



UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO DE JANEIRO

Universidade Federal do rio de Janeiro – UFRJ  
Instituto de Economia – IE  
Programa de Pós-graduação em  
Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento – PPEd

Luciana Lima Guilherme

ECONOMIA CRIATIVA, DESENVOLVIMENTO E ESTADO-REDE: uma  
proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes  
econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro.

Rio de Janeiro – RJ  
2018

Luciana Lima Guilherme

ECONOMIA CRIATIVA, DESENVOLVIMENTO E ESTADO-REDE: uma  
proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes  
econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro.

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação  
em Políticas Públicas, Estratégias e  
Desenvolvimento, Instituto de Economia,  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte  
dos requisitos necessários à obtenção do título de  
Doutora em Políticas Públicas, Estratégias e  
Desenvolvimento.

Orientador: Marcelo Gerson Pessoa de Matos, PhD

Rio de Janeiro – RJ  
2018

## FICHA CATALOGRÁFICA

G953 Guilherme, Luciana Lima

Economia criativa, Desenvolvimento e Estado-rede: uma proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro / Luciana Lima Guilherme. – 2018.

314 p. ; 31 cm.

Orientador: Marcelo Gerson Pessoa de Matos.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, 2018.

Bibliografia: f. 261 – 271.

1. Desenvolvimento. 2. Economia criativa. 3. Estado-rede. I. Matos, Marcelo Gerson Pessoa de, orient. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Economia. III. Título.

CDD 338.9

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário: Lucas Augusto Alves Figueiredo CRB 7 –  
6851 Biblioteca Eugênio Gudín/CCJE/UFRJ

Luciana Lima Guilherme

**ECONOMIA CRIATIVA, DESENVOLVIMENTO E ESTADO-REDE: uma  
proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes  
econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro.**

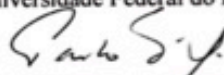
Rio de Janeiro, 27 de abril de 2018



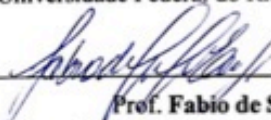
Prof. **Marcelo Gerson Pessoa de Matos**, Ph.D. (Orientador).  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)



Profa. **Maria de Fátima Bruno de Faria**, Ph.D.  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)



Prof. **Paulo Bastos Tigre**, Ph.D.  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)



Prof. **Fabio de Silos Sá Earp**, Ph.D.  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)



Profa. **Anita Simis**, Ph.D.  
Universidade Estadual Paulista (UNESP)



*À minha mãe Hyla e ao meu pai Nilo,  
Pela presença constante e pela certeza do amor!*

## **Agradecimentos**

Da decisão de cursar um doutorado até concluir uma tese, há um longo caminho. Um caminho de dedicação e de muitas renúncias, um caminho de sonhos e de momentos angustiantes, um caminho de grandes trocas e de muitas dúvidas, mas um caminho que não se faz sozinha.

Por isso agradeço aos professores, ao PPED e à UFRJ pela oportunidade do aprendizado, pelo convívio e pelo ambiente cordial que me permitiu seguir na minha trajetória. Foram quatro anos transformadores que definem um antes e um depois na minha formação acadêmica e profissional. Gostaria de agradecer à Professora Renata Lèbre La Rovere que desde a minha chegada sempre foi muito presente e disponível, sempre me apoiando em momentos importantes da minha caminhada. Agradeço, em especial, ao meu orientador, Professor Marcelo Gerson Pessoa de Matos, pela amizade, generosidade, paciência, troca, parceria e pelo aprendizado que tive a alegria de desfrutar. Posso dizer que ganhei um amigo que muito contribuiu com o meu trabalho, me instigando e me exigindo mas sabendo também ser terno e acolhedor.

Agradeço ao Sebrae Nacional e ao Instituto Alvorada Brasil pela oportunidade de ter participado da pesquisa “Mercado Brasil Criativo – Diagnóstico de Sistemas Produtivos e Redes de Economia Criativa”. O acesso ao rico acervo de dados e informações produzidas foi fundamental para a minha reflexão nesta tese. Agradeço também aos amigos Cláudia Leitão e Luiz Antônio de Oliveira por terem caminhado junto comigo nesta pesquisa. Nossa história é longa e de muito aprendizado mútuo.

Por fim, agradeço a minha amada família, pai, mãe, irmãos, cunhada, sobrinhos. O amor de vocês é meu maior presente e me fortalece sempre. De qualquer modo, gostaria de destacar o apoio constante da minha irmã Germana que durante estes quatro anos me animou, me fortaleceu e me ajudou a pensar e refletir sobre a minha caminhada, sempre com afeto e um amor imenso e gratuito.

## Resumo

O debate sobre economia criativa como estratégia de desenvolvimento tem crescido em todo o mundo. No caso dos países em desenvolvimento, tem se dado num processo de reflexão acerca dos potenciais da sua diversidade cultural como riqueza e possibilidade estratégica para o crescimento econômico e a mitigação efetiva de desigualdades sociais. Este trabalho se propõe a uma reflexão sobre a formulação de políticas públicas de economia criativa no Brasil como estratégia e alternativa de desenvolvimento para o país. Neste sentido, foi feita uma análise e uma reflexão sobre as dinâmicas, potencialidades e gargalos dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa da cidade do Rio de Janeiro, a partir dos setores de design de moda, festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia, música e teatro, visando a proposição de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento local e regional. A metodologia da pesquisa de campo desenvolvida para esta tese foi de natureza quali-quantitativa, compreendendo múltiplos métodos e técnicas de abordagem que permitiram a coleta e o cruzamento de dados e informações relevantes para uma compreensão mais aprofundada das estruturas e configurações das dinâmicas dos setores criativos investigados na cidade. Como resultado, constatou-se que os sistemas produtivos e as redes de economia criativa dos setores analisados são frágeis em sua estrutura, sendo predominantemente constituídas por micro e pequenas empresas que se articulam e cooperam em torno de projetos específicos mas que tem dificuldades em processos colaborativos mais amplos para o desenvolvimento das suas atividades econômicas e dos setores no território. Apesar da densidade institucional da cidade, os arranjos institucionais não estão articulados de modo efetivo para a promoção do desenvolvimento dos empreendimentos e da economia gerada pelos mesmos. A diversidade cultural da cidade é múltipla, constituindo identidades, sociabilidades e solidariedades, mas sua riqueza está aquém do seu potencial de geração de ativos econômicos para os profissionais e empreendedores atuantes nos setores criativos. A formulação de políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa na cidade do Rio de Janeiro demanda uma capacidade de articulação e uma constituição do estado enquanto rede. O estado-rede ainda está longe de se constituir uma realidade, considerando-se suas estruturas e dinâmicas atuais, mas deve ser perseguido como processo e caminho efetivo para uma atuação sistêmica no território, por meio da articulação de arranjos institucionais integrados às dinâmicas dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa nas cidades.

Palavras-chave: Economia Criativa, Cultura, Desenvolvimento, Território, Cidade, Sistemas Produtivos, Redes, Políticas Públicas, Estado-rede.

## Abstract

The debate on creative economy as a development strategy has grown all over the world. In the case of developing countries, it has been reflecting on the potentials of its cultural diversity as a wealth and strategic possibility for economic growth and effective mitigation of social inequalities. This work proposes a reflection on the formulation of public policies of creative economy in Brazil as a strategy and alternative for the country's development. In this sense, an analysis and reflection was made on the dynamics, potentialities and bottlenecks of the productive systems and the creative economy networks of the city of Rio de Janeiro, from the sectors of fashion design, parties & celebrations, film & video, gastronomy, music and theater, aiming at proposing public policies focused on local and regional development. The methodology of the field research developed for this thesis was qualitative-quantitative in nature, comprising multiple methods and techniques that allowed the collection and the crossing of data and information relevant to a in-depth understanding of the structures and configurations of the dynamics of the creative sectors in the city. As a result, it was found that the productive systems and the creative economy networks of the analyzed sectors are fragile in their structure, being predominantly made up of micro and small companies that articulate and cooperate around specific projects but that face difficulties for cooperation in a broader sense to promote the development of its activities and the sector. Despite the institutional density of the city, the institutional arrangements are not effectively articulated to promote the development of the enterprises and the economic system generated by them. The cultural diversity of the city is manifold, constituting identities, sociabilities and solidarities, but its wealth falls short of its potential to generate economic assets for professionals and entrepreneurs in the creative sectors. The formulation of public policies for the development of the creative economy in the city of Rio de Janeiro demands a capacity for articulation and a constitution of the state as a network. The network state is still far from being a reality, considering its current structures and dynamics, but it must be pursued as a process and effective way for a systemic action in the territory, through the articulation of institutional arrangements integrated to the dynamics of the creative economy systems and networks in cities.

