando uma mudança na abordagem a potenciais atividades comerciais que até recentemente eram consideradas, na maioria das vezes, em termos *não econômicos*.

Uma série de modelos diferentes foi apresentada nos últimos anos como um meio de proporcionar uma sistemática de entendimento sobre as características estruturais das indústrias criativas. A seguir, analisamos 5 (cinco) desses modelos de indústrias criativas e propomos um sexto modelo, apresentando os diferentes sistemas de classificação que elas implicam para a economia criativa.

Cada modelo tem uma razão particular, dependendo de suposições subjacentes sobre a finalidade e o modo de operação das indústrias. Dentro da economia criativa, cada um desses modelos leva a uma base diferente para a classificação em indústrias centrais (*core*) e

indústrias periféricas. Porém, é necessário enfatizar mais uma vez as dificuldades em definir o setor criativo, como discutido anteriormente. Os 6 (seis) modelos são os seguintes:

4.2.1 Modelo britânico de indústrias criativas

Este modelo foi criado pelo *United Kingdom Department for Culture, Media and Sport* (UK/DCMS) e deriva do impulso dado no final dos anos 1990, no Reino Unido, para reposicionar a econômica britânica como uma economia impelida pela criatividade e inovação em um mundo globalmente competitivo.

Nele, as indústrias criativas são conceituadas como aquelas que requerem habilidade, criatividade e talento, com potencial de riqueza e criação de emprego por meio da exploração de sua propriedade intelectual (DCMS, 2001).

Praticamente todas as 13 (treze) indústrias incluídas na classificação DCMS poderiam ser vistas como culturais, nos termos definidos anteriormente; no entanto, o governo do Reino Unido preferiu usar o termo indústrias criativas para descrever esse agrupamento, aparentemente para evitar possíveis conotações da palavra cultural.

4.2.2 Modelo “texto simbólico” (*symbolic text*) de indústrias criativas

Este modelo, apresentado por Hesmondhalgh (2003), é típico da abordagem para as indústrias culturais decorrentes da tradição dos estudos do setor cultural, tal como existe na Europa, especialmente no Reino Unido. Esta abordagem enxerga o cerne das artes como o *locus* do estabelecimento social e político. Assim, para o modelo, as artes são mais importantes do que a cultura popular. Os processos pelos quais a cultura de uma sociedade é gerada e transmitida, contemplados neste modelo, são: produção, difusão e consumo de textos simbólicos ou mensagens transmitidas por meio de várias mídias, tais como cinema, radiodifusão e imprensa.

4.2.3 Modelo dos círculos concêntricos

Este modelo, que é chamado de modelo dos círculos concêntricos, baseia-se na proposição de que é o valor cultural dos bens culturais que dá a essas indústrias a sua característica mais distintiva. Assim, conforme afirmam Ginsburgh e Throsby (2006), quanto

mais pronunciado o conteúdo cultural de um determinado bem ou serviço particular, mais forte é o seu apelo e mais valor ele gera em seu processo de produção. O modelo afirma que as ideias criativas são originárias do núcleo criativo das artes na forma de texto, som e imagem, e que essas ideias e influências se difundem de dentro para fora, através de uma série de camadas, ou “*círculos concêntricos*”, com a proporção de conteúdo cultural em relação ao comercial, decrescente à medida que se move mais para fora do centro. Este modelo tem sido a base para a classificação das indústrias criativas na Europa, conforme consta em Kea (2009).

4.2.4 Modelo da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) de direitos autorais

Este modelo baseia-se em indústrias envolvidas direta ou indiretamente na criação, fabricação, produção, transmissão e distribuição de obras protegidas por direitos autorais (WIPO, 2003). O foco é, portanto, sobre a *propriedade intelectual (PI)* e a corporificação da criatividade que é utilizada nos bens e serviços incluídos na classificação. É feita uma distinção entre as indústrias que de fato produzem a propriedade intelectual (PI) e aquelas que são necessárias para transportar os bens e serviços protegidos pela PI ao consumidor. Outro grupo é o de indústrias em que a PI é apenas uma pequena parte de sua operação.

4.2.5 Modelo da *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* das indústrias criativas.

A abordagem da UNCTAD para as indústrias criativas se fundamenta no conceito da criatividade como componente simbólico para gerar produtos e serviços, com uma forte dependência de propriedade intelectual e para um mercado tão amplo quanto possível. Em UNCTAD (2010) há uma distinção entre “*atividades a montante*” – atividades tradicionalmente culturais, tais como artes cênicas ou artes visuais – e “*atividades a jusante*” – muito mais próximas do mercado, como a publicidade, ou atividades relacionadas às mídias e novas tecnologias.

Argumenta, ainda, que o segundo grupo deriva seu valor comercial de baixos custos de reprodução e fácil transferência para outros domínios econômicos. Importante salientar que a partir desta perspectiva as indústrias culturais formam um subconjunto das indústrias criativas.

Para a UNCTAD (2010) citado por Oliveira *et al.* (2013), no seu modelo,

As indústrias criativas são vastas no espaço, lidando com a interação de vários setores. Estes setores criativos variam desde aqueles enraizados no conhecimento tradicional e cultural – tais como artesanato, festividades culturais – a subgrupos mais tecnológicos e orientados a serviços – tais como audiovisual e as novas mídias (p. 16).

A classificação proposta pela UNCTAD cobre o vazio deixado por diversos países e instituições que dão a várias indústrias o título indústrias criativas, mas muito poucos tentam classificá-las em domínios, grupos ou categorias, o que acaba por confundir e dificultar o entendimento desta categoria, que ainda se encontra em processo de elaboração e amadurecimento metodológico e conceitual.

No entanto, isso facilitaria a construção de um quadro amplo de comparações e uma análise quantitativa e qualitativa consistente.

4.2.6 Modelo de classificação adotado

Com o objetivo de melhor compreender o documento *Panorama da Economia Criativa no Brasil*, elaborado pelo IPEA (2013), devemos destacar o modelo que os pesquisadores adotaram para realizar os desdobramentos e análises de indicadores que possibilitaram ter uma real dimensão e radiografia da economia criativa e suas principais variáveis, como renda e número de trabalhadores criativos.

O resumo das indústrias incluídas em cada modelo e o modelo adotado são apresentados no Quadro 1.

Procedendo a análise comparativa, percebe-se que os modelos da DCMS e da UNCTAD não fazem distinção entre os setores incluídos, mas os outros três definem um grupo de indústrias *core*, ou seja, aqueles cuja inclusão é central para a definição adotada em cada caso.

Segundo os autores do documento do IPEA em relação aos tipos de modelos a serem utilizados em uma pesquisa econômica,

É evidente que o conteúdo do núcleo difere acentuadamente entre estes três modelos; por exemplo, as artes criativas, centro do modelo de círculos concêntricos, são consideradas como periférico no modelo de textos simbólicos. Dessa comparação das classificações entre os modelos conclui-se que não há modelo certo ou errado das indústrias criativas, simplesmente maneiras diferentes de interpretar as características estruturantes da produção criativa. A capacidade de atração dos vários modelos pode, portanto, ser diferente dependendo da finalidade analítica. Do ponto de vista da pesquisa econômica e dos dados estatísticos, no entanto, um conjunto padronizado de

definições e de um sistema comum de classificação é necessário como base para a concepção de um quadro viável para lidar com as indústrias criativas dentro do maior padrão de sistemas de classificação industrial que se aplica a toda a economia. (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 16).

Neste sentido, os pesquisadores do IPEA escolheram, para os fins de seu trabalho, o modelo da UNCTAD (2010), com algumas adaptações.

Quadro 1 - Classificação das indústrias criativas conforme os seis modelos

SETORES	DCMS	TEXTO SIMBÓLICO	CÍRCULOS CONCÊNTRICOS	OMPI	UNCTAD	MODELO ADOTADO
Arquitetura	X		X	X	X	X
Artes e antiguidades	X			X	X	X
Artes cênicas	X		X	X	X	X
Artes visuais	X		X	X	X	X
Artesanato				X	X	X
Artigos domésticos				X		
Áudio (graváveis em som)			X	X	X	
Brinquedos			X	X	X	
Celebrações e festividades			X	X	X	X
Cinema e vídeo.	X	X	X	X	X	X
<i>Design</i> (brinquedos, gráfico, interiores, joias)	X	X	X	X	X	X
Eletrônicos de consumo		X		X	X	
Ensino de artes		X		X	X	X
Esporte		X		X	X	
Fotocopiadoras e equipamentos fotográficos		X		X	X	
Instrumentos musicais		X		X	X	

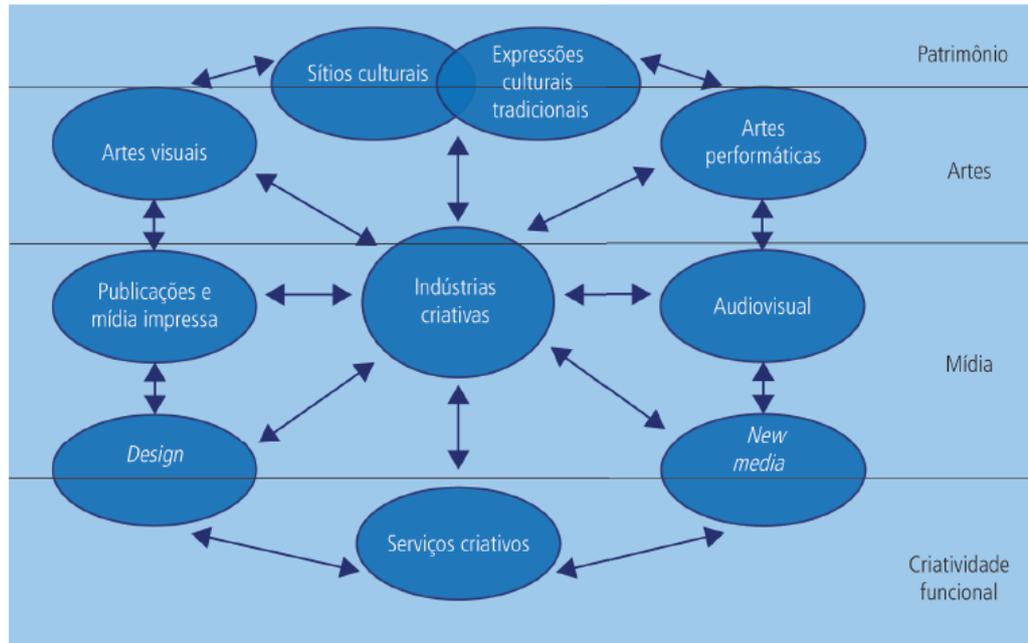
Setores	DCMS	TEXTO SIMBÓLICO	CÍRCULOS CONCÊNTRICOS	OMPI	UNCTAD	MODELO ADOTADO
Internet	X	X		X	X	
Jogos de vídeo e computador	X	X	X	X	X	X
Material de gravação em branco		X		X		
Moda	X	X	X	X	X	X
Museus e bibliotecas		X	X	X	X	X
Música	X	X	X	X	X	X
Pesquisa e Planejamento (P&D) criativos		X		X	X	X
Papel	X	X		X	X	X
Publicações	X	X	X	X	X	X
Publicidade	X	X	X	X	X	X
Recreação				X	X	X
Serviços criativos				X	X	X
Sítios Arqueológicos			X	X	X	X
<i>Software</i>	X	X		X	X	X
TV e Rádio	X	X	X	X	X	X
Vestuário e Calçados				X		
Telecomunicações			X	X		

Fonte: UNCTAD 2010. Elaboração dos autores.

Pelo modelo adotado pelos pesquisadores do IPEA, as indústrias criativas compreendem 4 (quatro) grandes grupos, a saber: Patrimônio; Artes Mídia; e Criações Funcionais. Esses grupos são, por sua vez, divididos em 9 (nove) subgrupos, conforme apresentado na Figura 8 e descritos logo a seguir.

Figura 8 – Modelo das indústrias criativas

FIGURA 2
Modelo de indústrias criativas



Fonte: UNCTAD (2010).

Fonte: UNCTAD, 2010.

a) Grupo 1- Patrimônio: o patrimônio cultural é identificado como a origem de todas as formas de artes e a alma das indústrias culturais e criativas; o ponto de partida para esta classificação. É a herança que reúne aspectos culturais dos pontos de vista histórico, antropológico, étnico, estético e social, e influencia a criatividade dando origem a uma série de bens e serviços do patrimônio, bem como a atividades culturais. Este grupo, é por tanto, dividido em 2 (dois) subgrupos:

- **Expressões culturais tradicionais:** artesanato, festivais e celebrações; e
- **Locais culturais:** sítios arqueológicos, museus, bibliotecas e exposições.

b) Grupo 2- Artes: este grupo inclui as indústrias criativas baseadas puramente em arte e cultura. A obra artística é inspirada no patrimônio, na identidade de valores e no sentido simbólico. É dividido em 2 (dois) grandes subgrupos:

- **Artes visuais:** pintura, escultura, fotografia e antiguidades; e
- **Artes performáticas:** música ao vivo, teatro, dança, opera, circo e marionetes.

c) Grupo 3- Mídia: este grupo abrange dois subgrupos de mídia que produzem conteúdo criativo com o objetivo de gerar comunicação com o grande público:

- **Publicações e mídia impressa:** livros, imprensa e outras publicações; e
- **Audiovisual:** cinema, televisão, rádio e outras formas de rádio difusão.

d) Grupo 4- Criações funcionais: este grupo agrega atividades que são mais orientadas à demanda e atividades de criação de bens e serviços com fins funcionais. Está dividido em 3 (três) subgrupos, a saber:

- a. - **Design:** interiores, gráfico, moda, joias e brinquedos;
- b. - **New media:** *software*, *games* e conteúdo digital criativo; e
- c. - **Serviços criativos:** arquitetura, publicidade, P&D, serviços digitais e outros serviços criativos relacionados.

Há em curso um debate sobre se a ciência e P&D seriam componentes das ditas “*indústrias criativas*”, e se as atividades de experimentação criativa poderiam ser consideradas P&D. No entanto, na abordagem proposta pela UNCTAD (2010), criatividade e conhecimento são incorporados em criações científicas, da mesma forma que nas criações artísticas. Assim, optou-se por inclui-las.

Enfatiza-se que a UNCTAD (2010), com o intuito de desenvolver as indústrias criativas, recomenda que os governos avaliem regularmente as condições para aquisição e implementação de tecnologias, geração de conhecimento científico e políticas de inovação, incluindo tecnologias de informação e comunicação (TIC).

Há também outro debate sobre o papel do esporte e do turismo na economia criativa. Algumas classificações de indústrias criativas incluem esporte, outras incluem turismo ou mesmo ambos. Conforme a UNCTAD (2010), na maioria dos casos, isso ocorre porque as estruturas governamentais em diversos países incluem ambos na pasta da Cultura. Em relação a esta classificação, os autores do estudo do IPEA afirmam que

A inclusão também pode ser justificada pelo fato de que o esporte e o turismo, ou os dois combinados, são importantes fontes geradoras de receitas e produzem externalidades positivas em vários outros setores da economia, inclusive nas indústrias criativas. Outra razão prática é mercadológica, pois nas contas nacionais de diversos países, o desporto e o turismo são agregados como serviços recreacionais. (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 20).

Sob o ponto de vista do conceito e conforme recomendação de Howkins (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013) e UNCTAD (2010), o esporte é mais associado a treinamento, competição e lazer do que à criatividade. Também o turismo está mais associado à recreação e ao lazer do que aos conteúdos simbólicos presentes nas indústrias criativas. No entanto, não se pode negar e também reconhecer que ambas as indústrias — criativas e do turismo — são

fortemente acopladas e geram externalidades mutuamente. Assim, apesar do acoplamento com as indústrias criativas, o turismo e o esporte, no modelo adotado pelos pesquisadores, não são considerados indústrias criativas.

Cabe perfeitamente, nesta pesquisa acadêmica, fazermos um breve retrospecto sobre as políticas públicas adotadas a partir do primeiro governo de Tasso Jereissati para fomentar o turismo como gerador de receita e de empregos formais.

O modelo de turismo adotado desde o governo Tasso (PSDB) até os dias atuais prioriza o tripé aeroporto, hotel e praia. Não existe nenhum incentivo ao turismo religioso ou cultural. Caberia uma maior investigação de quais seriam os benefícios de outro modelo de turismo para a economia cearense, que é fortemente influenciada pelo setor de serviços, onde se assenta toda a cadeia produtiva do turismo. Como já abordado anteriormente, pensamos que seria extremamente produtivo associar políticas públicas fomentadoras das indústrias criativas cearenses — a serem mapeadas, mensuradas pelo Instituto de Pesquisas e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE) e financeiramente apoiadas por instituições como o Banco do Nordeste (BNB) — a outro modelo de turismo, voltado para a cultura e para o turismo religioso em cidades como Canindé, Aracati, Sobral e Juazeiro do Norte.

Como já foi dito, o conceito de economia criativa, que foi apresentado pela primeira vez por Howkins (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013) se assenta sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e economia. Para ele, “[...] criatividade não é nova e nem é a economia, mas o que é novo é a natureza e a extensão da relação entre eles e como eles combinam extraordinariamente para criar” (p. 20).

Em relação à criatividade, Oliveira *et al.* (2013) citam Howkins (2001), que estabelece a existência de dois tipos de criatividade: a que se relaciona com a realização das pessoas como indivíduos e a que gera um produto. A primeira é uma característica universal da humanidade e é encontrada em todas as sociedades e culturas. A segunda é mais forte nas sociedades industriais que colocam um valor mais alto na novidade, na ciência e na inovação tecnológica, assim como nos direitos de propriedade intelectual. Ainda de acordo com este autor, a combinação desta criatividade com os aspectos simbólicos que a potencializam permite dar amplitude ao termo que abrange 15 (quinze) indústrias que se estendem das artes aos domínios mais vastos da ciência e da tecnologia.

A partir da definição gerada por Howkins (2001 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013) e da estruturação conceitual da UNCTAD (2010), pode-se afirmar que a economia criativa:

- a) É o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico– nele incluído a criatividade já citada, como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços;
- b) É um conceito em evolução com base em recursos criativos potencialmente geradores de crescimento e desenvolvimento econômico;
- c) Pode promover ganhos de geração de renda, criação de emprego e exportação, promovendo a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano; e
- d) Abrange aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual numa mesma dimensão e têm relações de transbordamento muito próximas com o turismo e o esporte.

A relevância crescente do conceito estabelecido e evoluído nesta última década reside principalmente no reconhecimento da dimensão e do desenvolvimento das indústrias criativas e, portanto, no potencial que a economia criativa conduz. No documento UNCTAD (2010), são apontadas as justificativas e recomendações no sentido do reconhecimento da importância da economia criativa e dos estudos e análises da estrutura, da dinâmica e da evolução do conjunto de segmentos nela inseridos. São elas:

- a) Conciliar objetivos nacionais culturais com as políticas comerciais, tecnológicas e internacionais;
- b) Analisar e lidar com as *assimetrias de informação* que inibem o crescimento das indústrias criativas, principalmente nos países em desenvolvimento;
- c) Reforçar o chamado “*nexo criativo*” entre investimento, tecnologia, empreendedorismo e comércio; e
- d) Identificar respostas políticas inovadoras para estimular a economia criativa visando ao desenvolvimento econômico.

Cabe aqui conceituar o que vem a ser *assimetrias de informação* dentro da ciência econômica. Em economia, informação assimétrica é um fenômeno que ocorre quando dois ou mais agentes econômicos estabelecem entre si uma transação econômica com uma das partes envolvidas, detendo por tal meio informações qualitativa e/ou quantitativamente superiores às da outra parte. Essa assimetria gera o que se define, na microeconomia, como falhas de mercado. Neste sentido, Oliveira *et al.* (2013) reforçam a importância da criatividade dentro do que vem a ser a economia criativa:

Assim, como queria Howkins (2001 apud OLIVEIRA *et al.*, 2013) (2001), o conceito foi um meio de chamar a atenção para o papel da criatividade como uma força na vida econômica contemporânea, incorporando a proposição de que o desenvolvimento econômico e o cultural não são fenômenos separados ou não relacionados, mas partem de um processo mais amplo de desenvolvimento sustentável em que tanto o econômico como o cultural pode ocorrer de forma síncrona. Em particular, a ideia da economia criativa no mundo em desenvolvimento, e mais especificamente no Brasil, chama a atenção para os ativos criativos significativos e a amplitude da riqueza cultural que existem. As indústrias criativas que utilizam esses recursos não só permitem que os países realizem suas próprias histórias e projetem as suas próprias identidades culturais para si e para o mundo, mas também proporcionam a estes países uma fonte de crescimento econômico, criação de emprego e aumento da participação na economia global. Ao mesmo tempo, a economia criativa promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano (p. 22).

Neste sentido, vemos que aqui no Ceará, a cultura agrupada nos saberes e grupos de cultura popular transbordam sua expressividade em grupos como os irmãos Aniceto, do Crato, e os vários grupos de reisado espalhados por todo o Ceará. As várias linguagens artísticas são atuantes, apesar do apoio governamental restrito aos editais de chamada pública e de subsídios de políticas culturais como a Lei Rouanet, que coloca o financiamento da cultura e a escolha do seja cultura nos departamentos de marketing das empresas, que decidem o que será ou não patrocinado.

Todo este arcabouço cultural poderia ser utilizado como uma verdadeira indústria cultural e criativa. Com apoio e financiamento do governo do Estado do Ceará, seria possível realizar um amplo mapeamento de todas as atividades e cadeias criativas existentes nas principais cidades do interior do Ceará e na capital, Fortaleza. É neste sentido que iremos realizar esta pesquisa documental, que servirá para dar um norte a futuras políticas públicas executadas pelo Governo do Estado do Ceará e lideradas pela Secretaria da Cultura do Ceará (SECULT). Continuemos, então, com os dados e informações colhidos na pesquisa feita pelo IPEA, intitulada *Panorama da Economia Criativa no Brasil*.

4.3 CLASSES CRIATIVAS E EMPREENDEDORISMO CRIATIVO

Partindo da conceituação de criatividade e do simbólico nas atividades econômicas, Florida (2002) elaborou uma interpretação extensiva da utilização da criatividade em ocupações dos trabalhadores e profissionais na sociedade. De forma subjacente, criou o termo *classes criativas* para denominar o grupo de ocupações profissionais, científicas e artísticas cuja característica principal é utilizar a criatividade e o simbólico em suas atividades produtivas.

Para o autor estadunidense, essas ocupações geram dinamismo econômico, social e cultural, especialmente nas zonas urbanas. Mais especificamente, a categoria classes criativas

inclui as pessoas atuantes nas áreas de ciência, engenharia, arquitetura e *design*, educação, artes, música e entretenimento, cuja função é econômica para criar novas ideias, novas tecnologias ou conteúdo criativo novo.

De acordo com Florida (2002), “[...] criatividade não é inteligência. Criatividade envolve a capacidade de sintetizar. É uma questão de peneirar dados, percepções e materiais para criar algo novo e útil”. Em sua abordagem, a classe criativa também inclui um grupo maior de profissionais criativos em negócios, finanças e direito. Ainda de acordo com o autor, são artistas, engenheiros, músicos, cientistas da computação, escritores, empresários e outros trabalhadores que compartilham um *ethos* criativo comum que valoriza a criatividade, a individualidade, a diferença e o mérito. Em resumo, são pessoas que agregam valor econômico por meio da criatividade inerente a suas funções laborais. Para Florida (2002), os valores da classe criativa são: individualidade, meritocracia, diversidade e abertura.

Florida (2007) afirma que estamos entrando na era criativa, com o aumento da criatividade como principal impulsionador de nossa economia. Ele apresenta sua teoria dos três Ts para o crescimento econômico: *talento*, *tecnologia* e *tolerância*. Sua teoria é diferente da convencional, pois argumenta que o talento dirige o crescimento, e dá um passo além, acrescentando o terceiro T, a tolerância, que é necessária para atrair capital humano.

Segundo Oliveira *et al.* (2013), críticas têm sido levantadas sobre o trabalho de Florida (2007), e a “[...] principal delas diz respeito à gama de categorias ocupacionais definidas como classe criativa ser muito ampla. No entanto, reconhece-se que ele tem contribuído para o avanço de um discurso público sobre a economia criativa emergente”. Como consequência natural do conceito de classes criativas, surge a noção de empreendedor criativo para caracterizar pessoas “bem-sucedidas e talentosas”; empreendedores que são capazes de transformar ideias em produtos criativos ou serviços para a sociedade.

A terminologia é realmente derivada do conceito de empreendedorismo cultural, conforme estabelecido por Hagoot e Thomassen (2007 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013) e se articula na direção de como ele lida com a formação de estratégia, *design*, estrutura organizacional e liderança em um contexto criativo. Empreendedorismo é, pois, descrito como uma nova forma de pensar e uma nova atitude em busca de oportunidades no contexto cultural e, por extensão, criativo. Em relação ao termo empreendedorismo criativo, Oliveira *et al.* (2013) afirma:

De acordo com Hagoort e Thomassen (2007), após o surgimento e desenvolvimento da gestão artística, o empreendedorismo criativo tornou-se uma filosofia de liderança organizacional para o século XXI. O número de novos empreendimentos que atuam nos segmentos das indústrias criativas tem crescido expressivamente, e este crescimento deve-se a fatores mercadológicos e à evolução de novas tecnologias, mas deve-se principalmente à atuação do empreendedor criativo que combina estes fatores utilizando habilidades criativas, baseadas no simbólico, além das habilidades inerentes à conduta empreendedora. Como característica principal, empresas criativas, lideradas por empreendedores criativos, também são mais ativas na geração, produção e promoção de inovações (p. 23).

E a associação entre o empreendedorismo criativo e as atividades das pequenas e médias empresas no Brasil foi estimulada, entre outros, pela ex-secretária de Economia Criativa (SEC) do Ministério da Cultura e pesquisadora Cláudia Leitão. Ademais, institucionalmente começamos a ver, o apoio do SEBRAE com projetos e programas pautados pela economia criativa.

4.4 ANÁLISE DE DADOS: ASPECTOS METODOLÓGICOS

Sabemos, a partir da pesquisa feita pelo IPEA (2013), que a economia criativa pode ser mensurada a partir de duas dimensões: a setorial e a ocupacional. De acordo com a dimensão setorial, o que importa é o setor de atuação da empresa e se este é um setor típico da economia criativa ou não. Por sua vez, de acordo com a dimensão ocupacional, o interesse é na ocupação do trabalhador e se esta é típica da economia criativa ou não.

Assim, pode-se ter quatro situações, ilustradas no Quadro 2. A primeira é aquela em que trabalhadores em ocupações criativas trabalham em empresas cuja atividade-fim pertence à definição de economia criativa – por exemplo: atores em uma emissora de televisão. Estes são, na denominação de Florida (2012), os criativos especializados. A segunda situação, por sua vez, é aquela em que os trabalhadores criativos não estão trabalhando em empresas cuja atividade-fim seja eminentemente criativa. Um exemplo são os *designers* que trabalham em montadoras de automóveis.

Estes trabalhadores são chamados por Florida (2012) de “criativos embutidos”. O terceiro caso é aquele em que nem a ocupação nem a empresa estão no campo da economia criativa. Por fim, o quarto caso é o das ocupações de apoio, que são aqueles trabalhadores em ocupações não criativas nas empresas criativas. Um exemplo seriam os contadores da emissora de televisão. Cabe salientar que a literatura não é clara a respeito da superioridade de um recorte sobre o outro. Além disso, há algumas dificuldades metodológicas associadas ao recorte ocupacional, ou das classes criativas.

Quadro 2 - Recortes de mensuração da economia criativa

	Empregos em indústrias criativas	Emprego dentro de outras atividades	Total
Emprego em ocupações criativas	Criativos especializados	Criativos embutidos	Emprego total em ocupações criativas- recorte ocupacional
Emprego em outras ocupações	Ocupações de apoio	Outros empregados	
Total	Emprego total em indústrias criativas		

Fonte: Florida (2012).

Segundo a terminologia de Florida (2012), o trabalho voluntário ou não remunerado, a identificação de ocupações que ainda não foram codificadas, a informalidade e o fato de que muitos trabalhadores criativos exercem mais de uma ocupação dificultam o enquadramento tanto no recorte ocupacional como no setorial, embora afetem mais o primeiro. De todo modo, neste trabalho os pesquisadores optaram por reportar os indicadores de acordo com os dois recortes.

Em relação à metodologia empregada para tentar mensurar a economia criativa no Brasil, Oliveira *et al.* (2013) afirmam que

Ao se mensurar a economia criativa no Brasil, considerou-se que a economia brasileira é caracterizada por elevado grau de informalidade. Essa característica impôs ao estudo duas estratégias de adaptação dos campos criativos expostos no quadro 2 para as bases de dados existentes. A primeira estratégia diz respeito ao mercado formal. Valendo-se do fato de que toda empresa formal no Brasil é obrigada a declarar, anualmente, a Rais/MTE, foi utilizada esta base de dados para o período analisado. A partir desta base, é possível caracterizar a mão de obra empregada nas empresas em setores criativos – recorte setorial – ou os trabalhadores em ocupações criativas – recorte ocupacional – a partir da adaptação dos segmentos da economia criativa à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) 2.0, para o recorte setorial, e à Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), 2002, para o recorte ocupacional. Como a CNAE 2.0 entrou em vigor em 2006 e a versão atual da CBO em 2003, evitaram-se problemas de tradução entre versões diferentes da CNAE e da CBO, procedendo-se à análise do recorte setorial a partir de 2006 e à análise do recorte ocupacional, a partir de 2003 (p. 25).

Adicionalmente, segundo os pesquisadores, a conversão da economia criativa em setores CNAE possibilitou a utilização da Pesquisa Anual de Serviços (PAS) do IBGE, uma vez que foram alinhadas as características produtivas dos setores criativos à CNAE. Esta operação permitiu estimar o Valor Adicionado (VA) das empresas em setores criativos, a fim

de se estabelecer participação da economia criativa no VA e no PIB brasileiros, e assim obter um parâmetro de comparação internacional⁴.

Para mensurar a economia criativa formal e informal, recorreu-se à PNAD/IBGE, no período 2006-2009.⁵ Esta estratégia, segundo Oliveira *et al.* (2013, p. 25), em tese, “[...] permite capturar o universo dos trabalhadores em economia criativa. Entretanto, há limitações quanto à conversão dos campos criativos em classificações. A PNAD não utiliza a mesma classificação CNAE ou CBO da Rais”. Alternativamente, eles adotaram a PNAD, que tem uma classificação CNAE chamada “CNAE domiciliar” e uma CBO chamada “CBO domiciliar”. Ainda em relação à metodologia utilizada para classificação dos trabalhadores criativos, Oliveira *et al.* (2013) apontam que

No caso do recorte setorial, foi possível adaptar os campos criativos aos setores CNAE domiciliar, inclusive mantendo a divisão da economia criativa em grupos e subgrupos. No caso da CBO domiciliar para o recorte ocupacional, isto não foi possível. Isto ocorre porque a equivalência entre a CBO e a CBO domiciliar não é perfeita, só se mantendo até o segundo dígito. Significa dizer que dentro de um código CBO domiciliar relatado por um trabalhador quando da entrevista da PNAD coexistem ocupações criativas e não criativas. Assim, optou-se por calcular os indicadores a partir da CBO domiciliar a dois dígitos e aplicar um fator de correção calculado a partir da participação de CBOs criativas na CBO dois dígitos a partir da Rais (p. 26).