Keywords: Creative Economy, Culture, Development, Territory, City, Productive Systems, Networks, Public Policies, Network State.

## Lista de ilustrações

### Figuras

Figura 1: Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas.....	36
Figura 2: Classificação da UNESCO para Estatísticas Culturais.....	37
Figura 3: Classificação da FIRJAN para as indústrias criativas – Sintético.....	38
Figura 4: Classificação-Síntese dos Setores Criativos, seus sistemas produtivos e arranjos institucionais.....	39
Figura 5: Visão Geral dos Produtos Exportados no Brasil – Principais Produtos Exportados e Fator Agregado / Percentual de valor exportado <i>free on board</i> – 2017.....	53
Figura 6: Comparativo de receitas e empregos gerados pela economia criativa nos cinco continentes do mundo – 2013.....	55
Figura 7: Sistema Territorial.....	64
Figura 8: Sistema Produtivo de Economia Criativa – SPEC.....	82
Figura 9: Etapas das Políticas Públicas .....	88
Figura 10: Modelo analítico adotado para a constituição de arranjos institucionais.....	95
Figura 11: Fórum Mercado Rio Criativo.....	113
Figura12: Realização dos Grupos Focais – Mercado Rio Criativo.....	115
Figura13: Capacitação da equipe de pesquisadores de campo – Mercado Rio Criativo.....	118
Figura 14: Divulgação da Pesquisa – Mercado Rio Criativo.....	119
Figura 15: Eixos de Desenvolvimento de Sistemas Produtivos e Redes de Economia Criativa Constituintes do questionário voltado para empreendedores criativos.....	120
Figura 16: Mapas do Rio de Janeiro com o georreferenciamento dos empreendimentos criativos investigados por setor criativo analisado.....	134
Figura 17: Sistema produtivo e rede econômica do design de moda no Rio de Janeiro.....	144
Figura 18: Sistema produtivo e rede econômica de festas & celebrações no Rio de Janeiro.....	148
Figura 19: Sistema produtivo e rede econômica de filme & vídeo no Rio de Janeiro.....	152
Figura 20: Sistema produtivo e rede econômica de gastronomia no Rio de Janeiro.....	155
Figura 21: Sistema produtivo e rede econômica da música no Rio de Janeiro.....	158
Figura 22: Sistema produtivo e rede econômica do teatro no Rio de Janeiro.....	162
Figura 23: APLs selecionados no Edital de fomento a APLs Criativos - MDIC/MinC.....	228
Figura 24: Sistema de atuação política do Estado-Rede.....	237
Figura 25: A AMDEC-RJ e suas articulações institucionais.....	250
Figura 26: Planilha de priorização setorial na cidade do Rio de Janeiro.....	275
Figura 27: Ranqueamento da priorização setorial de acordo com o número-índice.....	276
Figura 28: Ranqueamento setorial por densidade absoluta.....	277
Figura 29: Ranqueamento setorial final – Rio de Janeiro.....	278

### Gráficos e Grafo

Gráfico 1: Participação do PIB Criativo no PIB total brasileiro – 2004 a 2015.....	126
Gráfico 2: Participação dos Empregados Criativos no Total de Empregados do Estado 2004 e 2013.....	127

Gráfico 3: Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos, por Estado 2004 e 2013.....	127
Gráfico 4: Natureza jurídica dos empreendimentos investigados.....	169
Gráfico 5: Porte dos empreendimentos investigados.....	170
Gráfico 6: Tecnologias e equipamentos adotados e incorporados nas práticas organizacionais dos empreendimentos criativos investigados.....	171
Gráfico 7: Fontes de financiamento externo acessadas pelos empreendimentos investigados de acordo com o setor criativo analisado.....	174
Gráfico 8: Obstáculos identificados pelos empreendedores criativos dos setores analisados no que se refere ao acesso a recursos provenientes de financiamentos externos.....	177
Gráfico 9: Grau de escolaridade dos empreendedores criativos investigados.....	180
Gráfico 10: Estratégias de acesso ao conhecimento e às informações sobre o mercado utilizadas pelos empreendedores criativos dos setores analisados no Rio de Janeiro.....	184
Gráfico 11: Motivação para a articulação e a cooperação entre os empreendimentos por setor investigado.....	187
Gráfico 12: Relação das entidades representativas dos setores criativos analisados com as quais os empreendimentos criativos investigados estão associados.....	194
Gráfico 13: Percepção dos empreendedores criativos quanto à vocação cultural presente na sua produção.....	204
Gráfico 14: Percepção dos empreendedores criativos quanto a importância do valor cultural dos seus produtos.....	206
Gráfico 15: Percepção dos empreendedores criativos quanto a importância do valor comercial dos seus produtos.....	207
Grafo 1: Relações intersetoriais.....	138

## **Tabelas**

Tabela 1: Comparativo do número de empregados e da remuneração média nos setores criativos no Brasil – 2004, 2013 e 2015.....	128
Tabela 2: Comparativo do número de empregados e da remuneração média nos setores criativos no Rio de Janeiro – 2013 e 2015.....	129
Tabela 3: Remuneração média nos setores criativos no Rio de Janeiro –2015.....	129

## **Quadros**

Quadro 1: Contribuições das Agências do Sistema ONU para o campo das relações entre cultura e economia.....	28
Quadro 2: Formas de acumulação, divisão de trabalho e lógicas imbricadas e associadas num mesmo território.....	50
Quadro 3: Receitas e empregos gerados por setores criativos no mundo – 2013.....	54
Quadro 4: Métodos e tipos de pesquisa utilizados.....	106
Quadro 5: As relações entre os autores utilizados, as questões centrais suscitadas e suas implicações na elaboração dos instrumentos de coleta de dados.....	108
Quadro 6: Simulação de tamanhos de amostra por estrato.....	116
Quadro 7: Blocos temáticos do questionário X método de processamento para análise.....	123
Quadro 8: Intensidade de conexão entre os setores criativos investigados e os demais setores.....	139
Quadro 9: categorias de profissionais entrevistados na pesquisa por setor.....	142
Quadro 10: Grau de formalização dos empreendimentos investigados.....	168
Quadro 11: Relação das instituições de ensino superior com ofertas de cursos na área da gestão cultural, gestão do entretenimento, produção cultural, economia da cultura, economia criativa e indústrias criativas.....	186
Quadro 12: Origem dos imigrantes interestaduais que tiveram como destino a aglomeração metropolitana do Rio de Janeiro, 1995 a 2000.....	199

Quadro 13: Problemas identificados e os consequentes desafios da economia criativa no Brasil.....	222
Quadro 14: Órgãos e instituições (municipais e estaduais) relacionados com as políticas públicas de economia criativa na cidade do Rio de Janeiro, considerando-se os campos da cultura, do desenvolvimento econômico, do trabalho, da ciência, tecnologia e inovação, da educação e do turismo.....	240
Quadro 15: Órgãos e instituições federais relacionados com as políticas públicas de economia criativa com impacto na cidade do Rio de Janeiro.....	245
Quadro 16: Diagnósticos e desafios para o fortalecimento dos SPREC no Rio de Janeiro.....	246
Quadro 17: Simulação de possíveis tamanhos de amostra por estrato.....	280
Quadro 18: Simulação de possíveis tamanhos de amostra por setor investigado.....	280
Quadro 19: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de design de moda.....	309
Quadro 20: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de festas & celebrações.....	309
Quadro 21: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de filme & vídeo (audiovisual).....	310
Quadro 22: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de gastronomia.....	311
Quadro 23: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de música.....	312
Quadro 24: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de teatro.....	313