Eles afirmam também que isto permitiu ter uma estimativa geral dos indicadores da economia criativa formal e informal de acordo com o recorte ocupacional, embora não seja possível a divisão em grupos e subgrupos.

4.5 ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: EMPRESAS E OCUPAÇÕES FORMAIS

A Tabela 1 traz a evolução do número de trabalhadores formais da economia criativa, tanto pelo critério ocupacional quanto pelo setorial. Nota-se que o número de trabalhadores da economia criativa se situa em torno de 2%, de acordo com ambos os critérios. No recorte ocupacional, a economia criativa empregou 575 mil trabalhadores formais em 2010; de acordo com o critério setorial, foram 583 mil empregados.

⁴ Diferentemente da Rais, a PAS é uma pesquisa amostral. Como os fatores de expansão (ou pesos amostrais) estão calibrados para um plano amostral estratificado em CNAEs a três dígitos e Unidades da Federação (UFs), pode ser que a expansão subestime ou superestime as características da população. Como tem-se o total de empregados nas CNAEs criativas tanto na PAS quanto na Rais – a qual é uma pesquisa censitária –, criou-se um fator de correção, que foi utilizado para corrigir o VA da economia criativa a partir da PAS.

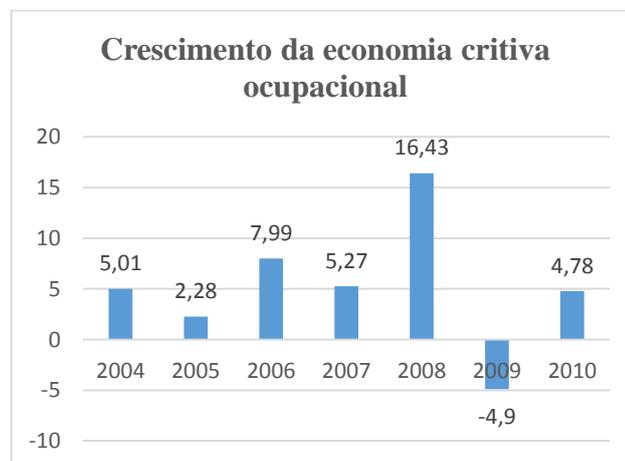
⁵ Estratégia semelhante foi empregada por Caiado (2011), quando da análise da economia criativa no Brasil, especificamente no estado de São Paulo.

Tabela 1 - Evolução do emprego da economia criativa e do emprego total (2003-2010)

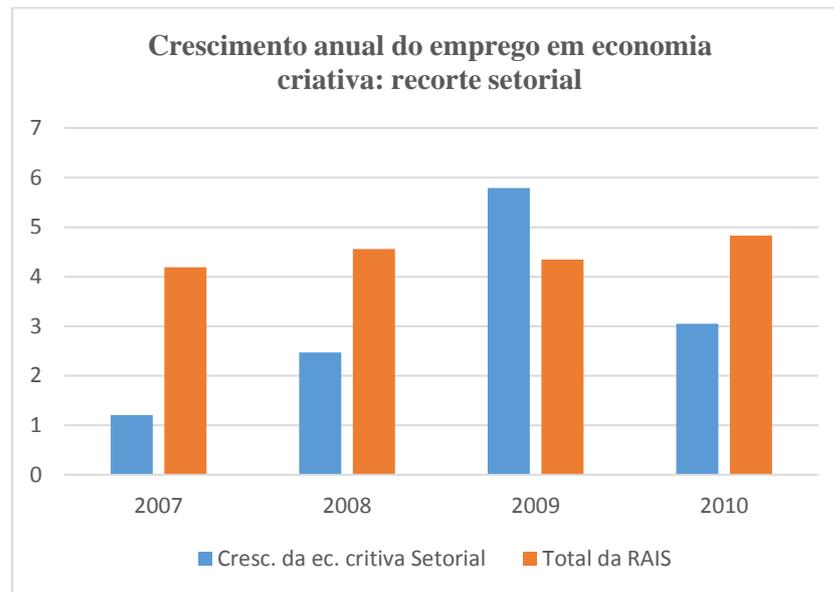
Ano	Total da Rais	Recorte Ocupacional	Recorte Setorial
		Total da economia criativa / % da economia criativa no total	Total da economia criativa / % da economia criativa no total
2003	22.027.834	405.953 (1,84)	
2004	23.007.657	426.271 (1,85)	
2005	24.083.050	435.983 (1,81)	
2006	25.581.910	470.797 (1,84)	515.672 (2,02)
2007	26.654.605	495.623 (1,86)	521.907 (1,96)
2008	27.869.569	577.072 (2,07)	534.785 (1,92)
2009	29.081.100	548.814 (1,89)	565.753 (1,95)
2010	30.485.676	575.034 (1,89)	583.025 (1,91)

Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

As taxas de crescimento anual do emprego na economia criativa não parecem se diferenciar da taxa de crescimento total do emprego, conforme mostrado nos gráficos 1 e 2. Chama atenção o crescimento verificado no ano de 2008 sob o recorte ocupacional, mas este crescimento foi parcialmente corrigido em 2009, sugerindo que talvez esse ano seja fora do padrão.

Gráfico 1 - Crescimento anual do emprego em economia criativa: recorte ocupacional

Fonte: RAIS. Elaboração do autor.

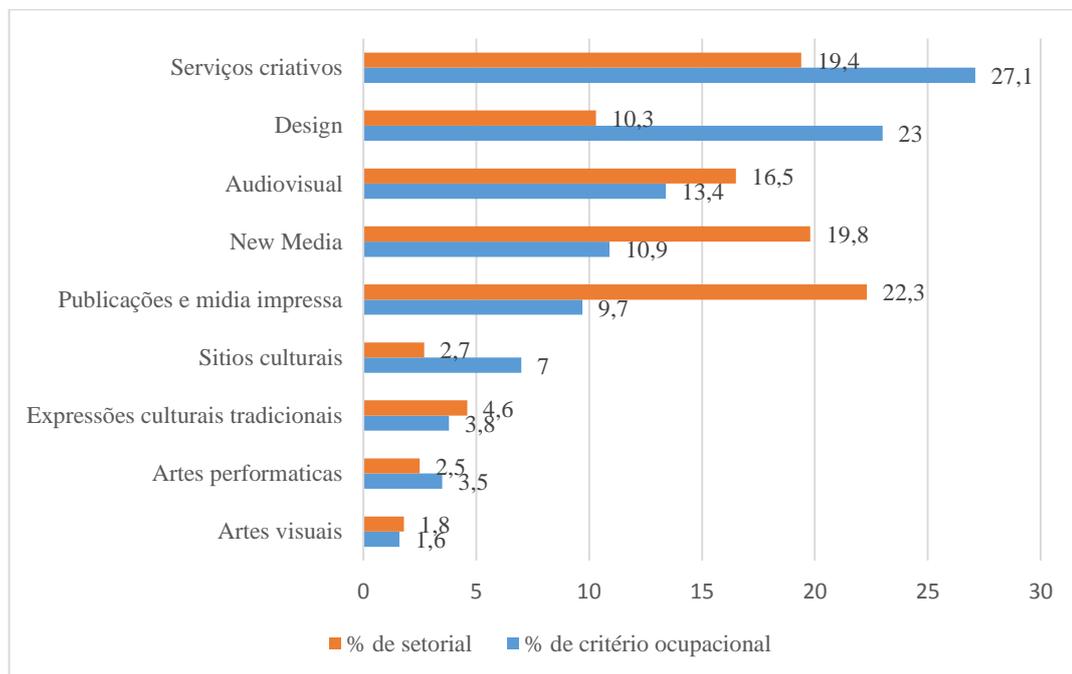
Gráfico 2 - Crescimento anual do emprego em economia criativa: recorte setorial

Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

Analisando a pesquisa realizada pelo IPEA (2013), vemos que no que concerne à distribuição dos empregos criativos por área, há diferenças entre os recortes setorial e ocupacional. Os autores do estudo afirmam que isso já era esperado. De acordo com o recorte setorial, os segmentos que mais empregam são: *publicação e mídia impressa, new media, serviços criativos e audiovisuais*.

De acordo com o recorte ocupacional, os trabalhadores estão em sua maior parte em ocupações ligadas aos serviços criativos e design (Gráfico 3). Estas diferenças ocorrem devido aos “*criativos embutidos*” e às ocupações de apoio, conforme o Quadro 2. Nos segmentos de publicação, mídia impressa e *new media* (que inclui publicidade, por exemplo), há muitas ocupações de apoio, além dos próprios trabalhadores criativos. Por isso, estes são os segmentos que mais empregam trabalhadores, segundo o recorte setorial. Entretanto, pode-se dizer que há vários trabalhadores de serviços criativos (entre os quais se incluem, entre outros, os arquitetos e profissionais de ensino) e também *designers* em empresas cuja atividade-fim não está exatamente ligada à economia criativa.

Gráfico 3 -Distribuição do emprego formal por área da economia criativa: critério ocupacional x setorial



Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

A Tabela 2 mostra uma comparação entre o total de trabalhadores formais em economia criativa e sua distribuição entre o Brasil e os Estados Unidos. Os dados para a economia americana são de 2003, e foi necessário readaptar a classificação das ocupações entre as áreas para que a comparação pudesse ser feita. Além das diferenças na distribuição das ocupações entre as áreas, há uma diferença grande em termos de escala – os Estados Unidos empregam 5,6 vezes mais trabalhadores em ocupações criativas que o Brasil. Por exemplo, o setor de filme e vídeo, nos Estados Unidos, emprega mais de dez vezes o empregado no Brasil.

Tabela 2 -Trabalhadores da economia criativa nos Estados Unidos (2003) e no Brasil (2010)

Atividades	Estados Unidos (2003) Número de trabalhadores (mil) / % da força de trabalho	Brasil (2010) Número de trabalhadores (mil) / % da força de trabalho
Publicidade	429 (0,3)	53 (0,17)
<i>Design</i>	428 (0,3)	132 (0,43)
Arquitetura	296 (0,2)	39 (0,13)

<i>Broadcasting</i>	320 (0,2)	57 (0,19)
Filme e vídeo	142 (0,1)	12 (0,04)
Produção musical	41(0,0)	12 (0,04)
Arte performática	159 (0,1)	8 (0,03)
Publicação	700 (0,5)	56 (0,18)
Artes visuais	122 (0,1)	9 (0,03)
Outros	611 (0,5)	197 (0,65)
Total – economia criativa	3.248 (2,5)	575 (1,89)
Total da Economia	132.047 (100,0)	30.485 (100,0)

Fonte: Brasil (RAIS, 2010) e Estados Unidos (UNCTAD 2010).

Nota: Inclui somente os trabalhadores formais.

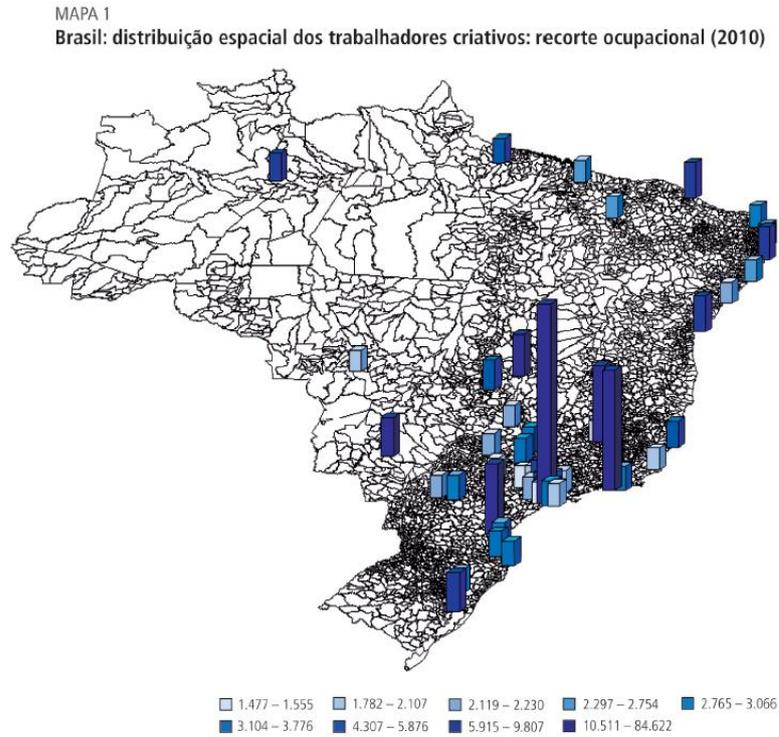
No documento do IPEA os pesquisadores demonstram, em relação à distribuição espacial dos trabalhadores criativos, que

Do ponto de vista espacial, a maior parte dos trabalhadores está no estado e na cidade de São Paulo. Com efeito, a cidade de São Paulo emprega mais de 80 mil trabalhadores criativos. No entanto, as cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Brasília e Campo Grande empregam cada uma delas, mais de 10 mil trabalhadores criativos (mapa 1). Conforme previsto por Florida (2012), o emprego criativo tende a se concentrar nas grandes aglomerações urbanas, onde há escala para os serviços mais especializados (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 29).

Fica, portanto, evidenciado que o salário dos trabalhadores que exercem ocupações criativas é maior que a média dos trabalhadores formais na RAIS, tanto no recorte ocupacional como no recorte setorial, conforme apresentam os gráficos 4 e 5. Segundo os pesquisadores do IPEA, outro ponto que merece atenção é o fato de que este diferencial é maior no recorte ocupacional do que no recorte setorial.

O diferencial médio entre 2003 e 2010, pelo recorte ocupacional, foi de 35,5%, enquanto que pelo recorte setorial foi de 18,4% entre 2006 e 2010. Isso indica que o setor de atividade da empresa impacta menos no salário do que a própria ocupação exercida. Dito de outra forma, os salários para as ocupações de apoio em empresas de setores criativos não são tão diferentes daqueles pagos em outras empresas; o mesmo acontece com os *criativos embutidos*, que tendem a ganhar mais do que a média, trabalhando ou não em empresas de setores criativos. No entanto, este diferencial pode ser explicado parcialmente pelos diferenciais de escolaridade, como apresentamos adiante.