## Lista de abreviaturas e siglas

ABCG: Associação Brasileira de Gestão Cultural  
ABD: Associação Brasileira de Documentário e Curta-metragem  
ABDI: Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial  
ABEART: Associação Brasileira de Empresários Artísticos  
ABECA: Associação Brasileira de Estilistas de Calçados e Afins  
ABEOC: Associação Brasileira de Empresas de Eventos  
ABEST: Associação Brasileira de Estilistas  
ABEDESIGN: Associação Brasileira de Empresas de Design  
ABEPEM: Associação Brasileira de Estudos e Pesquisa em Moda  
ABIH: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis  
ABIT: Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confeção  
ABM: Academia Brasileira de Música  
ABMI: Associação Brasileira de Música Independente  
ABO: Associação Brasileira de Orgânicos  
ABPC: Associação Brasileira Produção Cultural  
ABPITV: Associação Brasileira Produção Independente de TV  
ABRA: Associação Brasileira de Comida de Rua  
ABRAFIC: Aliança Brasileira *Film Commissions*  
ABRAFIN: Associação Brasileira de Festivais Independentes  
ABRAMUS: Associação Brasileira Música e Arte  
ABRAPE: Associação Brasileira de Promotores de Evento  
ABRASEL: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes  
ABTB: Associação Brasileira de Teatro de Bonecos  
ABVTEX: Associação Brasileira do Varejo Têxtil  
ACASO: Associação de Comida Artesanal Sobre Rodas do RJ  
AgeRio: Agência Estadual de Fomento  
AGSP: Associação Gastronômica Sabores do Porto  
AIC: Atividades Intensivas em Cultura  
AMDEC-RJ: Agência Metropolitana do Desenvolvimento da Economia Criativa do Rio de Janeiro  
ANCINE: Agência Nacional de Cinema  
APEX: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos  
APL: Arranjo Produtivo Locais  
APRO - Assoc. Bras. Prod. Obras Audiovisuais  
APTR - Assoc. Prod. Teatro do RJ  
ASPIL: Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais  
BASA: Banco da Amazônia  
BB: Banco do Brasil  
BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento  
BNB: Banco do Nordeste  
BM&A: Brasil Música e Artes  
Capes: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior  
CEF: Caixa Econômica Federal  
CIIC: Centro Internacional das Indústrias Criativas  
CNAE: Classificação Nacional de Atividades Econômicas  
CNPq: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico  
CRAB: Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro



CUFA: Central Única das Favelas  
DJ: *Disc Jockey*  
DRT: Delegacia Regional do Trabalho  
ECAD: Escritório Central de Arrecadação e Distribuição  
ECOSOL: Economia Solidária (município e estado)  
EMBRATUR: Instituto Brasileiro de Turismo  
ESPM: Escola Sup. de Propag. e Marketing  
EUA: Estados Unidos da América  
FACHA: Faculdades Integradas Hélio Alonso  
FAPERJ: Fund. de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro  
FBN: Fundação Biblioteca Nacional  
FCP: Fundação Cultural Palmares  
FAETEC: Fundação de Apoio à Escola Técnica  
FETAERJ - Fed. Teatro Assoc. do Est. RJ  
FGV: Fundação Getúlio Vargas  
FIRJAN: Federação das Indústrias do Rio de Janeiro  
FUNARTE: Fundação Nacional das Artes  
GATT: Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio  
GF: Grupos Focais  
IAB: Instituto Alvorada Brasil  
IATEC: Instituto de Artes e Técnicas em Comunicação  
IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IBRAM: Instituto Brasileiro de Museus  
IES: Instituição de Ensino Superior  
IETS: Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade  
IFRJ: Instituto Federal de Educ., Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro  
IPEA: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada  
IPHAN: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.  
MCom: Ministério das Comunicações  
MCTI: Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação  
MDIC: Ministério da Indústria e do Comércio Exterior  
MDS: Ministério do Desenvolvimento Social  
ME: Ministério do Esporte  
MEC: Ministério da Educação e Cultura (Antes da criação do MinC)  
MEC: Ministério da Educação (atual)  
MEI: Microempreendedor Individual  
MI: Ministério da Integração  
MinC: Ministério da Cultura  
MIT: *Massachusetts Institute of Technology*  
MPE: Microempresas e empresas de pequeno porte  
MTE: Ministério do Trabalho e Emprego  
MTur: Ministério do Turismo  
OBEC: Observatório de Economia Criativa  
OIT: Organização Internacional do Trabalho  
OMC: Organização Mundial do Comércio  
OMPI: Organização Mundial da Propriedade Intelectual  
ONU: Organização das Nações Unidas  
PADEC: Programa de Apoio ao Desenvolvimento Cultural dos Municípios do Estado do Rio de Janeiro  
PBC: Plano Brasil Criativo

P&D: Pesquisa e Desenvolvimento  
PD: Planos de Desenvolvimento  
PIB: Produto Interno Bruto  
PLANTEQ: Plano Territorial de Qualificação  
PMDB: Partido do Movimento Democrático Brasileiro  
PNUD: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
PNC: Plano Nacional de Cultura  
PPA: Plano Plurianual  
PPP: Parceria Público-Privada  
PPS: Partido Popular Socialista  
RAIS: Relação Anual de Informações Sociais  
RedeSist: Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais  
RS: Rede Carioca de Rodas de Samba  
SATED/RJ: Sindicato dos Artistas e Técnicos de Espetáculo e Diversão RJ  
SBAT: Soc. Bras. Autores Teatrais – RJ  
SDP: Secretaria de Desenvolvimento da Produção (MDIC)  
SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa  
SEC: Secretaria da Economia Criativa (MinC)  
SEC: Secretaria da Economia da Cultura (MinC atual)  
SEC: Secretaria de Cultura do Estado  
SECCD: Secretaria de Estado da Casa Civil e Desenvolvimento  
SECTIDS: Secretaria de Estado de CT&I e Desenvolvimento Social  
SEEDUC: Secretaria de Estado de Educação  
SESC: Serviço Social do Comércio  
SESI: Serviço Social da Indústria  
SENAC: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial  
SENAI: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial  
SETRAB: Secretaria de Estado de Trabalho e Renda  
SETUR: Secretaria de Estado do Turismo  
SIAFI: Sistema Integrado de Administração Financeira  
SIAPE: Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos  
SIASG: Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais  
SICONV: Sistema de Convênios  
SIDOR: Sistema Integrado de Dados Orçamentários  
SIEST: Sistema de Informações das Empresas Estatais  
SIGPLAN: Sistema de Informações Gerenciais e de Planejamento  
SindVestuário: Sindicato dos Vestuários  
SMC: Secretaria Municipal de Cultura  
SMDEI: Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Emprego e Inovação  
SME: Secretaria Municipal de Educação  
SPC: Secretaria de Políticas Culturais (MinC)  
SPL: Sistemas Produtivos Locais  
SPIL: Sistemas Produtivos e Inovativos Locais  
SPREC: Sistemas Produtivos e Redes de Economia Criativa  
TIC: Tecnologias da Informação e Comunicação  
TI: Tecnologia da Informação  
TIC: Tecnologias da Informação e Comunicação  
TurisRio: Cia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro  
UCAM: Universidade Cândido Mendes  
UERJ: Universidade do Estado do Rio de Janeiro

UEZO: Fundação Centro Universitário Estadual da Zona Oeste  
UFF: Universidade Federal Fluminense  
UFRGS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
UFRJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro  
UNCTAD: Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento  
UNESA: Universidade Estácio de Sá  
UNESCO: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura  
UNOSSC: Organização das Nações Unidas para a Cooperação Sul-Sul  
VJ: *Video Jockey*  
VoD: *Video on Demand*

## Sumário

<b>Introdução</b> .....	<b>18</b>
<b>Capítulo 1. Economia criativa, desenvolvimento e estado-rede</b> .....	<b>22</b>
<b>1.1 Economia criativa: conceitos, setores e arranjos institucionais</b> .....	<b>24</b>
1.1.1 Economia da cultura e economia criativa: olhares e reflexões, escopos e delimitações.....	24
1.1.2 Setores culturais e criativos: classificações e redes de criação, produção e distribuição .....	35
<b>1.2 Economia, desenvolvimento e cidades</b> .....	<b>40</b>
1.2.1 Ética, desenvolvimento econômico e liberdade.....	41
1.2.2 Cultura como vetor de desenvolvimento .....	44
1.2.3 Globalização: impactos, tensões e a necessidade de novos modelos.....	47
1.2.4 Economia criativa em países em desenvolvimento.....	52
1.2.5 Desenvolvimento e cidades: olhares, projetos e possibilidades.....	58
<b>1.3 Territórios, redes e sistemas produtivos</b> .....	<b>63</b>
1.3.1 Sistema territorial e territorialização do espaço.....	63
1.3.2 Geografia econômica, aglomerações e desenvolvimento regional .....	65
1.3.3 O território e o campo criativo.....	68
1.3.4 Sistemas produtivos e redes na economia criativa: criação e processos produtivos e inovativos.....	71
1.3.4.1 Redes econômicas e de conhecimento .....	72
1.3.4.2 Redes, arranjos e sistemas de criação, produção e inovação .....	76
1.3.4.3 Sistemas produtivos e Redes de economia criativa (SPREC) .....	79
<b>1.4 Políticas públicas e estado-rede</b> .....	<b>84</b>
1.4.1 Política e políticas públicas: conceitos e dinâmicas.....	85
1.4.2 Políticas públicas, novas territorialidades e processos participativos .....	89
1.4.3 Capacidades estatais, participação e arranjos institucionais nas políticas públicas .....	93
1.4.4 Políticas públicas em rede .....	96
1.4.5 Estado-Rede .....	98
<b>1.5 Considerações gerais</b> .....	<b>100</b>
<b>Capítulo 2. Metodologia de análise de redes e sistemas produtivos de economia criativa</b> .....	<b>104</b>
<b>Capítulo 3. Análise de sistemas produtivos e redes de economia criativa</b> .....	<b>125</b>
<b>3.1 Contexto da economia criativa no Rio de Janeiro</b> .....	<b>125</b>
<b>3.2 Sistemas produtivos e redes de economia criativa</b> .....	<b>131</b>
3.2.1 Distribuição geográfica e relações intersetoriais .....	131
3.2.2 Configurações dos sistemas produtivos e suas redes econômicas .....	141
3.2.2.1 Design de Moda .....	144
3.2.2.2 Festas & Celebrações .....	147
3.2.2.3 Filme & Vídeo .....	150
3.2.2.4 Gastronomia.....	154