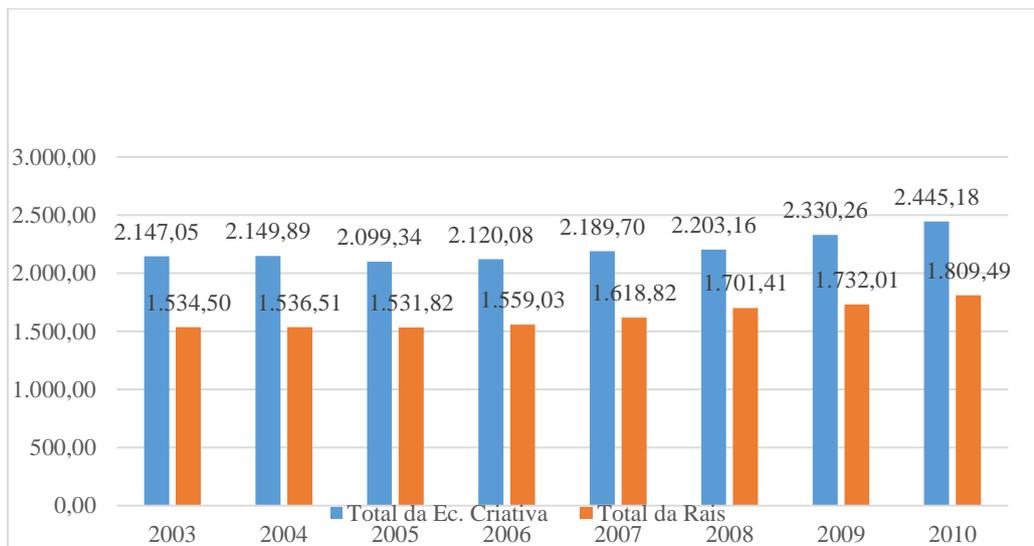
Mapa 1 - Brasil – distribuição espacial dos trabalhadores criativos: recorte ocupacional (2010)



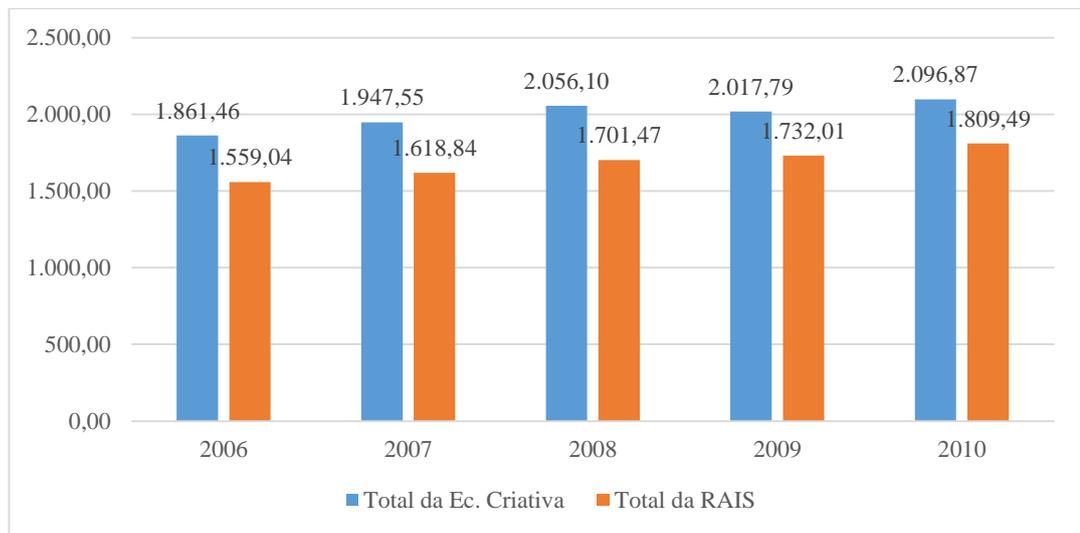
Fonte: Rais.
 Elaboração dos autores.
 Obs.: Imagem reproduzida em baixa resolução em virtude das condições técnicas dos originais disponibilizados pelos autores para publicação (nota do Editorial).

Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

Gráfico 4 - Evolução do salário médio mensal: critério ocupacional (2003-2010)

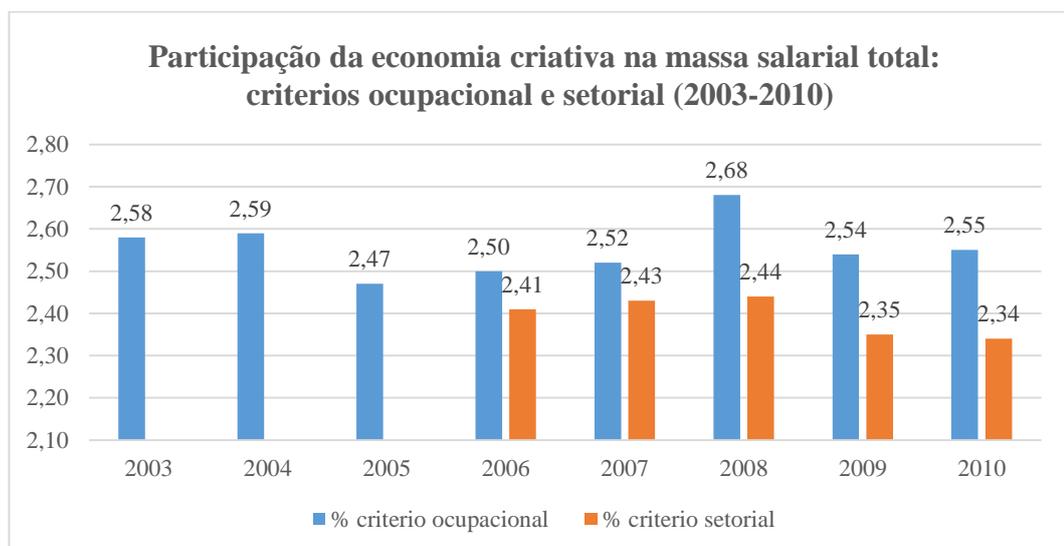


Fonte: Rais. Elaboração própria.

Gráfico 5 -Evolução do salário médio mensal: critério setorial (2006-2010)

Fonte: Rais. Elaboração própria.

O Gráfico 6 mostra que a participação da economia criativa no total de salários pagos pelo setor formal brasileiro (massa salarial) se situa em torno de 2,5% de acordo com o recorte ocupacional e 2,4% no recorte setorial, com pouca variação de acordo com os anos.

Gráfico 6 - Participação da economia criativa na massa salarial total: critérios ocupacionais e setorial (2003- 2010)

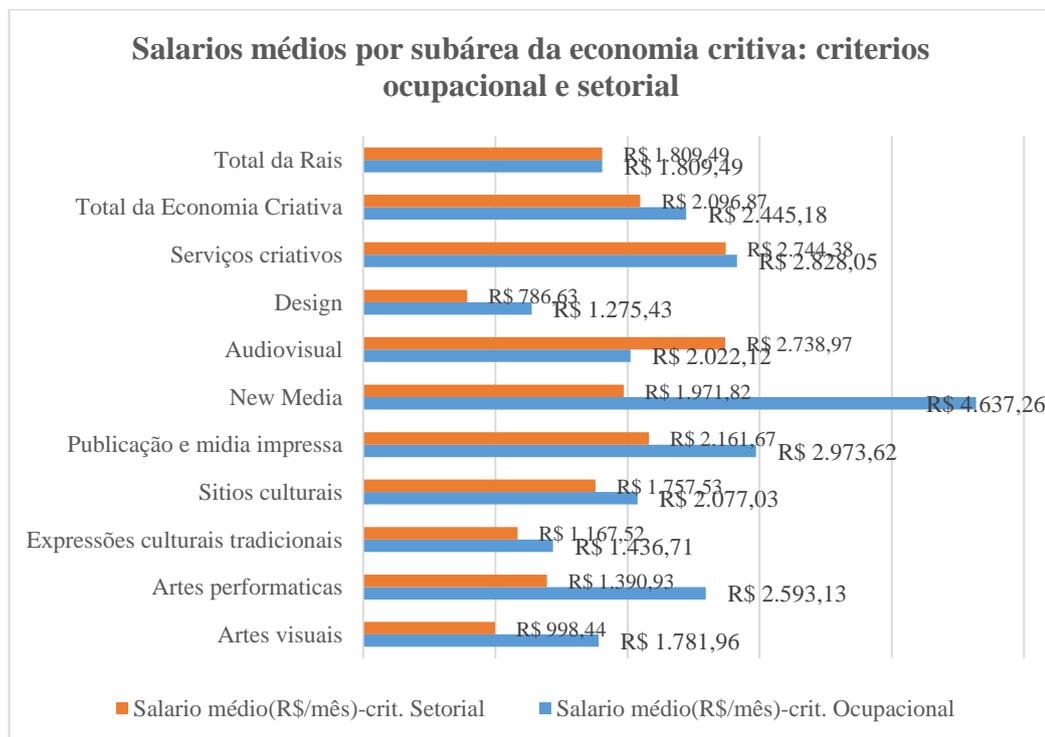
Fonte: Rais. Elaboração própria.

Em relação aos salários dos trabalhadores da economia criativa, os pesquisadores do IPEA concluíram que

Quando se calculam os salários de acordo com as áreas da economia criativa, tem-se que, em quase todas as áreas, o salário médio mensal de acordo com o recorte ocupacional é superior ao salário de acordo com o recorte salarial, sendo a única exceção o segmento audiovisual. Segundo o gráfico 7, o maior diferencial entre os recortes ocorre no segmento de *new media*, no qual aqueles que exercem ocupações neste segmento, independentemente de a atividade-fim da empresa estar relacionada ao setor ou não, ganham mais que o dobro que os profissionais que trabalham em empresas desta atividade-fim. Uma possível explicação é a presença de vários profissionais exercendo ocupações de apoio – e que recebem menores salários – nestas empresas (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 32).

De fato, conforme a Tabela 3, há 115 (cento e quinze) mil trabalhadores neste segmento de acordo com o recorte setorial, o que é quase o dobro do que aponta o recorte ocupacional.

Gráfico 7 -Salários médios por subárea da economia criativa: critérios ocupacional e setorial (2010)



Fonte: Rais. Elaboração dos autores. Obs.: Salários deflacionados pelo IPCA.

Com respeito à escolaridade, nota-se no documento do IPEA (2013) que

Tanto no critério setorial quanto no ocupacional os trabalhadores da economia criativa são mais escolarizados, conforme os gráficos 8 e 9. Mais uma vez, o diferencial entre o recorte ocupacional e o total da Rais é mais pronunciado que o diferencial entre o setorial e a média geral da Rais. O recorte ocupacional sugere um diferencial de 18,2%, enquanto o setorial, de 8,8% na média dos períodos analisados. Estes diferenciais de escolaridade podem estar por trás dos prêmios salariais discutidos anteriormente (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 33).

Em relação ao tempo médio de emprego (em meses), os gráficos 10 e 11 mostram que os trabalhadores da economia criativa permanecem menos tempo no emprego do que a média da Rais. O critério setorial sugere um diferencial (desta vez para baixo) mais alto do que o critério ocupacional: no primeiro critério, os trabalhadores ficam em média 20,7% menos tempo no emprego que a média total da Rais; no segundo caso, este diferencial é de 4,9% (excluindo o ano de 2008, que parece ser um *outlier*).

Tabela 3 - Tempo de emprego médio e anos de estudo dos trabalhadores em economia criativa, por subárea, recortes setorial e ocupacional (2010)

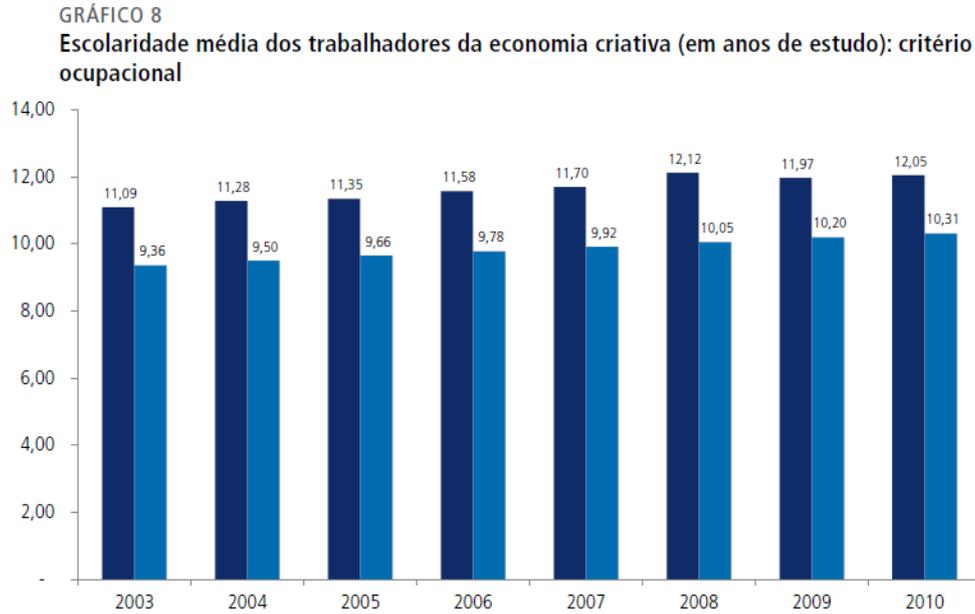
TABELA 3
Tempo de emprego médio e anos de estudo dos trabalhadores em economia criativa, por subárea, recortes setorial e ocupacional (2010)

	Critério setorial			Critério ocupacional		
	Número de empregados	Tempo de emprego (meses)	Anos de estudo	Número de empregados	Tempo de emprego (meses)	Anos de estudo
Artes performáticas	14.320	59,7	9,8	20.181	86,1	12,3
Artes visuais	10.677	42,0	42,0	9.172	78,2	11,4
Audiovisual	96.131	72,1	11,7	77.309	73,6	11,0
Design	60.198	49,4	9,8	132.349	60,3	10,0
Expressões culturais tradicionais	26.840	56,3	9,4	21.573	54,8	9,8
New media	115.517	54,1	11,3	62.943	62,1	13,9
Publicação e mídia impressa	130.153	69,4	11,0	55.794	77,4	11,9
Serviços criativos	113.215	78,8	11,9	155.740	99,5	13,9
Sítios culturais	15.974	78,7	11,5	39.973	105,8	12,3
Total da economia criativa	583.025	65,7	11,2	575.034	78,7	12,1
Total da Rais	30.485.676	84,3	10,3	30.485.676	84,3	10,3

Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

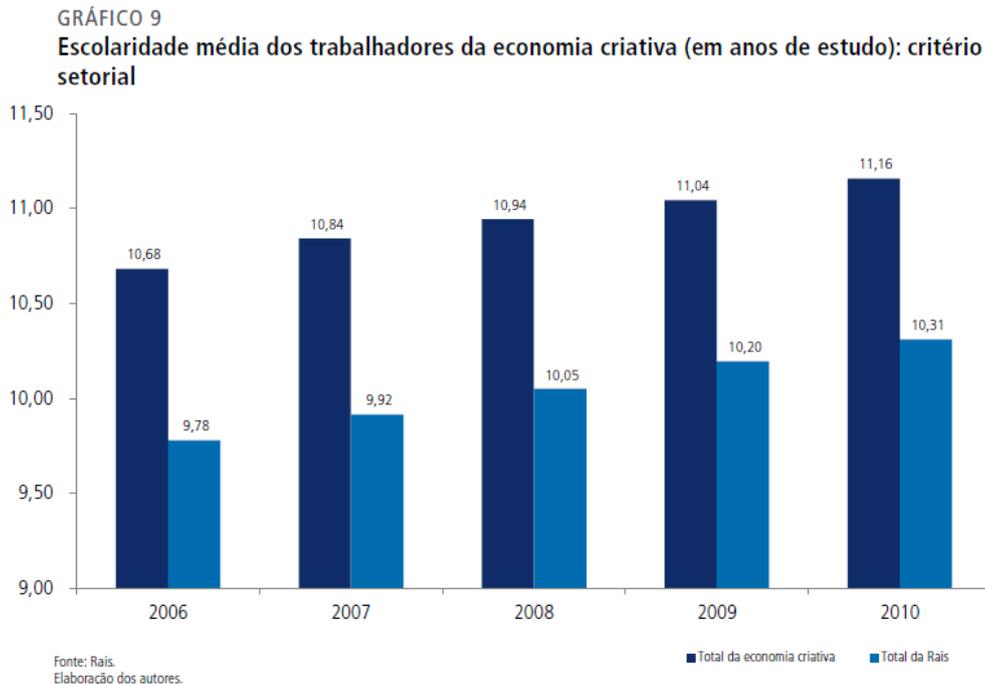
Gráfico 8 - Escolaridade média dos trabalhadores da economia criativa (em anos de estudo): critério ocupacional



Fonte: Rais.
Elaboração dos autores.
Obs.: Salários deflacionados pelo IPCA.

Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

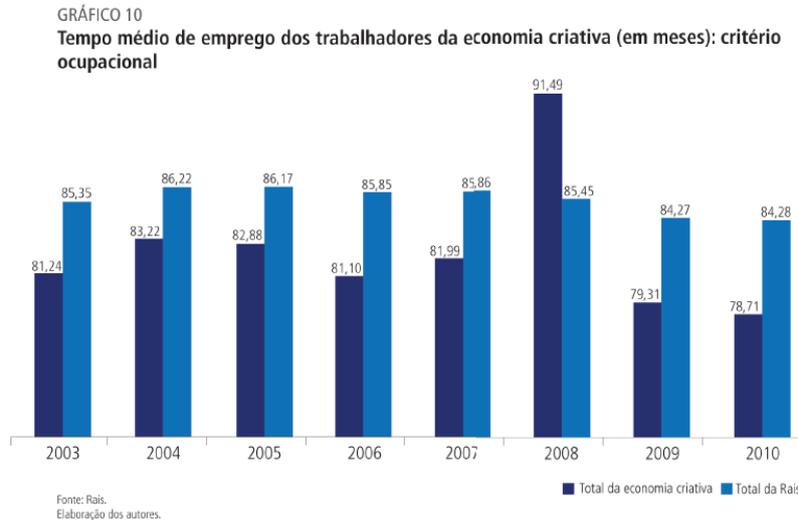
Gráfico 9 - Escolaridade média dos trabalhadores da economia criativa (em anos de estudo): critério setorial



■ Total da economia criativa ■ Total da Rais

Fonte: Rais. Elaboração dos autores

Gráfico 10 - Tempo médio de emprego dos trabalhadores da economia criativa (em meses): critério ocupacional



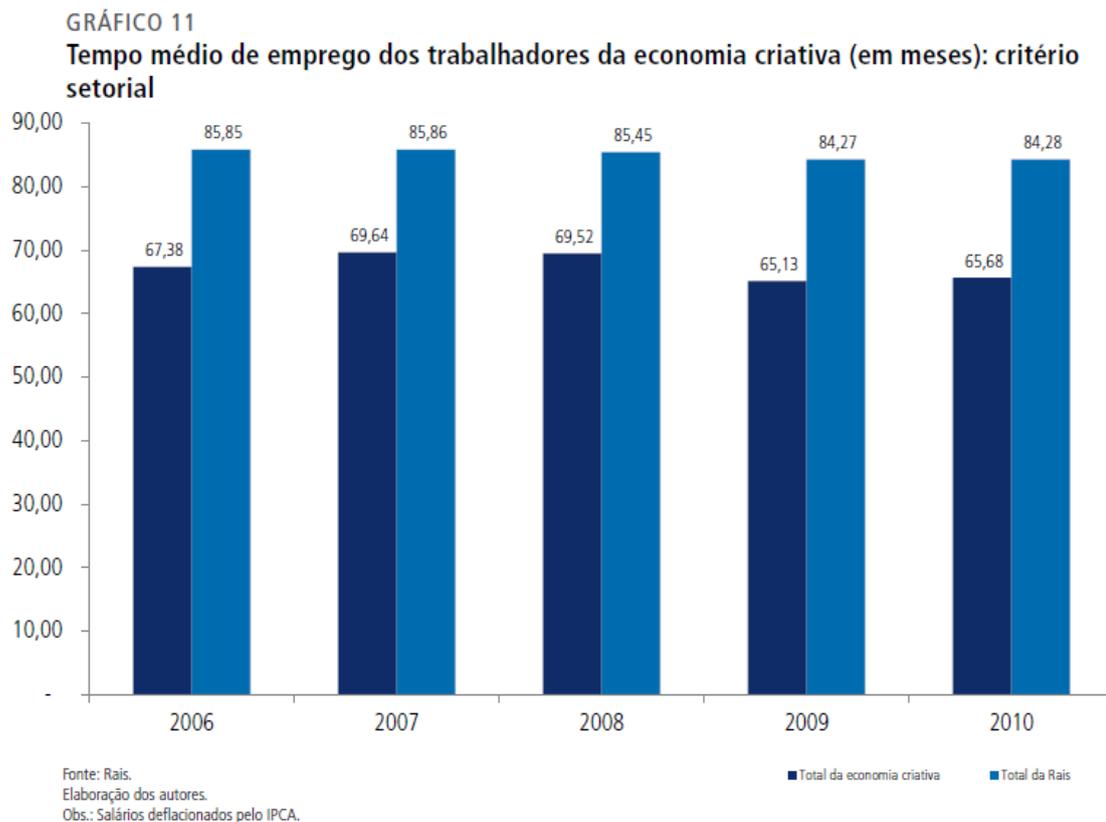
Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

Por um lado, a maior rotatividade apresentada pelos trabalhadores criativos pode ser, segundo o documento do IPEA (2013), fruto de uma instabilidade maior inerente aos postos de trabalho deste segmento da economia. Por outro, Caiado (2011 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 36) mostra que os trabalhadores na economia criativa são mais jovens que a média. No ano de 2009, por exemplo, os trabalhadores criativos tinham em torno de 33 anos, em média, contra 36 anos de idade média para o total de trabalhadores da Rais. “Combinando esta constatação com o fato de estes trabalhadores serem mais escolarizados, os dados de rotatividade parecem indicar que os trabalhadores criativos tendem a ser mais ‘inquietos’ em seus empregos e buscar maiores remunerações” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 36). Mas qual efeito é mais importante é uma questão para investigação futura, inclusive a partir da comparação dos diferenciais de salário entre os admitidos e demitidos e da verificação se há escassez de mão de obra nas áreas ou ocupações da economia criativa.

A Tabela 3 (acima) traz as características *tempo de emprego* e *anos de estudo* por subáreas da economia criativa, tanto de acordo com o recorte setorial quanto com o ocupacional. “O que se percebe é que o tempo de estudo de acordo com o recorte ocupacional é maior do que no setorial em quase todas as áreas, exceto no segmento audiovisual” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 36). Com efeito, a área em que, em média, os profissionais estudam mais é nos serviços criativos, de acordo com ambos os critérios. Esta área também tem o maior tempo no emprego, e no caso d

o critério ocupacional ela perde neste quesito para os sítios culturais porque muitos deles têm caráter público, e suas ocupações não raro são exercidas por profissionais concursados.

Gráfico 11 Tempo médio de emprego dos trabalhadores da economia criativa (em meses): critério setorial



Fonte: Rais. Elaboração dos autores.

4.6 VALOR ADICIONADO DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Quando propomos ao governo do Ceará que este deveria considerar a economia do simbólico das ideias e da cultura como uma outra fonte de desenvolvimento econômico, estamos nos baseando no potencial de agregação de valor que as indústrias criativas adicionam ao Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

Os pesquisadores do IPEA afirmam que a fim de “[...] avaliar a dimensão da economia criativa, utilizou-se a PAS/IBGE, corrigida pela proporcionalidade das ocupações

criativas obtidas a partir da Rais, conforme já explicado na seção 8” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 37).

Sobre o Valor Adicionado pela Economia Criativa no PIB brasileiro, os autores da pesquisa do IPEA (2013) concluíram o seguinte:

Assim, o Valor Adicionado (VA), gerado pelas indústrias criativas no Brasil em 2009, é apresentado na tabela 4. Comparado ao montante do PIB no mesmo ano, obtém-se 1,7% – sem se proceder à correção em função do viés amostral da PAS. **No entanto, realizando-se a correção obtém-se que o VA da economia criativa brasileira é de 1,1% do PIB.** Quando se compara o VA gerado pelas indústrias criativas com o VA total da economia em 2009, obtém-se 1,2%. Ressalte-se que esta comparação não incorpora a informalidade presente na economia brasileira. (OLIVEIRA, *et al.*, 2013, p. 37).

É importante salientarmos que para a economia formal do Ceará haveria a necessidade de se mensurar o Valor Adicionado (VA) pela Economia Criativa após a realização do Mapeamento das Indústrias Criativas do Ceará, bem como a realização de mensuração de quanto do PIB do Ceará é afetado pelas indústrias criativas e qual a sua participação dentro do setor serviços que compõem o PIB da economia cearense. E imagina-se que parte dos trabalhadores criativos e/ou da cultura no Ceará está inserido na informalidade ou se enquadra como trabalhadores autônomos, portanto haveria a necessidade de incorporar a informalidade presente na economia cearense.

Tabela 4 – Valor Adicionado (VA) da Economia Criativa

TABELA 4
VA da economia criativa

Atividades	VA 2009 (R\$ milhões)	VA 2009 com correção (R\$ milhões)
Audiovisual	13.632,94	10.634,21
Publicação e mídia impressa	11.796,89	8.769,26
<i>New media</i>	17.348,83	7.830,29
Serviços criativos	7.090,24	3.634,48
Artes performáticas	1.858,30	1.061,71
<i>Design</i>	1.906,17	996,54
Expressões culturais tradicionais	1.560,36	903,87
Artes visuais	473,12	198,77
Sítios culturais	-	-
VA total da economia criativa	55.666,84	34.029,12
VA total da economia	-	2.794.379,00
PIB	-	3.329.404,00
% do VA		1,2
% do PIB	1,7%	1,1

Fontes: PAS (2009) e Rais (2009).

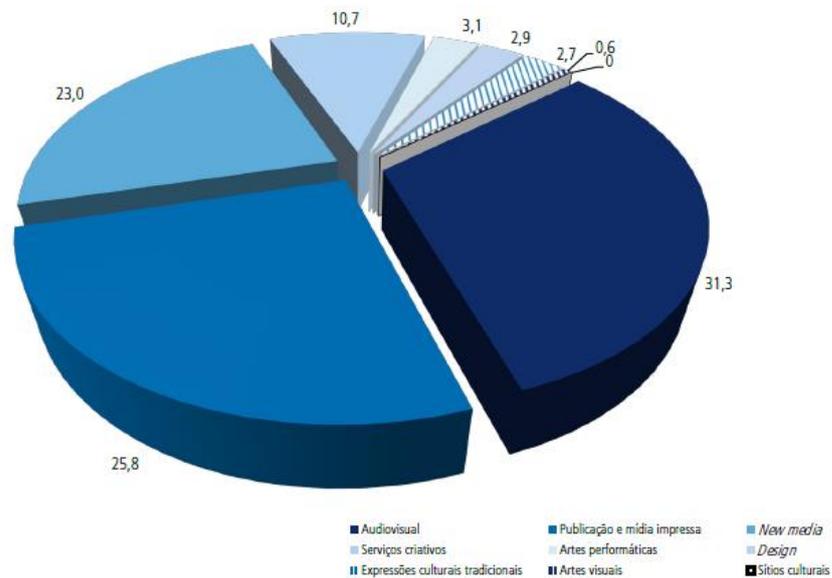
Fonte: PAS (2009) e Rais (2009). Elaboração dos autores.

O Gráfico 12 apresenta a participação de cada um dos nove segmentos da economia criativa, conforme o modelo adotado de indústrias criativas. Segundo os pesquisadores do IPEA, “[...] o segmento do audiovisual (áudio, cinema, rádio, TV e vídeo) responde por 31,3% do VA gerado pelas indústrias criativas em 2009. Outro segmento expressivo é o de publicações e mídia impressa (imprensa, mercado editorial e outras publicações), com 25,8% do VA total naquele ano” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 38). Também é expressivo o segmento de *new media*, que abarca o mercado de publicidade e geração de conteúdo na internet (expressivamente *web*). Em âmbito nacional, a citada pesquisa aponta que este segmento responde por 23% do VA total, enquanto os serviços criativos (arquitetura, ensino, recreação, P&D criativo e outros) respondem por 10,7%.

No Brasil, o documento do IPEA (2013) ressalta e evidencia que o segmento das artes performáticas (circo, dança, música, teatro e demais espetáculos) responde por 3,1% do VA, e o segmento do *design*, por 2,9%. Ambos estão bem abaixo dos segmentos mais expressivos. **Também os sítios culturais e as artes visuais (escultura, fotografia e a pintura) ficaram com valores inexpressivos.** Estes percentuais pouco expressivos em alguns segmentos podem ser resultantes do maior grau de informalidade dos mesmos. No caso dos sítios culturais, cabe lembrar que a maior parte destas atividades tem caráter público (OLIVEIRA *et al.*, 2013).

Gráfico 12 - Porcentagem do VA dos setores da Economia Criativa (2009)

GRÁFICO 12
Porcentagem do VA dos setores da economia criativa (2009)



Fontes: PAS (2009) e Rais (2009).
Elaboração dos autores.

Fonte: PAS (2009) e Rais (2009). Elaboração dos autores.

Na Tabela 5 são apresentados os valores do VA gerados pelas indústrias criativas em 2007, 2008 e 2009, conforme a PAS/IBGE, citados no documento do IPEA (2013). Por meio dele, “[...] pode-se inferir que a participação das indústrias criativas, tanto em relação ao VA total da economia quanto ao PIB, apresentou algum crescimento relativo, embora tenha que se levar em consideração que o período avaliado contempla apenas três anos” (OLIVEIRA et al., 2013, p. 39). No entanto, os economistas do IPEA asseveram que mais anos precisam ser adicionados à análise para que se tenha uma confirmação ou não de tendência de aumento da parcela da economia criativa no PIB e no VA total da economia brasileira.

Tabela 5 - Evolução da Economia Criativa (2007, 2008 e 2009)

TABELA 5
Evolução do VA da economia criativa (2007, 2008 e 2009)
 (A preços correntes)

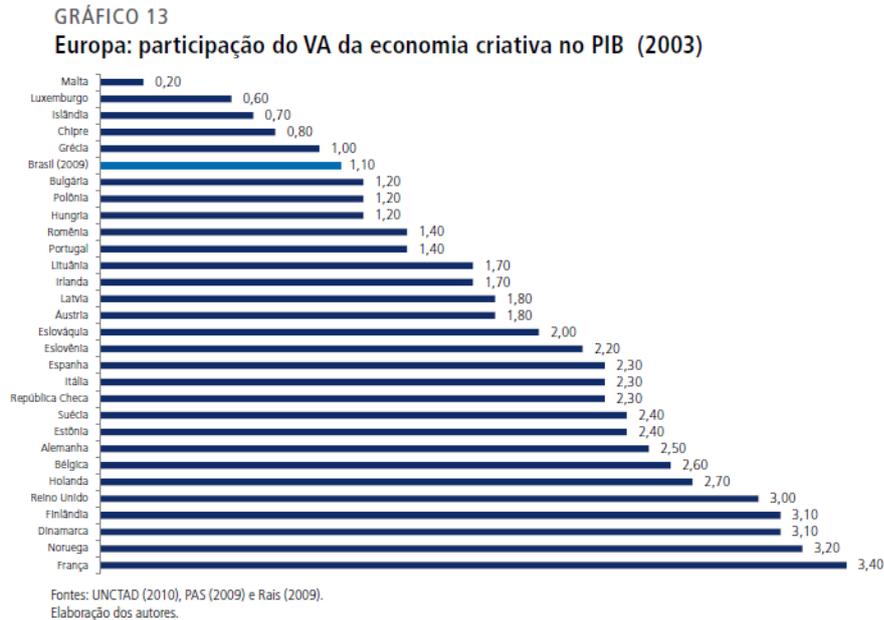
	2007	2008	2009
VA da economia criativa (R\$)	20.310	29.369	34.029
VA total (R\$)	2.287.858	2.580.449	2.794.379
PIB (R\$)	2.661.344	3.032.203	3.239.404
% do VA	0,9	1,1	1,2
% do PIB	0,8	1,0	1,1

Fontes: PAS (2007, 2008 e 2009) e Rais (2007, 2008 e 2009).

Fonte: PAS (2007, 2008 e 2009) e Rais (2007, 2008 e 2009).

Finalmente, o documento do IPEA (2013) compara a participação da economia criativa no Brasil com a de outros países. O Gráfico 13 apresenta a participação relativa das indústrias criativas na economia dos países europeus e do Brasil. Comparado aos 29 países europeus apresentados no gráfico, o Brasil ocuparia a 24^a posição, apesar de os dados apresentados para os países europeus serem de 2003 e os do Brasil, de 2009. Conforme se avalia pelo gráfico, a participação relativa da economia criativa no Brasil é três vezes menor que em países como França – que ocupa o primeiro lugar na Europa –, Noruega, Finlândia e Reino Unido – que ocupam o quinto. “Na Espanha e na Itália, dois países cuja economia criativa é expressiva em função da riqueza cultural, esta participação relativa é duas vezes maior que no caso brasileiro” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 39).

Gráfico 13 -Europa: participação do VA da Economia Criativa no PIB (2003)



Fonte: UNCTAD (2010), PAS (2009) e Rais (2009).

4.7 MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL

O segundo documento que iremos analisar neste estudo foi elaborado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), que ao reconhecer o potencial econômico das indústrias criativas lançou, em 2008, um estudo pioneiro no Brasil: *A cadeia da indústria criativa no Brasil*. O conceito que norteava as indústrias criativas e que servia como base para a taxonomia das atividades econômicas no documento citado era o mesmo do DCMS.⁶

No final da década de 1990, o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do Reino Unido lançou o primeiro mapeamento de indústrias criativas. “Um dos objetivos era mostrar que estas vão além do papel da cultura e possuem um vasto potencial de geração de empregos e riqueza” (FIRJAN, 2014).

O estudo do Sistema FIRJAN de 2008 foi atualizado em 2011. Já em 2012, em sintonia com a literatura internacional sobre as indústrias criativas, a FIRJAN soma uma nova

⁶ Foram classificadas como indústrias criativas as atividades “[...] que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individual e que possuem um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual” (DCMS, 1998).

abordagem ao mapeamento: além da visão sobre a produção criativa, foi construída uma análise sobre os profissionais criativos. Assim, vemos no documento da FIRJAN que

A partir de então, o mapeamento passou a abordar a Indústria Criativa sob duas óticas. A primeira é a ótica da **produção**, que lança um olhar sobre as empresas criativas - que não necessariamente empregam apenas trabalhadores criativos em seus quadros. A segunda ótica é a do **mercado de trabalho**, ou seja, dos profissionais criativos, independentemente do lugar onde trabalham, seja na indústria criativa, na clássica, ou em qualquer outra atividade econômica. (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO, 2014, p. 7).

Com base nessa metodologia, o Mapeamento da Indústria Criativa, atualizado em 2014, retrata os dez anos da chamada indústria criativa no Brasil. Assim, segundo os autores, “[...] o objetivo do trabalho vai além de atualizar as estatísticas, propondo-se também a analisar o quanto evoluiu a Indústria Criativa brasileira” (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO, 2014, p. 7).

4.7.1 A indústria criativa nos estados

4.7.1.1 Empregos criativos

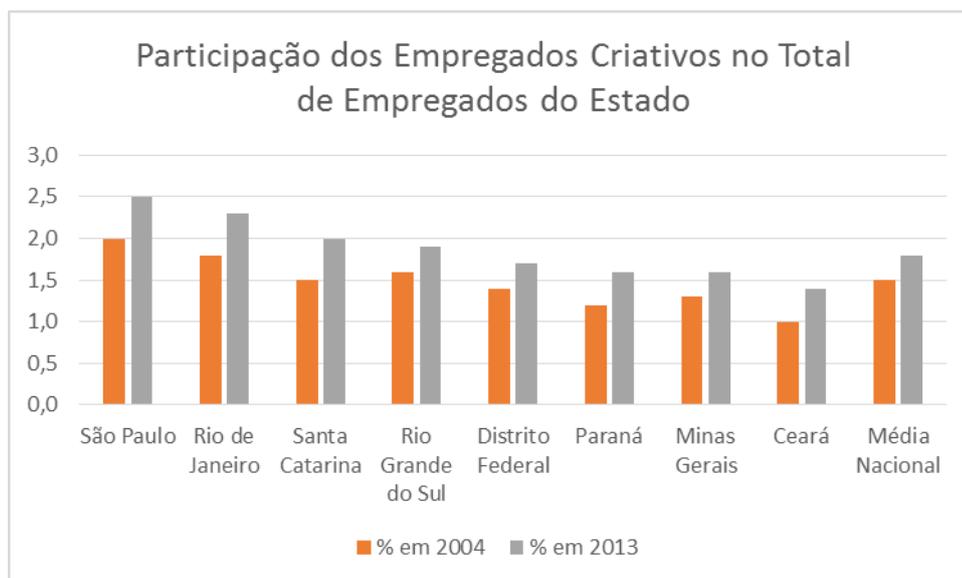
Os dois documentos que foram analisados até aqui, o do IPEA (2013) e o da FIRJAN (2014), são unânimes em localizar os trabalhadores criativos na região de maior desenvolvimento da indústria tradicional no Brasil: a região Sudeste. Segundo a FIRJAN (2014), “[...] entre os estados brasileiros, São Paulo e Rio de Janeiro se destacam no mercado de trabalho criativo: são 349 mil trabalhadores paulistas e 107 mil trabalhadores fluminenses”. Juntos, concentram 51,1% dos 892,5 mil profissionais criativos do Brasil. Dessa forma, estes profissionais possuem participação significativa no total do mercado de trabalho da economia desses estados: 2,5% e 2,3%, respectivamente; percentuais superiores à média nacional de 1,8% (Gráfico 14).

Tabela 6 - Participação dos empregados criativos no total de empregados do estado 2004 e 2013

Estado	% em 2004	% em 2013
São Paulo	2,0	2,5
Rio de Janeiro	1,8	2,3
Santa Catarina	1,5	2,0
Rio Grande do Sul	1,6	1,9
Distrito Federal	1,4	1,7
Paraná	1,2	1,6
Minas Gerais	1,3	1,6
Ceará	1,0	1,4
Média Nacional	1,5	1,8

Fonte: FIRJAN, 2014. Elaboração própria.

Gráfico 14 - Participação dos empregados criativos no total de empregados do estado



Fonte: FIRJAN, 2014. Elaboração própria.

Segundo o documento analisado, “[...] em São Paulo, maior mercado consumidor do Brasil, os profissionais de Publicidade são os mais representativos: são 80 mil trabalhadores – ou 23,1% da indústria criativa paulista – maior proporção do país” (FIRJAN, 2014. p. 17). Já no Rio de Janeiro, segundo os autores do mapeamento da FIRJAN (*idem*), “[...] sede de universidades de renome internacional e múltiplos institutos de pesquisa públicos e privados, o

segmento de Pesquisa & Desenvolvimento é o mais abundante, com 32 mil trabalhadores e, como consequência, maior participação na classe criativa fluminense: 29,5%”.

De acordo com os autores do estudo referido, “[...] os estados da região Sul também registram grande presença das atividades profissionais criativas em suas economias. As participações da Indústria Criativa no total da força de trabalho de Santa Catarina (2,0%) e Rio Grande do Sul (1,9%) também ficam acima da média brasileira, e o Paraná (1,6%) muito próximo” (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO, 2014, p. 17). Nestes casos, “[...] o segmento com maior representatividade na indústria criativa local é o Design: Santa Catarina (16,9%), Rio Grande do Sul (13,7%) e Paraná (13,6%). Para efeitos de comparação, no Brasil como um todo o segmento de Design emprega 9,7% de todos os profissionais criativos” (*idem*).

Chegamos agora à análise dos dados da indústria criativa no Nordeste do Brasil, mais especificamente no Ceará. Segundo o estudo da FIRJAN,

[...] no nordeste brasileiro, o estado com maior representatividade da classe criativa no mercado de trabalho formal é o Ceará (1,4%) [...]. Isso reflete principalmente a força do segmento de Moda, responsável por 14,0% dos empregos criativos cearenses, maior percentual do país nesse segmento e mais de duas vezes superior ao patamar nacional (6,4%)” (2014, p. 18).

Este indicador do número de empregos criativos no segmento da moda justifica que o governo do Estado do Ceará realize um estudo mais aprofundado de todas as indústrias criativas existentes na economia cearense e identifique as possíveis cadeias produtivas criativas e seus Arranjos Produtivos Locais (APL). Um exemplo da força econômica da moda como indústria criativa no Ceará está no evento *Dragão Fashion Brasil*, que movimenta toda a indústria da moda no estado do Ceará e a nível nacional.

Figura 8 - Dragão Fashion Brasil 2016



Fonte: www.modaeventos.com

Figura 9 - Desfiles de moda em Fortaleza - DFB 2016



Fonte: www.modaeventos.com

Figura 10 - O artesanato como insumo da moda no Ceará



Fonte: <<http://www.heloisatolipan.com.br/quotes/e-o-dragao-voou-e-bateu-asas-claudio-silveira-diretor-dodragao-fashion-brasil-analisa-o-sucesso-do-evento-em-ano-de-recessao-nao-me-deixo-abater-por-nenhuma-crise/>>.

Em relação à evolução do número de empregos criativos no mercado formal brasileiro, os autores do mapeamento da FIRJAN (2014) argumentam que

Em uma análise evolutiva, entre 2004 e 2013 houve aumento no número de empregos criativos formais em todos os estados brasileiros. Esse movimento permitiu um aumento da participação relativa desses trabalhadores na economia de 23 estados, com destaque para Santa Catarina e Rio de Janeiro: de 1,5% para 2,0% e de 1,8% para 2,3%, respectivamente. Em linha com o movimento nacional, em Santa Catarina as maiores contratações ocorreram nos segmentos de TIC (+5,2 mil), Design (+4,2 mil) e Publicidade (+3,5 mil). Por sua vez, no Rio de Janeiro, os setores com maior aumento do número de empregados foram Pesquisa & Desenvolvimento (+18,0 mil), Publicidade (+10,9 mil) e Arquitetura (+7,7 mil). Em termos relativos, em ambos a Biotecnologia foi a área que mais evoluiu: alta de 411,9% em Santa Catarina e 239,6% no Rio de Janeiro (p. 18).

Os dados estatísticos do mapeamento feito pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro demonstram a necessidade de o Governo do Estado do Ceará realizar um mapeamento das indústrias criativas do estado, tendo em vista que há um potencial de desenvolvimento econômico não mensurado e que não é alvo de políticas públicas transversais tanto da Cultura (SECULT) como de outros programas e projetos governamentais apoiados pelas Secretarias de

Desenvolvimento Econômico; Secretaria do Turismo; Secretaria de Ciência e Tecnologia; Universidade Estadual do Ceará (UECE), dentre outras. Com o apoio do IPECE, que deverá desenvolver metodologia própria a fim de mapear o número de trabalhadores ou empregados criativos; mensurar sua renda atual e seu potencial de renda após políticas e financiamentos específicos para o desenvolvimento destes empreendimentos criativos.

4.7.1.2 Remuneração dos trabalhadores criativos

Segundo o documento da FIRJAN (2014),

[...] salários superiores à média do mercado de trabalho é uma realidade compartilhada pela classe criativa de todos os estados brasileiros. A diferença entre a remuneração média brasileira (R\$ 2.073) e a remuneração da classe criativa varia de 38% a mais no Ceará (R\$ 2.853) a até quatro vezes a mais no Rio de Janeiro (R\$ 8.682) – gráfico (p. 18).

De fato, em termos de salário, de acordo com a FIRJAN (2014),

[...] o Rio de Janeiro é o grande protagonista. Em sete dos treze segmentos criativos analisados os profissionais fluminenses possuem as maiores remunerações médias do país: Pesquisa & Desenvolvimento (R\$ 14.510), Artes Cênicas (R\$ 8.107), TIC (R\$ 7.265), Audiovisual (R\$ 5.350), Patrimônio & Artes (R\$ 5.260), Design (R\$ 3.326) e Moda (R\$ 1.965) (*id.*, *ibid.*).

Na segunda posição aparece

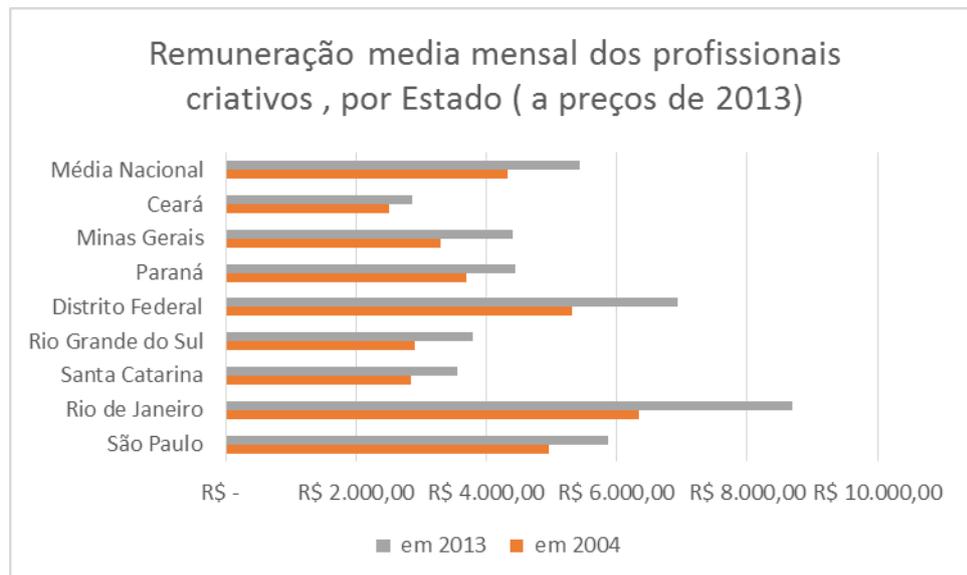
[...] o Distrito Federal, mundialmente reconhecido por seus projetos arquitetônicos e onde o salário médio da Arquitetura (R\$ 9.614) é o mais elevado do país. Além disso, o setor Editorial local se beneficia do status de capital federal, possuindo o maior salário médio para esse segmento entre todos os estados brasileiros (R\$ 6.749) (*id.*, *ibid.*).

Tabela 7 - Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos, por Estado 2004 e 2013 (a preços de 2013)

Estado	em 2004	em 2013
São Paulo	R\$ 4.956,00	R\$ 5.861,00
Rio de Janeiro	R\$ 6.348,00	R\$ 8.682,00
Santa Catarina	R\$ 2.839,00	R\$ 3.555,00
Rio Grande do Sul	R\$ 2.899,00	R\$ 3.794,00
Distrito Federal	R\$ 5.307,00	R\$ 6.925,00
Paraná	R\$ 3.699,00	R\$ 4.446,00
Minas Gerais	R\$ 3.306,00	R\$ 4.413,00
Ceará	R\$ 2.511,00	R\$ 2.853,00
Média Nacional	R\$ 4.322,00	R\$ 5.422,00

Fonte: FIRJAN, 2014. Elaboração própria.