3.2.2.5 Música.....	158
3.2.2.6 Teatro.....	161
3.2.2.7 Considerações gerais .....	164
3.2.3. Uma análise da estrutura e do desenvolvimento organizacional dos empreendimentos .....	167
3.2.4 Formação e geração de conhecimento.....	179
3.2.5 Colaboração e cooperação .....	186
3.2.6. Diversidade cultural e desenvolvimento local.....	197
3.2.6.1 Identidades, diversidade e vocação cultural .....	198
3.2.6.2 Relações e tensionamentos entre valores culturais e de mercado de bens e serviços criativos.....	205
3.2.6.3 Sentimento de pertença no território .....	207
<b>3.3 Considerações finais.....</b>	<b>210</b>
<b>Capítulo 4. Políticas públicas de economia criativa e estado-rede: a proposição de um modelo de fortalecimento de sistemas produtivos e redes de economia criativa .....</b>	<b>213</b>
4.1 Políticas públicas de economia criativa no mundo: a inauguração de um processo.....	213
4.2 Políticas públicas de economia criativa no Brasil: um breve histórico.....	218
4.3 Políticas públicas voltadas para redes e sistemas produtivos de economia criativa no Brasil.....	227
4.4 Reflexões sobre o Plano Brasil Criativo (PBC) e as bases para um estado- rede.....	230
4.5 O Estado-rede e a formulação de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes de economia criativa (SPREC).....	236
4.6 Considerações finais.....	252
<b>Conclusões .....</b>	<b>255</b>
<b>Referências .....</b>	<b>261</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>272</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>308</b>

## Introdução

Desde a última década do século XX, a temática da economia criativa tem ganho e vem ocupando espaços cada vez mais amplos, tanto no campo das políticas públicas quanto nas discussões acadêmicas. Em 2019, são 25 anos do início de um processo de inauguração de políticas públicas para o campo. Primeiro na Austrália e depois no Reino Unido, a economia criativa foi assumida como estratégia de desenvolvimento por países dos cinco continentes, seja como projeto ou alternativa de desenvolvimento para países em contexto de pós-industrialização ou como estratégia de desenvolvimento e de mitigação das desigualdades sociais em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento. Baseada essencialmente na criatividade e nas riquezas culturais, a economia criativa se constitui no valor agregado do seu produto e na inovação presente nos novos modos e formas de se relacionar e de interagir, no uso e na incorporação de tecnologias digitais e sociais associadas às vivências econômicas e existenciais dos empreendedores e dos profissionais criativos nos territórios.

Ainda que no Brasil a formulação e a implementação de políticas públicas relativas ao campo seja recente e incipiente, a temática vem se fortalecendo e sendo debatida em todo o país, consolidando-se através de programas e projetos inovadores que tem demonstrado sua potência transformadora por meio da integração e da articulação de conhecimentos e conteúdos artísticos, culturais e tecnológicos. Sempre à frente do estado, a sociedade civil tem trilhado e apontado para caminhos que tem conquistado adeptos que reconhecem oportunidades de desenvolvimento e de crescimento neste campo. Empreendedorismo criativo, incubadoras, aceleradoras, espaços de *coworking*, *hubs* criativos, plataformas de financiamento coletivo, plataformas de *streaming*, *e-commerce*, modelos de negócios colaborativos, moedas sociais, *bitcoins*, entre outras expressões, tem habitado o glossário, os debates e as práticas de empreendedores que tem buscado soluções para as suas dinâmicas econômicas diárias.

Num campo dominado por micro e pequenos empreendimentos, a economia criativa brasileira demanda um olhar sistêmico na leitura de suas configurações, identificando fragilidades e oportunidades de crescimento. Neste sentido, a lógica das redes tem se estabelecido, merecendo uma atenção especial no que se refere às suas potencialidades de fortalecimento dos setores culturais e criativos.

Ainda que a riqueza da diversidade cultural brasileira seja evidente, muito pouco tem sido feito no sentido de torná-la um vetor efetivo de desenvolvimento, gerador de inovação, sustentabilidade e inclusão. Para isso, é preciso um olhar crítico sobre o modelo de desenvolvimento adotado no país, considerando-se suas bases éticas e aspectos relacionados às tensões e convergências entre mercados globais e locais. O território precisa ser analisado como um lócus efetivo de mudança, sendo percebido em suas dimensões políticas, econômicas, culturais e sociais.

Esta tese, portanto, se propõe a uma reflexão baseada na seguinte pergunta de partida: Qual modelo de política pública é necessário para o fortalecimento da economia criativa brasileira com vistas ao desenvolvimento do país?

A revisão de literatura realizada para a elaboração deste estudo, além de apontar para o desenvolvimento de uma reflexão voltada para as relações entre cultura e desenvolvimento, privilegiando um olhar sobre cidades, territórios, redes, sistemas produtivos e políticas públicas de economia criativa, chamou a atenção também para a necessidade de uma reflexão acerca da natureza sistêmica do estado.

Deste modo, faz-se necessário o desenvolvimento de estudos que permitam um reconhecimento destas dinâmicas econômicas no campo, sob uma visão sistêmica que apreenda as dinâmicas dessas redes e de seus múltiplos atores.

A formulação de políticas públicas para a economia criativa no Brasil requer, portanto, uma abordagem institucional que considere as características e a diversidade dos setores criativos, dos seus territórios e dos arranjos institucionais envolvidos. Nesta perspectiva, para a consecução desta reflexão, esta tese tem como objetivo geral: analisar e refletir sobre as dinâmicas, potencialidades e gargalos dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa da cidade do Rio de Janeiro, a partir dos setores do design de moda, festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia, música e teatro, visando a proposição de políticas públicas voltadas para o enfrentamento de seus desafios como estratégia de fortalecimento do desenvolvimento local.

Para cumprir com este objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar as configurações dos sistemas produtivos e das redes econômicas dos seis setores criativos investigados na cidade do Rio de Janeiro, considerando-se aspectos relacionados: a sua distribuição geográfica; a suas relações intra e intersetoriais; às suas dinâmicas econômicas, de colaboração e cooperação e de geração de conhecimento; a aspectos da estrutura e do desenvolvimento organizacional dos

empreendimentos; às identidades culturais constituídas a partir das vocações culturais e do sentimento de pertença nos territórios.

- Avaliar potencialidades e gargalos relacionados à estrutura, à capacidade de articulação e ao desenvolvimento dos sistemas produtivos e das redes econômicas identificadas no Rio de Janeiro.
- Elaborar, como proposta, um modelo de desenvolvimento que tenha como foco a formulação de políticas públicas para o fortalecimento e o desenvolvimento de setores criativos brasileiros nos territórios, levando em consideração as potenciais articulações institucionais, públicas e privadas, integradas em rede.

A pesquisa de campo desta tese se baseia em dados e informações coletados e analisados dentro da pesquisa “Mercado Brasil Criativo - Diagnóstico de Sistemas Produtivos e Redes de Economia Criativa no Brasil”, realizada pelo SEBRAE Nacional, em convênio com o Instituto Alvorada Brasil, no período de março de 2015 a abril de 2017 nas cidades de Brasília (piloto), Salvador e Rio de Janeiro, consecutivamente. Nesta pesquisa, compus à equipe de coordenação do núcleo de metodologia e avaliação, participando: da elaboração da metodologia, da condução de grupos focais, da elaboração de instrumentos de coleta de dados, da sistematização de dados e informações e da análise dos resultados quali-quantitativos gerados pelo campo, correspondentes aos setores priorizados e investigados nestas cidades.