Gráfico 15 - Remuneração média mensal dos profissionais criativos, por estado 2004 e 2013 (a preços de 2013)



Fonte: FIRJAN, 2014. Elaboração própria.

5 O PIB DO CEARÁ

Como já foi dito, o Produto Interno Bruto (PIB) mensura o nível total da produção de bens e serviços finais em um determinado período de tempo, geralmente anual ou trimestral, para uma região política administrativa (municípios, estados e países). Segundo avaliação do pesquisador do IPECE, “[...] por apresentar uma metodologia única determinada pelo Sistema de Contas Nacionais da Organização das Nações Unidas (ONU), o PIB é comparável entre diferentes regiões, tornando-se o indicador de desempenho econômico mais utilizado para confrontar diferentes economias” (TROMPIEIRI NETO, 2014, p. 45). Quanto maior o nível de produção, consumo e investimento em uma economia, maior será o seu PIB, cuja taxa vai refletir o nível de crescimento econômico e, conseqüentemente, a capacidade da economia em reduzir a pobreza e possibilitar a melhoria de outros indicadores sociais, como o IDH, por exemplo.

O PIB, portanto, serve como indicador de desempenho macroeconômico, mas, no entanto, não pode ser analisado isoladamente, tendo em vista que sua dinâmica vai estar condicionada pelas transformações que ocorrem continuamente no processo de acumulação capitalista e que terminam afetando os ambientes nacional e internacional. Assim, analisando-se o comportamento da economia cearense nessa primeira década do século XXI, depreende-se que a partir de 2009, houve uma desaceleração da economia nacional, acompanhada pela economia cearense, em decorrência dos impactos da crise financeira internacional, cujo epicentro foi nos Estados Unidos (TROMPIEIRI NETO, 2014, p. 47).

Vemos, assim, que o comportamento da economia cearense está vinculado ao contexto da economia nacional, e esta, por sua vez, é influenciada pela conjuntura da economia mundial, principalmente em relação ao preço das *commodities*, que são os principais produtos de exportação da economia brasileira, afetando a Balança de Pagamentos do Sistema de Contas Nacionais.

Para Trompieri Neto (2014), esse foi um fenômeno de curto prazo, logo “[...] revertido com o crescimento mais acelerado da economia cearense relativamente à economia nacional, tendo em vista que os efeitos da crise mundial foram menos sentidos na economia estadual uma vez que o Estado tem uma estrutura produtiva mais voltada para o mercado interno” (p. 47). De qualquer forma, é possível perceber que o Ceará experimentou mudanças significativas no campo econômico que alteraram a sua estrutura produtiva, aumentando a participação de atividades predominantemente urbanas, como indústria e serviços, na composição do produto estadual. Em relação à localização dos polos de desenvolvimento no estado do Ceará, nos anos recentes, o pesquisador do IPECE ressalta que

Em termos espaciais, os dados de desempenho do PIB evidenciam que a evolução do quadro macroeconômico estadual foi caracterizado pela consolidação de alguns espaços econômicos urbanos, concentrados, predominantemente, na região metropolitana de Fortaleza e poucos municípios do interior, que se destacam no cenário estadual pelo elevado dinamismo econômico, como é o caso das cidades de Sobral, Juazeiro do Norte, Crato e Iguatu (TROMPIERI NETO, 2014, p. 48).

Neste capítulo do trabalho, pretende-se analisar a composição do PIB do Ceará e tentar estimar e localizar em que setor ocorreria o impacto da economia criativa na economia formal do estado do Ceará.

5.1 TRAJETÓRIA RECENTE DA ECONOMIA DO CEARÁ

Ao analisarmos o documento do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), percebe-se que o pesquisador situou sua análise do desempenho da economia cearense entre os anos de 2002 e 2013. Este período pode ser dividido em dois subperíodos distintos, em termos do desempenho macroeconômico nacional. Segundo Trompieri Neto (2014), o primeiro período teve início em 2002 e foi até 2008, e caracterizou-se pelas elevadas taxas de crescimento da economia brasileira,

[...] com o PIB brasileiro registrando um incremento anual médio de 4,21%, enquanto o segundo teve início em 2009, com a crise financeira internacional, iniciada nos Estados Unidos em setembro de 2008, cujos desdobramentos resultaram em um crescimento anual médio do PIB nacional, entre 2009 e 2013, de 2,64%” (p. 46).

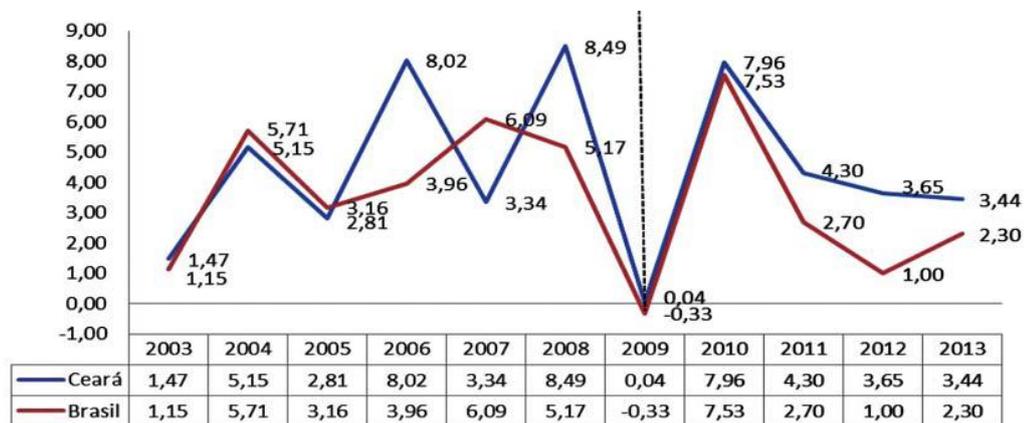
Em relação ao choque externo resultante da crise nos Estados Unidos em 2008, o pesquisador constata que

Na realidade, imediatamente após esse choque externo, o Brasil experimentou forte desaceleração macroeconômica, como pode ser observado no Gráfico 1, abaixo, onde se constata que já em 2009 o PIB brasileiro registrou uma queda de 0,33%, com rebatimento importante na economia cearense, uma vez que registrou um crescimento praticamente nulo (0,04%). O gráfico mostra também que o PIB do Ceará, no período de 2003 a 2013, cresceu menos do que o do Brasil em apenas três anos (2004 2005 e 2007). Uma das razões para isso se deve ao fato de que o Ceará, por ter uma economia com baixa abertura comercial, sofreu menos com os impactos da crise internacional (*idem, ibidem*).

Percebe-se, assim, uma forte vinculação dos resultados da economia cearense ao comportamento do PIB do Brasil. De qualquer forma, consoante Trompieri Neto (2014), percebe-se que nos últimos três anos houve, de fato, uma desaceleração no crescimento da

economia cearense, influenciada principalmente pela “[...] política monetária restritiva, de aumento da taxa de juros, que tem provocado uma diminuição no nível de consumo das famílias e empresas, gerando uma desaceleração no crescimento do setor de serviços, que é o setor de maior participação no PIB, respondendo por 73,1%” (p. 46). E é neste setor que se situa a economia criativa, podendo, neste caso, ser um forte potencial de crescimento e desenvolvimento do PIB cearense. Nessa perspectiva, para Trompieri Neto (2014), “[...] ainda assim, vale ressaltar que o Ceará apresentou taxas de crescimento bem superiores às do Brasil, sendo beneficiado em grande parte pelo alto nível de investimento público” (*idem*).

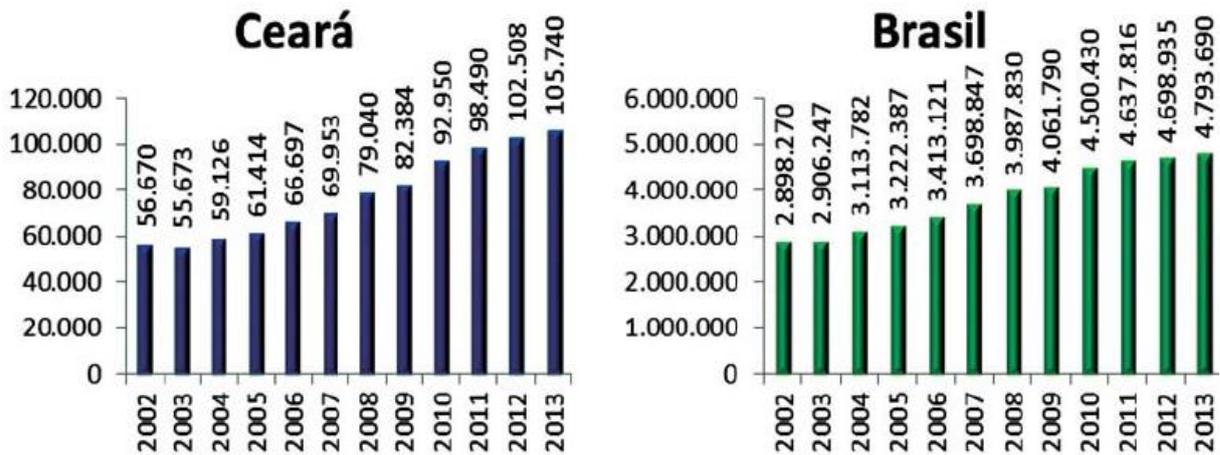
Gráfico 16 - Evolução da taxa de crescimento (%) do Produto Interno Bruto (PIB) Ceará x Brasil, 2003-2013



Fonte: IPECE, 2014.

De acordo com o Gráfico 17, que apresenta a trajetória do crescimento do PIB em valores constantes a preços de 2013, “[...] o PIB do Ceará passou de R\$ 56,67 bilhões em 2002 para R\$ 105,74 bilhões em 2013, enquanto que o PIB do Brasil apresentou uma evolução de R\$ 2,89 trilhões em 2002 para R\$ 4,79 trilhões em 2013” (TROMPIEIRI NETO, 2014, p. 47). Em termos de Nordeste, o documento do IPECE (2014) aponta que o Ceará representa a terceira maior economia da região, com uma participação de 2,12% na economia nacional em 2011, ficando atrás apenas da Bahia, com 3,9%, e Pernambuco, com 2,5%.

Gráfico 17 - Evolução do Produto Interno Bruto (PIB) em R\$ Milhões, Ceará e Brasil



Fonte: IBGE e IPECE.

Nota: Os anos de 2011 a 2013 são dados preliminares e podem sofrer alterações quando forem divulgados os dados definitivos; Valores constantes corrigidos pelo IPCA com base em 2013.

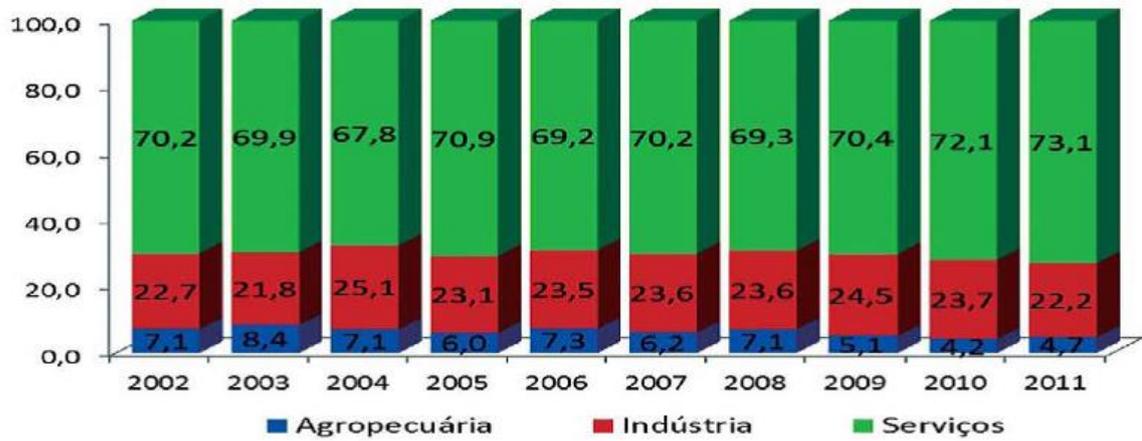
Fonte: IBGE e IPECE.

Com o objetivo de visualizarmos o potencial de crescimento da economia formal cearense com a introdução de políticas públicas focadas na indústria e economias criativas, pretendemos, neste capítulo, visualizar o impacto do setor de serviços no PIB do Ceará em anos recentes.

Segundo o documento do IPECE (2014), “[...] quando se desagrega o crescimento da economia cearense pelas participações de seus três principais setores, observa-se que essa expansão foi favorecida, principalmente, pelo setor de serviços, que representava 70,2% do total do valor adicionado (VA) em 2002, passando a representar 73,1% em 2011” (Gráfico 18) (TROMPIERI NETO, 2014, p. 47).

Para Trompieri Neto (2014), o setor industrial também contribuiu para o crescimento da economia cearense, com 22,7% de participação no total do VA em 2002, permanecendo praticamente no mesmo patamar em 2011 (22,2%). A agropecuária, apesar de sua importância para a dinâmica econômica do estado, apresentou uma queda considerável em sua participação, passando de 7,1% em 2002 para 4,7% em 2011. “Esse desempenho foi decorrente, principalmente, da dependência do setor às condições climáticas, tendo em vista que em anos de seca a produção de grãos fica comprometida por compreender, predominantemente, culturas de sequeiro” (p. 50).

Gráfico 18 - Participação (%) dos valores adicionados dos setores no valor adicionado total.



Fonte: IBGE e IPECE.

Fonte: IBGE e IPECE.

6 CONCLUSÃO

O documento do IPEA (2013) afirma categoricamente que pretendeu apresentar como a economia criativa ganhou importância na atualidade em função das possibilidades portadoras de futuro que ela conduz, seja em função dos aspectos sociais e culturais, seja em função dos aspectos econômicos e seus transbordamentos para outras áreas da atividade econômica. Segundo os autores do estudo, a análise apresentou um quadro multidimensional do conjunto de segmentos que a integram, baseado na literatura internacional. “A perspectiva principal é que, com essa análise, se possa aprofundar o nível de intervenção do Estado, no sentido de garantir crescimento sustentável, dado que o Brasil é sabidamente rico e diverso culturalmente – insumo básico para a atividade” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 45).

Em suas considerações finais, o estudo do IPEA (2013) afirma que de acordo com os dados apresentados e em conformidade com os critérios citados, o tamanho da economia criativa no Brasil varia entre 1,2% e 2% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. Segundo (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 45), “[...] quando se compara esta participação com a observada em outros países, percebe-se que o Brasil está muito abaixo dos países onde ela é significativamente expressiva, tais como França e Inglaterra”. Assim, pode-se considerar que o país é de baixa “intensidade criativa”, ainda que, pelo menos em algumas atividades, haja escala suficiente para permitir que este percentual aumente significativamente. Neste sentido, como o PIB do Ceará segue a tendência nacional de evolução e como o setor de serviços é preponderante na composição do PIB do Ceará, estima-se que a Economia Criativa deverá, após a mensuração, representar entre 1 a 2% do total do Produto Interno Bruto do estado do Ceará.