Nesta tese, optei por utilizar os resultados da pesquisa realizada na cidade do Rio de Janeiro, onde foram priorizados e investigados seis setores criativos: design de moda, festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia, música e teatro.

O desenvolvimento deste trabalho se deu basicamente em quatro capítulos. No Capítulo 1 é construída a base teórica por meio de uma reflexão estruturada em cinco tópicos: no primeiro, é feita uma introdução sobre a temática da economia criativa através de uma descrição acerca de olhares, escopos e delimitações, além da apresentação de estruturas de classificação setorial adotadas por organismos internacionais e no Brasil; o segundo tópico trás uma reflexão sobre economia, desenvolvimento e cidades, chamando atenção para aspectos éticos, para as relações entre cultura e desenvolvimento, suscitando um debate sobre globalização e seus impactos em países periféricos, e retoma então a análise da economia criativa em países em desenvolvimento, finalizando a discussão com uma reflexão sobre desenvolvimento e cidades; o terceiro tópico trás uma abordagem sobre sistemas territoriais, com foco em sistemas produtivos e redes de economia criativa, analisando aspectos relativos às redes econômicas e de conhecimento e sobre suas



dinâmicas no território; no quarto, é feita uma análise sobre políticas públicas, territorialidades, processos participativos, capacidades estatais, arranjos institucionais e políticas em rede, com um fechamento voltado para a reflexão do conceito de estado-rede. O Capítulo 2 apresenta em detalhes a metodologia elaborada e implementada para a análise dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa na cidade do Rio de Janeiro.

No Capítulo 3 é feita a apresentação e a análise dos resultados da pesquisa de campo dos setores criativos investigados no Rio de Janeiro (design de moda, festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia, música e teatro), por meio da identificação de suas configurações, dinâmicas econômico-setoriais, articulações institucionais, estruturas e aspectos relacionados ao desenvolvimento organizacional das unidades produtivas, processos de colaboração e mobilização, além de características relacionadas com a diversidade cultural presente e mobilizadora nos territórios.

O Capítulo 4 faz uma descrição e uma análise sobre políticas públicas de cultura e de economia criativa em quatro tópicos: o primeiro descreve uma síntese sobre casos internacionais que inauguraram processos de formulação e implementação de políticas públicas de economia criativa, com destaque para a Austrália, o Reino Unido, África e América Latina; o segundo tópico faz uma breve descrição do histórico das políticas públicas de cultura, com destaque para as de economia criativa, no Brasil dos anos de 1930 até os dias atuais; no terceiro, segue uma reflexão sobre o processo de formulação e elaboração do Plano Brasil Criativo produzido no Ministério da Cultura entre 2011 e 2012, identificando etapas, arranjos institucionais, potencialidades e fragilidades, como base para uma reflexão sobre a constituição de um estado-rede; e, por último, é feita uma conexão entre o diagnóstico do Capítulo 3 e a proposição de um modelo de formulação de políticas públicas de economia criativa via estado-rede.

A tese é então finalizada nas conclusões finais sobre o trabalho considerando-se o percurso trilhado, identificando as contribuições da tese para o pensamento e para a formulação de políticas públicas de economia criativa no Brasil, não se esquecendo de chamar atenção para os limites do estudo e de apontar aspectos e temáticas a serem investigadas dentro de um processo mais amplo e coletivo de produção do conhecimento neste campo.

## Capítulo 1. Economia criativa, desenvolvimento e estado-rede

“... o que conhecemos não é o mundo em si, é o mundo com nosso conhecimento” (MORIN In: SCHNITMAN, 1996, p.280).

Considerando-se que a temática da economia criativa merece um olhar no mínimo interdisciplinar, não há como se avançar na sua discussão conceitual, numa perspectiva de formulação e implantação de políticas públicas, sem uma base epistemológica que contemple uma diversidade de conhecimentos que, para além do rigor do método científico moderno, se expanda na construção de uma “ecologia de saberes” tal qual preconiza e defende o sociólogo português Boaventura de Sousa Santos<sup>1</sup> (2010).

Como um conceito ainda em construção, a economia criativa tem sido objeto de reflexões acadêmicas que demonstram a impossibilidade de se adotar um significado unívoco e global posto que diversidades históricas, políticas e culturais, presentes nos diversos países, correspondem a variáveis fundamentais e necessárias para a definição de conceitos que se adequem a realidades múltiplas e díspares.

Desta forma, o caminho do diálogo interdisciplinar, não linear e complexo, emerge como um modo de se avançar numa epistemologia que rompa com olhares e investigações reduzidas e pautadas por velhos modelos importados que desconsiderem aspectos locais de diferentes regiões.

Os conceitos constituidores da temática no mundo têm sido pautados por reflexões, experiências e práticas de países desenvolvidos do hemisfério norte. Sendo assim estabelecidos a partir de um modelo de desenvolvimento baseado em aspectos e dinâmicas capitalistas pautadas pela supervalorização da propriedade intelectual e por estruturas de mercado caracterizadas basicamente por dinâmicas competitivas. A construção de um olhar a partir dos “países do Sul” (SANTOS, 2010) prima por considerar aspectos e conhecimentos locais muitas vezes subjugados por lógicas e epistemologias colonialistas, busca levantar questões que apontem para práticas colaborativas e solidárias.

---

<sup>1</sup>Boaventura de Sousa Santos é Professor Catedrático Jubilado da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, *Distinguished Legal Scholar* da Faculdade de Direito da Universidade de Wisconsin-Madison, *Global Legal Scholar* da Universidade de Warwick, Diretor do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra e Coordenador Científico do Observatório Permanente da Justiça Portuguesa.

O pensamento complexo e a religação de saberes defendidos por Edgar Morin<sup>2</sup> (1977, 2004) convergem com a ecologia de saberes das “epistemologias do Sul” de Boaventura de Sousa Santos (2010), constituindo a base epistemológica adotada no desenvolvimento desta tese. Encarar e compreender o mundo a partir de uma epistemologia da complexidade é perceber a realidade em seu potencial desafiador, à frente e além do pensamento científico clássico, redutor e linear.

Isto posto, o Capítulo 1 deste trabalho foi subdividido em quatro tópicos, tecidos por áreas de conhecimento inter-relacionadas e fundamentais para a construção da base teórica necessária para a elaboração desta tese. No primeiro tópico, como base e pano de fundo desta pesquisa, o conceito de economia criativa é apresentado entre consensos e dissensos relacionados com o conceito de economia da cultura. Seus significados e seu escopo são delineados dentro de um processo histórico de formulação e implementação de políticas públicas associadas a debates sobre suas potencialidades para o fortalecimento e o desenvolvimento de países desenvolvidos e em desenvolvimento.

A discussão apresentada no primeiro tópico, contudo, é fortemente centrada na realidade de países desenvolvidos, fazendo-se necessário revisitar este debate sob a perspectiva de países em desenvolvimento, o que é feito no segundo tópico, num aprofundamento sobre modelos promotores de liberdades e autonomias, na perspectiva de um desenvolvimento endógeno. O foco então se dá na análise de modelos de desenvolvimento voltados para o fortalecimento de países periféricos ou em desenvolvimento. Amartya Sen, Celso Furtado e Milton Santos aparecem como marcos teóricos fundamentais neste sentido, num diálogo entre local e global, tendo a cultura como vetor de desenvolvimento. Considerando-se as cidades como recortes territoriais fundamentais para políticas de desenvolvimento, este tópico as prioriza ao final, enfatizando aspectos relacionados às potencialidades locais, ao fortalecimento de redes e às estratégias de governança.

Dado o reconhecimento do papel destacado do local nesta dinâmica de desenvolvimento, se faz necessário aprofundar o entendimento da organização das atividades criativas em uma perspectiva territorial. Portanto, no próximo tópico, o território é discutido enquanto espaço de tessituras, de redes e conexões entre atores

---

<sup>2</sup> Sociólogo, diretor emérito do *Centre National e de Recherche Scientifique*, Presidente da Associação para o Pensamento Complexo, Presidente da Agência Europeia para a Cultura, membro fundador da Academia da Latinidade, codiretor do Centro de Estudos Transdisciplinares da *École des Hautes Etudes en Sciences Sociales*.

individuais e coletivos, empresariais, organizacionais e institucionais, influenciados por e constituidores de dimensões políticas, econômicas, sociais e culturais. Como campo de interações e conexões, o território é pensado em suas potencialidades de desenvolvimento a partir de estratégias de aglomeração e de fortalecimento de redes econômicas e de conhecimento, dentro de sistemas produtivos de economia criativa, com potencial de inovação, geração de trabalho de renda, valorização de identidades culturais, fortalecimento de sociabilidades e desenvolvimento de produtos com alto valor agregado.

Por último, dado o objetivo de descortinar perspectivas de políticas públicas de economia criativa enquanto vetor de desenvolvimento e como desdobramento direto da perspectiva sistêmica e articulada ao território da economia criativa, o quarto tópico deste capítulo discorre sobre políticas públicas considerando aspectos relacionados às novas territorialidades e aos novos processos participativos, identificando a importância das capacidades estatais, mas também a relevância da articulação e da mobilização de arranjos institucionais, necessários para fazer frente às complexidades e às demandas dos territórios. Toda essa análise vem enfatizar a necessidade da construção de políticas em rede, culminando na defesa do estado-rede como ente público condutor e integrador de políticas.

## **1.1 Economia criativa: conceitos, setores e arranjos institucionais**

### **1.1.1 Economia da cultura e economia criativa: olhares e reflexões, escopos e delimitações**

O debate sobre economia da cultura e, mais recentemente sobre economia criativa, tem se dado num campo de disputa que se constituiu e se constitui sob diferentes olhares. Na primeira metade do século XX, a dedicação dos economistas ao tema foi bastante tímida, restringindo-se aos limites da chamada “alta cultura” (pintura, escultura, literatura, espetáculos ao vivo – música, dança, teatro e ópera) com foco em questões relacionadas ao mecenato público ou privado, além da análise e do tratamento voltados para questões relacionadas à formação de preços (MIGUEZ, 2007).

Com as tecnologias de gravação e reprodução, a produção em escala chega a alguns setores do campo cultural gerando uma verdadeira reconfiguração das relações com o mercado. E estas novas dinâmicas e modelos de funcionamento se, por um lado, ampliam a produção e o acesso a bens e serviços culturais, por outro são duramente

criticados por Adorno e Horkheimer, teóricos da Escola de Frankfurt<sup>3</sup>, por incorporarem neste modo de produção uma lógica capitalista, massificante, manipuladora de símbolos e redutora das liberdades e autonomias necessárias ao fazer artístico (MIGUEZ, 2007). O conceito de indústria cultural, na perspectiva destes dois sociólogos, se constituiu e se desenvolveu a partir de uma visão de cultura que desconsiderava que, nos períodos anteriores, a produção artística estivesse também condicionada ou subjugada a sistemas de dominação, quando é sabido que sempre houve algum tipo de influência e restrição à liberdade artística, seja de natureza política, religiosa ou mesmo por parte dos mecenas ou patronos (MATOS, 2011). No entanto, é de se reconhecer que as tecnologias de reprodutibilidade tiveram um impacto concreto e efetivo criando uma indústria que impactou de forma significativa na produção simbólica, pautando-a a partir do mercado, potencializando processos de difusão simbólicos e ideológicos como nunca antes na história.

A música, antes restrita aos espetáculos ao vivo, ganhou escala com o surgimento das tecnologias de gravação e reprodução; o rádio e o cinema assumiram um protagonismo sem precedentes como mediadores e reprodutores de conteúdos de áudio e vídeo com potencial de difusão para um grande público; o mercado editorial cresceu como nunca dantes e foi alavancado pela possibilidade de aumento na escala de reprodução de livros e periódicos (ADORNO, 2002).

A lógica da produtividade e do lucro foi então incorporada à produção de bens e serviços do campo e tornou-se central para o funcionamento da indústria cultural, impactando desde a etapa de criação até a de consumo, interferindo diretamente nas definições de gêneros e estilos musicais tocados nas rádios, na escolha de roteiros de filmes a serem produzidos e exibidos pela indústria cinematográfica e na definição de estilos e gêneros literários priorizados e selecionados pelas editoras para a publicação de livros. Os processos produtivos das indústrias tradicionais, seus modos de operar e suas relações com os mercados consumidores foram incorporados às dinâmicas reprodutivas e comerciais da indústria cultural, que além de produzir bens e serviços assumiu também o papel de mediadora de símbolos e valores associados à ideologia capitalista. A crítica de Adorno (2002) enfocou principalmente esta incorporação, refletida num imbricamento

---

<sup>3</sup>A Escola de Frankfurt, associada ao Instituto de Pesquisa Social da Universidade de Frankfurt, teve como grande contribuição a formulação e o desenvolvimento da teoria crítica, definida como a auto-consciência social crítica que permite e promove a mudança e a emancipação por meio do esclarecimento (MATOS, 2011).

entre o sistema de produção capitalista e o sistema cultural e ideológico que o embasa como modelo e única possibilidade de desenvolvimento. Os produtos culturais, frutos dessa indústria, não somente a reproduzem como sofrem, como consequência da sua dinâmica, impacto direto no seu potencial efetivo de criação e inovação, limitado pela restrição às liberdades criativas e pela redução de espaços para a experimentação.

A análise e o entendimento acerca da produção cultural impactada pela lógica de mercado é bastante complexa e, segundo Matos (2011), tem sido objeto de estudos econômicos que não dão conta de todos os seus aspectos e subjetividades relacionados às noções de valor cultural e valor econômico. Entre a oferta e a demanda, entre o produtor de cultura e o consumidor cultural, surgem processos de transfiguração e de construção destas noções: no primeiro caso, a noção de valor cultural passa por transfigurações que vão do reconhecimento do valor que o criador dá à sua obra ou expressão estético-cultural até o reconhecimento deste valor junto ao público; no segundo caso, a noção de valor econômico, também bastante imprecisa, corresponderá a uma aposta do produtor de cultura que pode ser ou não bem sucedida de acordo com o reconhecimento deste mesmo valor pelo seu público.

De acordo com Benhamou (2007), definir valor no campo cultural é uma missão ingrata e dependente de múltiplas variáveis, que interferem diretamente em quem produz e nos gostos e preferências de quem consome. A educação formal e informal, o acesso a repertórios e às vivências culturais, fruto das relações cotidianas, interferem diretamente na produção artístico-cultural e na capacidade de conhecer e de reconhecer-se na cultura. O valor econômico emerge como fruto de um jogo entre atores, que incorporam instituições formativas, mídias, críticos de arte e toda uma rede de profissionais associados à criação, à produção, à divulgação, à difusão e ao consumo. São as falhas de mercado, provenientes deste processo, que estimulam a intervenção do estado frente a uma demanda reprimida por motivos estruturais, muitas vezes associados às desigualdades sociais, à falta de acesso aos canais de difusão, à impossibilidade do consumo cultural frente a questões de natureza mais urgente relacionadas com a sobrevivência no dia a dia (BENHAMOU, 2007), além da própria dificuldade em produzir cultura.

O debate é amplo e não será aqui exaurido mas as discussões sobre as tensões e pressões produzidas pela lógica do mercado sobre a produção cultural continuam intensas e necessárias para uma maior compreensão acerca das suas dimensões ideológicas e das possibilidades de desenvolvimento da economia da cultura, impactada nas últimas

décadas por um processo de globalização sem precedentes, potencializado pelas tecnologias digitais e amplificador de efeitos positivos e negativos nas dinâmicas de criação, produção, distribuição e consumo cultural.

O advento das chamadas “novas tecnologias” ou, mais especificamente, das tecnologias digitais repercutiu, inclusive, no surgimento de novos setores, antes inexistentes, como fruto de uma ampla gama de possibilidades imaginativas geradas pelas novas mídias (THROSBY, 2008). A computação gráfica e a holografia, por exemplo, permitiram a criação e o desenvolvimento da arte digital, da animação e dos jogos digitais, só para citar alguns setores. Além disso, paralelamente a criação destes novos setores, o impacto tecnológico também se deu em antigos processos de produção, divulgação, distribuição e consumo de setores existente que, em alguns casos, foram totalmente reconfigurados. A indústria fonográfica é um caso emblemático deste processo de reconfiguração que, ainda em curso, provocou uma verdadeira ruptura no velho modelo concentrado em torno de grandes gravadoras. As tecnologias digitais promoveram e ampliaram o acesso de pequenos selos fonográficos, artistas e produtores musicais à produção, divulgação e distribuição, em larga escala, além de permitirem o desenvolvimento de novos nichos de mercado.