Em âmbito nacional, a análise da dimensão formal expressa pelo Valor Agregado (VA) da economia criativa permite observar que ela cresce mais rápido que o resto da economia, de forma que ampliou a sua participação tanto no VA total quanto no PIB (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 45). Entretanto, esta análise se baseia apenas em 3 (três) anos, e mais observações precisam ser adicionadas para se ter ou não uma confirmação de tendência.

Já em relação ao emprego formal da economia criativa, tanto o documento do IPEA (2013) quanto o texto da FIRJAN (2014) são unânimes em afirmar que o emprego formal da economia criativa apresenta diferenças significativas em relação à massa de empregos formais da economia brasileira. São também unânimes em apontar que os trabalhadores criativos apresentam mais escolaridade e recebem maiores salários.

No entanto, segundo o IPEA (2013), a rotatividade (*turn over*) no emprego deles é maior que a média dos trabalhadores formais no Brasil.

As diferenças se acentuam quando se avalia o recorte ocupacional, o que já era esperado, uma vez que este recorte visualiza o *core* das ocupações criativas, enquanto o recorte setorial prioriza a visão da atividade empresarial, ou seja, os trabalhadores nas ocupações criativas independentemente da atividade-fim da empresa (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 45).

Em relação à localização dos trabalhadores criativos, o documento do IPEA (2013) e o texto da FIRJAN (2014) afirmam que os dados também permitem analisar como estão distribuídos espacialmente os trabalhadores criativos. Eles se concentram nas grandes cidades, especialmente naquelas do Sudeste e Sul brasileiros. “Sem embargo, a teoria prevê a concentração dos empregos criativos nos grandes centros” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 45).

Internamente, conforme os dados, os segmentos constituintes das indústrias criativas têm os Valores Adicionados (VA) majoritariamente distribuídos entre o audiovisual, publicação e mídia impressa e as chamadas *new medias*. “Eles representam 80,1% do VA gerado pela economia criativa. Já os segmentos mais intensivos em pessoal são os serviços criativos, design e publicação e mídia impressa. Eles representam 75% do pessoal ocupado pela economia criativa” (*idem*, p. 46).

Quando se estende a análise a fim de considerar também o mercado informal – que, pela própria dinâmica da economia criativa, deve corresponder à maior parte da atividade econômica –, o documento do IPEA (2013) afirma encontrar dificuldade em converter as áreas e campos da economia criativa para as classificações de atividades e ocupações da PNAD. “Ainda assim, estima-se que a economia criativa deve corresponder a aproximadamente 3% da força de trabalho brasileira e 6% da massa salarial” (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 46). A comparação entre os perfis da mão de obra do mercado formal e total (formal mais informal) mostra que, conforme ocorre no restante da economia, a mão de obra formal da economia criativa é mais escolarizada e ganha mais. Entretanto, mais uma vez ressalte-se que há várias limitações metodológicas relacionadas a estimativas a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) (OLIVEIRA *et al.*, 2013).

Como sugestões aos futuros pesquisadores, o estudo do IPEA aponta que, no sentido de aprofundar as análises, a pesquisa aponta a necessidade de seguir os estudos em duas direções. A primeira é a realização de pesquisa específica sobre a economia criativa, sobretudo para capturar sua dimensão informal, que se acredita ser mais expressiva no Brasil, pela própria natureza da economia criativa.

Em relação às dificuldades metodológicas que o IPECE poderia se deparar ao realizar um mapeamento da indústria criativa do Ceará, os autores apontam que

[...] em todas as análises aqui apresentadas – mercado formal de trabalho, VA e principalmente mercado de trabalho total –, foram encontradas dificuldades metodológicas, inerentes à adaptação das pesquisas existentes que não foram desenhadas originalmente para tratar do problema da economia criativa (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 47).

Uma pesquisa específica para o segmento poderia retratar as dimensões econômicas e sociais deste campo de estudo com mais exatidão, auxiliando, pois, o desenho das políticas públicas mais adequadas ao fomento da economia criativa.

A segunda sugestão do documento do IPEA (2013) é a realização de estudo sobre o mercado de trabalho nas atividades integrantes da economia criativa. Ele deverá analisar com mais profundidade especialmente duas questões: a rotatividade de pessoal e as diferenças salariais.

Quanto à rotatividade, foi verificado pelo estudo do IPEA (2013) que

[...] os trabalhadores criativos permanecem menos em seus empregos; é preciso saber se isso se deve a uma instabilidade inerente às ocupações criativas ou se pode ser um indicador de escassez de mão de obra, uma vez que podem estar preferindo o desligamento de seus postos atuais a fim de buscar maiores remunerações em outras empresas (OLIVEIRA *et al.*, 2013, p. 47).

Quanto às diferenças de salário, os dois documentos analisados (IPEA e FIRJAN) são unânimes em apontar que os trabalhadores da economia criativa ganham mais. No entanto, vê-se que boa parte desse fato pode ser atribuída à sua melhor escolaridade. Assim, surge como dúvida se existe de fato um prêmio salarial associado à economia criativa. Se sim, ele ocorre para os *criativos embutidos* e para as *ocupações de apoio*? Testes econométricos deverão ser realizados referentes à escassez de mão de obra. Eles poderão confirmar ou refutar as hipóteses da literatura sobre qualidade dos trabalhadores e suas ocupações, bem como sobre a dinâmica do mercado de trabalho em economia criativa.

Como considerações finais, afirma-se que o conjunto de dados analisados nos documentos do IPEA (2013) e FIRJAN (2014) permite antever a necessidade de políticas públicas executadas pelo Governo do Estado do Ceará que aumentem a participação das indústrias criativas na economia cearense, dado que elas representam ocupações de maior nível de renda e educacional, com efeito multiplicador em relação à geração de emprego e renda para o estado.

Estas políticas públicas justificam-se plenamente em razão de sermos uma das regiões potencialmente expressivas em termos de riqueza e diversidade cultural, diminuindo, portanto, a concentração regional das atividades. Manifestações culturais como os Aniceto do Crato; as quadrilhas juninas; os festivais de teatro e música instrumental em Guaramiranga; o turismo cultural e religioso em cidades como Juazeiro do Norte, Canindé, Sobral, Aracati etc.; e os eventos de moda e de artesanato devem ser apoiados para gerar renda e trabalho. Espera-se que esta pesquisa acadêmica sirva de subsídio teórico para o debate sobre a diversificação, de forma complementar, das fontes de desenvolvimento econômico sustentável para o estado do Ceará. Para tanto, seguem abaixo algumas recomendações:

a) sugerir ao Governo do Estado do Ceará, através do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE) e da Secretaria de Planejamento e Gestão do estado do Ceará (SEPLAG) a realização de mensuração sobre o impacto da economia criativa na economia formal do estado do Ceará;

b) realização de um mapeamento das indústrias criativas, identificando as cadeias produtivas inseridas em possíveis Arranjos Produtivos Locais (APL) no estado do Ceará; e

c) elaboração de políticas públicas que visem ao financiamento dos empreendimentos criativos, mormente via Banco do Nordeste e/ou BNDES.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Tânia Bacelar. **CEPLAN**. Nordeste 2022 - Estudos Prospectivos – Documento Síntese. Banco do Nordeste do Brasil e Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2014.

ALVES JUNIOR, Nilo. **Turismo Religioso: de Santiago a Canindé**. Fortaleza: SENAC.CE; SEBRAE.CE, 2003.

ACSELRAD, Henri; LEROY, Jean P. Novas premissas da sustentabilidade democrática. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, n. 1, 1999.

AURÉLIO ONLINE. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/>>. Acesso em: out. 2015.

BARBOSA, Gisele Silva. O Desafio do Desenvolvimento Sustentável. **Revista Visões**, 4ª edição, nº 4, volume 1, jan/junho de 2008.

BATALLER, Maria Alba Sargatal. O Estudo da Gentrificação. *Revista Continentes (UFRRJ)*, ano 1, n. 1, 2012. Publicado originalmente na **Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales** (ISSN 1138-9796), Universidad de Barcelona - nº 228, 3 de mayo de 2000, com o título El estudio de la gentrificación. Tradução de Maurilio Lima Botelho (UFRRJ).

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações (2011-2014)**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

BRESSER-PEREIRA, L. C. B. Doença Holandesa. In: **Structuralist Development Macroeconomics**. Londres: Routledge, 2013. Disponível em: <<http://www.bresserBresser-Pereira.org.br/papers-cursos/cap.5-dutchdisease.pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2015.

_____. **Notas para uso em curso de Desenvolvimento Econômico**. Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV). São Paulo, 2008.

_____. **Lucro, acumulação e crise**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.
CAIADO, A. S. C. (Ed.). **Economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade**. São Paulo: FUNDAP, 2011.

CANEPA, Carla. **Cidades Sustentáveis: o município como lócus da sustentabilidade**. São Paulo: Editora RCS, 2007.

CAULLEY, D. N. **Document analysis in program evaluation** (nº 60 in the Paper and Report Series of the Research on Evaluation Program). Portland: Northwest Regional Laboratory, 1981.

CAVALCANTE, Ricardo Bezerra; CALIXTO, Pedro; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. Análise de Conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. **Inf.& Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 24, n.1, p. 13-18, jan/abril. 2014.

CAMBRIDGE JOURNAL OF REGIONS. **Economy and Society**, 2012.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2a ed. Tradução de Our common future. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1991.

COUTINHO, Eduardo Senra; LANA-PEIXOTO Fernando de Vilhena; FILHO, Paulo Zschaber Ribeiro; AMARAL, Hudson Fernandes. **De Smith a Porter**: Um ensaio sobre as teorias de comércio exterior. Disponível em <<http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/rege/v12n4/v12n4a7.pdf>>. Acesso em: mar. 2016.

CUNNINGHAM, S. D. From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. Media international Australia incorporating culture and policy. **Quarterly journal of media research and resources**, n. 102, p. 54-65, 2002.

DCMS, D. for C. **Creative industries mapping document**. United Kingdom: DCMS, Media and Sport, 2001.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 1985.

FURTADO, Celso. **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012.

_____. **Pequena introdução ao desenvolvimento**. São Paulo: Ed. Nacional, 1980.

_____. Os desafios da nova geração. **Revista de Economia Política**, vol. 24, n. 4, p. 483-486. Discurso na cerimônia de abertura da III Conferência Internacional Celso Furtado, Rio de Janeiro, URFJ, 2004.

_____. **Teoria e Política do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1967.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class**. Washington monthly, May 2002.

_____. **The flight of the creative class: the new global competition for talent**. [S.l.] Harper Business, 2007.

_____. **The rise of the creative class**. Revisited. Revised and expanded. Basic Books, 2012.

GALEANO, Eduardo. **As Veias Abertas da América Latina**. Tradução de Galeano de Freitas, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1971.

GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. **Handbook of the economics of art and culture**. North-Holland, 2006, v. 1.

GOMES, Orlando. **Macroeconomia: Noções Básicas**. Lisboa, 2012. Disponível em: <repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/1186/1/MacroIntroCap.pdf>. Acesso em: mar. 2016.

GRUPO DE TRABALHO PERMANENTE PARA ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS. APL, o que são!? Publicado em 01 de agosto de 2011. Disponível em: <http://portalapl.ibict.br/menu/itens_menu/apls/apl_o_que_sao.html>. Acesso em: mar. 2016.

HOKINS, John. **The Creative Economy**- How People Can Make Money From Ideas. Londres: Penguin Books, 2002. 264p.

LEITÃO, Claudia Sousa. Economia Criativa e Desenvolvimento. **Revista Será?** Disponível em: <<http://revistasera.info/economia-criativa-e-desenvolvimento-claudia-leitao/>>. Acesso em mar. 2016.

_____. Por um Brasil Criativo. **Revista Observatório Itaú Cultural**, nº18, jun./dez. 2015. São Paulo: Itaú Cultural, 2007.

MARX, Karl. **O Capital**. Tradução de Reginaldo Sant'anna. São Paulo: Civilização Brasileira, 2008. (Coleção Crítica da Economia Política.)

MILES, Malcom. A Post Creative City? (Uma cidade pós-criativa?). **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 2012. Disponível em: <<https://rccs.revues.org/5091>>. Acesso em: mar. 2016.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da Economia Criativa no Brasil – 1880 Texto para Discussão**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Brasília, outubro de 2013.

O POVO. **23º Festival Nordestino de Teatro acontecerá em Guaramiranga**. Disponível em <http://www.opovo.com.br/app/divirta-se/2016/06/27/noticiasdivirtase,3629104/23-festival-nordestino-de-teatro-acontecera-em-guaramiranga.shtml>. Acesso em: 01/07/2016

REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, São Paulo, 2008.

REINO UNIDO. DCMS. **Creative Industries Economic Estimates – Full Statistical Release**, Londres, 2011.

RINSCHÉDE, Gisbert. **Forms of religious tourism**. In: SMITH, Valene L. **Annals of Tourism Research**, vol. 19, nº 1. A social Science journal. Special issue. Pilgrimage and tourism. The quest in guest. Nova York; Oxford; Seul; Tóquio: Pergamon Press, 1992.

SÁ SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais; Ano I . Número I , São Leopoldo, Julho de 2009.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garammond; SEBRAE, 2004.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

_____. O desenvolvimento como expansão de capacidades. **Revista Lua Nova**, n. 28. São Paulo: CEDEC, 1993.

_____. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SENNETT, Richard. **The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism**. New York: Norton, 1998.

SISTEMA FIRJAN. **A cadeia da indústria criativa no Brasil**, 2008.

_____. **A cadeia da indústria criativa no Brasil**, Nota Técnica, 2011.

_____. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**, 2012.

STONEMAN, P. **Soft innovation: economics, product aesthetics, and the creative industries**. Oxford, 2010.

SCHUMPETER, Joseph A. **The theory of economic development**. Oxford: Oxford University Press, 1961.

TROMPIERI NETO, Nicolino. Evolução do Produto Interno Bruto (PIB). In: BARRETO, Ataliba F. D.; BEZERRA DE MENEZES, Adriano Sarquis (Orgs.). **Desenvolvimento econômico do Ceará: Evidências Recentes e Reflexões**. Fortaleza: IPECE, 2014.

TURISMO DE EXPERIÊNCIA. Disponível em: <<http://intrip.com.br/2014/03/serra-de-guaramiranga-ce/>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

UNIVERSIDADE DE VALÊNCIA. **La cultura como factor de innovación económica y social**, 2012. Disponível em: <www.uv.es/soste/pdfs/Sostenuto_Volume1_CAST.pdf>. Acesso em: mar. 2016.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Nossa diversidade criativa: Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento**. Brasília: UNESCO, Ed. Papyrus, 1997.

_____. Déclaration Universelle sur la Diversité Culturelle. Série Diversité Culturelle n.1, 2002.

_____. **Déclaration Universelle de l'Unesco sur la Diversité Culturelle**, Unesco, Série Diversité Culturelle, n. 2, 2003.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **Creative Industries Report 2013**. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: maio. 2013.

_____. Conferência das Nações Unidas Sobre o Comércio e o Desenvolvimento. **Relatório Mundial sobre Economia Criativa**. Brasília, 2010.

_____. **Creative economy report 2010**. Creative economy: a feasible development option. U.N., 2010.

_____. **Creative Industries Report 2008**. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: set. 2009.

VASCONCELOS, Marco Antônio Sandoval de; OLIVEIRA, Roberto Guena de; BARBIERI, Fabio. **Manual de Microeconomia**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

VEIGA, José Eli da. **Cidades Imaginárias** – o Brasil é menos urbano do que se calcula. Campinas: Editora da Unicamp, 2005.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Guide on surveying the economic contribution of the copyright industries**. Wipo, 2003.