Percebe-se então, de modo ampliado, que a cultura e as tecnologias digitais interferiram e impactaram nas dinâmicas econômicas globais, ampliando não somente o acesso a mercados mas expandindo a complexidade dos processos comerciais e de trocas entre os países, em virtude da diversidade dos bens e serviços produzidos, da diversidade de concepções e políticas voltadas para o campo cultural, de questões associadas à regulação da propriedade intelectual, ao investimento estrangeiro e às regulações multilaterais.

Deste modo, o processo de globalização e a complexidade da economia da cultura suscitaram em instituições e organismos internacionais a necessidade por uma articulação e pela promoção de um debate voltado para o aprofundamento destas questões, frutos das relações multilaterais neste campo. A busca pela convergência acerca de conceitos e políticas, tendo como foco o desenvolvimento sustentável e a redução da desigualdade, sempre foi uma constante, embora sempre estivessem presentes a divergência de narrativas e as disputas pelo monopólio de territórios políticos.

Dentre estas organizações, destacam-se as seguintes agências do Sistema ONU: a

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO<sup>4</sup>), a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI / WIPO<sup>5</sup>), a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD<sup>6</sup>) e a Organização das Nações Unidas para a Cooperação Sul-Sul (UNOSSC<sup>7</sup>). Ainda que cada uma tenha missões e finalidades específicas, há zonas de intersecção e de interlocuções necessárias para o desenvolvimento da economia da cultura e da economia criativa que precisam ser articuladas e integradas (ISAR In: ANHEIER et al, 2008, p. 108).

Nesta perspectiva, o Quadro 1 apresenta de modo sintético as principais contribuições de cada uma destas agências na formulação e na efetivação de uma agenda positiva, voltada para o aprofundamento do debate acerca da temática da economia da cultura e da economia criativa como alternativas estratégicas para o fortalecimento de países em desenvolvimento, produzindo riquezas e reduzindo desigualdades sociais e econômicas.

Quadro 1: Contribuições das Agências do Sistema ONU para o campo das relações entre cultura e economia

Agência	Contribuições
UNESCO	A UNESCO, durante muito tempo, em função da sua própria missão, se destacou como a principal agência do Sistema ONU relacionada com questões e problemáticas do campo cultural, tendo assumido um papel fundamental na condução de uma série de debates importantes, com destaque para as temáticas: da diversidade cultural, das indústrias culturais, da economia da cultura, dos direitos autorais, do desenvolvimento sustentável e da redução das desigualdades. No âmbito da diversidade cultural, por exemplo, a “exceção cultural” <sup>8</sup> ganhou relevância política, evidenciando a necessidade de uma reflexão mais aprofundada sobre questões de salvaguarda e proteção, o que acabou por gerar, em 2001, a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (UNESCO, 2017), documento que respaldou o reconhecimento de um status especial para os produtos culturais, e, em 2005, a publicação da Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (UNESCO, 2017), ratificada pelo Brasil em 2006. O debate sobre os direitos do autor também ganhou evidência, sendo problematizado com mais profundidade quando da chegada da era digital. A discussão se deu principalmente em torno da necessidade de se buscar equilíbrio entre a manutenção dos direitos autorais e os direitos de acesso ao conhecimento e à informação por parte do público.
OMPI / WIPO	Reconhecendo a relevância da economia da cultura e da economia criativa como alternativas de desenvolvimento, a OMPI identificou o potencial e a capacidade de geração de riqueza das chamadas indústrias culturais e criativas, dedicando-se a proteção

<sup>4</sup>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

<sup>5</sup>World Intellectual Property Organization.

<sup>6</sup>United Nations Conference on Trade and Development.

<sup>7</sup>United Nations Office for South-South Cooperation.

<sup>8</sup>O conceito de “Exceção Cultural”, alegado pela França e ratificado pelo Canadá em meados dos anos 1990, frente ao Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT), da Organização Mundial do Comércio (OMC), estabeleceu que os produtos audiovisuais, ainda que tenham caráter comercial, recebam tratamento especial em função do seu valor simbólico e de gerarem propriedade intelectual. Este passo foi fundamental no sentido de garantir um tratamento diferenciado para bens e serviços culturais.



	da propriedade intelectual neste campo de atuação, por meio da promoção da cooperação entre os diversos países no sentido de facilitar e promover uma maior integração e um maior equilíbrio entre as legislações.
OIT	A OIT tem como missão principal a promoção de oportunidades de trabalho, decente e produtivo, para homens e mulheres, com garantias do seu direito à liberdade, à equidade, à segurança e à dignidade humana. Deste modo, a proteção social é considerada essencial para a garantia de um trabalho que permita o desenvolvimento humano em condições justas. No campo cultural, a OIT se dedicou prioritariamente às indústrias relacionadas com os setores de mídia e entretenimento. O desenvolvimento de materiais de treinamento é uma de suas prioridades e, no campo cultural, se deu especialmente com foco no empreendedorismo voltado para o desenvolvimento e a gestão de pequenos negócios culturais.
UNCTAD	A UNCTAD foi criada com a finalidade principal de levantar e debater questões associadas às dinâmicas do comércio global, potencializando oportunidades de investimentos em países em desenvolvimento e orientando os mesmos na busca por integrar-se à economia global de forma mais equitativa. O reconhecimento das indústrias culturais e, de modo mais ampliado, das indústrias criativas como campo estratégico para o investimento de seus esforços, se deu na gestão do então Secretário Geral Rubens Ricupero <sup>9</sup> que, a partir de estudos sobre as indústrias culturais, produzidos na década de 1990, passou a ter um olhar mais atento para as possibilidades e potencialidades do campo. Deste modo o debate sobre indústrias culturais e criativas foi ganhando espaço, gradativamente, na agenda de discussões desta Conferência. Em 2004, a XI UNCTAD, que ocorreu em São Paulo, deu um passo importante ao inserir entre os seus principais painéis o tema “indústrias criativas e desenvolvimento”. Em 2005, a UNCTAD realizou em Salvador um Fórum específico, proposto pelo Ministro Gilberto Gil na XI UNCTAD, para a discussão da temática com a finalidade de estabelecer nesta cidade o Centro Internacional das Indústrias Criativas (CIIC) <sup>10</sup> com o propósito de servir tanto como centro de referência, gerador de conhecimento, quanto como espaço de proposição de estratégias para o enfrentamento de desigualdades sociais e econômicas. Esta iniciativa foi duramente criticada pela UNESCO, que alegou que a criação do CIIC competia e “sombreada” outras iniciativas já em curso. Por fim, os conflitos de interesse e a disputa política interinstitucional impediu a efetivação do projeto. Em paralelo, na UNCTAD o tema avançou com a institucionalização dentro da sua estrutura do Programa de Economia Criativa, liderado pela economista brasileira Edna dos Santos.
UNOSSC / PNUD	Administrada como uma unidade do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a UNOSSC incluiu na sua agenda de cooperação Sul-Sul a temática da economia criativa a partir da participação de Yi Ping Zhou (diretor) no Fórum das Indústrias Criativas em Salvador no ano de 2005. Em dezembro do mesmo ano, em parceria com a UNCTAD (2017), promoveu o <i>UN Global South-South Creative Economy Symposium</i> (Simpósio Global de Economia Criativa Sul-Sul) em Shanghai com a finalidade de promover o diálogo entre países em desenvolvimento acerca das dinâmicas, das oportunidades e dos potenciais dessa “nova economia” para o desenvolvimento, o fortalecimento e a geração de riquezas. Esta iniciativa, por meio das parcerias entre múltiplas agências de desenvolvimento, originou, em 2008, a primeira publicação mundial do Relatório de Economia Criativa - 2008 (UNCTAD, 2009). A temática avançou na UNOSSC com a criação de um Programa de Economia Criativa próprio e com atividades distintas, gerenciado pelo brasileiro Francisco Simplicio. O foco principal deste Programa estava na cadeia de valor das indústrias criativas, para além de questões associadas à exportação de bens e serviços criativos baseados em conhecimento, talento e criatividade. O Programa de Economia Criativa para o Desenvolvimento, administrado pelo PNUD, em parceria com a UNCTAD (2013),

<sup>9</sup> Ex-ministro da Fazenda do Brasil, no governo Itamar Franco.

<sup>10</sup> “O CIIC deve se tornar uma referência para a organização, o fomento e a garantia de acesso público, de informação para a iniciativa privada, para a sociedade civil, para os governos e entidades não-governamentais. ‘Vai ser um marco para as Indústrias Criativas’, disse o ministro (Gilberto Gil). Uma das funções do Centro deve ser a discussão sobre políticas na área e a legislação, além do intercâmbio entre as demandas locais e globais. ‘O local e o global vão interagir e regulamentar a questão da Indústria Criativa’, afirmou. Também devem entrar para a pauta do Centro, discussões polêmicas como a questão das patentes e promoção de diálogos entre todos os agentes da Indústria” (BRASIL, 2017).

publicou também a segunda edição do Relatório de Economia Criativa - 2010 e em parceria com a UNESCO (2013) uma edição especial do Relatório de Economia Criativa - 2013.
---

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em Isar (In: ANHEIER et al, 2008), BRASIL (2017), UNCTAD (2013 e 2017) e UNESCO (2013).

Uma rápida análise do Quadro 1 evidencia alguns pontos importantes: a relevância e o progressivo reconhecimento da economia da cultura e da economia criativa como alternativa de desenvolvimento; o quão complexas são as questões e a necessidade de se avançar no campo da economia criativa em suas dimensões sociais, culturais, de sustentabilidade e de redução das desigualdades; o quão transversal é a temática e as dificuldades em se estabelecer uma agenda comum entre múltiplas agências, definindo papéis e complementaridades que permitam sinergias efetivas.

A busca pela formulação de políticas, que garantam o equilíbrio entre a proteção e a preservação da diversidade cultural e o fomento e desenvolvimento de uma economia criativa pujante, exige aprofundamento e monitoramento contínuos, além de uma compreensão mais precisa sobre a delimitação deste campo. É comum o uso dos conceitos de economia da cultura e economia criativa sem uma clareza quanto a sua distinção, posto que ambos tratam de questões econômicas associadas ao campo cultural, sendo comum a sobreposição dos mesmos. Se por um lado, a partir da última década do século XX, o conceito de economia criativa emerge e ganha força, gradativamente, a partir do entendimento da criatividade como motor de processos de desenvolvimento, baseados na síntese entre economia, cultura, tecnologia e ciência (UNCTAD, 2010); por outro, ela é compreendida de modo diretamente relacionado com seu escopo setorial, como uma ampliação do conceito de economia da cultura por englobar, além dos setores culturais tradicionais das artes (música, dança, circo, artes visuais, cinema etc), setores relacionados às tecnologias da informação e da comunicação com conteúdos culturais e criativos (jogos digitais, animação, desenvolvimento de softwares e aplicativos etc) e setores de base cultural relacionados à indústria tradicional (design de moda, design gráfico, design de mobiliários, arquitetura e publicidade). Nesta perspectiva, numa sociedade pós-industrial, a economia criativa surge como dinâmica e processo geradores de bens e serviços de alto valor agregado, onde a dimensão simbólico-cultural (estética) se destaca como fator de diferenciação e de valorização da diversidade cultural.

Em 2010, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD ampliou seu escopo de análise sobre a temática, das indústrias para as economias criativas. Com a segunda e a terceira edição do Relatório Economia Criativa

(UNCTAD, 2010, p.10), o conceito, ainda em construção, se ampliou trazendo as seguintes afirmações:

- A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico;
- Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo, que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- 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;
- É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.

A cultura passou então a ser assumida como alternativa e uma nova ferramenta do século XXI para consagrar a competitividade internacional e para gerar soluções de desenvolvimento. Por intermédio do incentivo à cultura e à criatividade, os governos apoiam e consolidam não apenas empreendedores que desejam uma inserção no mercado internacional, mas difusores da identidade nacional do país. A partir desta realidade, vê-se que governos podem empregar a criatividade da diversidade cultural para incrementar uma atuação internacional de forma alternativa, ou seja, podem formular uma política externa, que tenha como foco as identidades e a cultura nacional, mas, ao mesmo tempo, tornar esses elementos meios para o desenvolvimento, inclusive o desenvolvimento econômico.

Enquanto alguns teóricos a defendem como a solução para os desafios de um reposicionamento econômico, propulsor do desenvolvimento de países em contexto de pós-industrialização (BENDASSOLLI et al., 2009), outros a veem com desconfiança a medida que suscita temores associados às tensões relativas à produção e ao acesso à cultura e seus processos de comercialização, de bens e serviços, submetidos a uma lógica puramente mercantil.

A temática tem se mostrado promissora para a investigação científica, Bendassolli et al. (2009) realizaram uma revisão teórica que apresentou um amplo levantamento de conceitos, especificidades e características defendidos por estudiosos e pesquisadores do campo. A análise comparativa entre conceitos como indústrias criativas e indústrias culturais, de conteúdo e de copyright, economia criativa e economia da cultura,

demonstrou o amplo espectro de significados e características que se distinguem ou se confundem. Essa porosidade fronteira entre conceitos foi reforçada por Serra e Fernandez (2014) ao demonstrarem o quanto os conceitos de economia da cultura, economia do conhecimento e economia criativa se misturam, embora reconheçam como o fomento a essas indústrias pode ser um fator estratégico gerador de inclusão produtiva e desenvolvimento para os países, devendo ser tratado com atenção.

Corazza (2013) complementa esse debate a partir de um artigo-resenha que aborda autores, de referência internacional, que desenvolvem reflexões com abordagens multidisciplinares e críticas sobre o fenômeno do desenvolvimento das indústrias criativas. Indústrias criativas, criatividade, inovação, cultura, desenvolvimento e classes criativas são temas discutidos numa análise que apresenta significados conceituais e implicações como resultado de políticas públicas para o desenvolvimento de territórios, criando novas dinâmicas laborais e novos processos de produção e comercialização de bens e serviços culturais e criativos.

Com as novas dinâmicas de mercado estabelecidas no contexto das indústrias criativas, Bendassolli et al. (2010) contribuem com reflexões críticas acerca das características exigidas pelas novas carreiras, delimitadas por fronteiras fluidas e dinâmicas. Ainda que o discurso sugira a existência de um novo profissional autônomo e flexível, a crítica levantada enfatiza as dificuldades reais deste trabalhador em ser ágil e adaptativo à velocidade das mudanças de um mundo onde o conhecimento e a informação são infinitos e tornam-se obsoletos quase que instantaneamente.

Diante destes pontos levantados, até que ponto a admissão da economia criativa, e de suas indústrias (ou setores), como estratégica para o desenvolvimento de políticas públicas de cultura é favorável ou não à produção cultural e simbólica, ao trabalhador dos setores culturais e ao cidadão-consumidor de bens e serviços culturais? Esse é um debate levantado por Miller (2011) que, quando na sua incursão sobre a temática, destaca e critica aspectos ideológicos que julga como perigosos ao desenvolvimento do campo cultural e criativo nesta perspectiva. Ele considera que a expressão indústrias criativas vem maquiagem uma política de direita, neo-liberal, permeada por um discurso individualista e não engajado em questões sociais e coletivas.

Em contraposição a essa posição, a análise de De Marchi (2014), sobre o Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura do Brasil, vem destacar um processo de formulação de política pública cultural, no campo da economia criativa, que busca se distanciar de aspectos típicos do fortalecimento de uma indústria proprietária,

focada no *copyright*, uma marca de mercados neo-liberais. A chamada “Economia Criativa Brasileira” vem reforçar princípios associados à valorização da diversidade cultural do país, à promoção da inovação, ao desenvolvimento com sustentabilidade e inclusão social e produtiva, compreendendo a importância das redes e dos coletivos como mediadores desses processos.

Potts et al. (2008) propõem uma nova definição de indústrias criativas que, ao contrário do conceito inglês vigente que se baseia na natureza criativa dos insumos e na propriedade intelectual gerada pelos seus produtos, se baseia num novo mercado onde demanda e oferta operam em redes sociais complexas.

Esta nova definição avança o debate, ampliando o conceito de indústrias criativas para o de economia criativa em sua dimensão dinâmica de rede, incorporando um olhar microeconômico que contempla agentes, preços, firmas, custos de transação, organizações, tecnologias, entre outros, mas que implica num campo criativo reconhecido como um sistema complexo com múltiplos atores que interagem tanto no âmbito micro quanto macroeconômico.

Um outro elemento importante, destacado pelos autores, é que esta economia compartilha muitas características próprias da economia de serviços, ainda que fortemente caracterizada pela sua dimensão simbólica que emerge das representações culturais da sociedade. Assim, é preciso compreendê-la através de uma visão interdisciplinar de processos sócio-econômicos e culturais complexos.

Cunningham, Banks e Potts (2008) contribuem com este debate a partir da delimitação de quatro modelos representativos das dinâmicas e das relações entre a economia da cultura e o restante da economia:

- O modelo do bem-estar (modelo 1) – Neste modelo, o produto artístico-cultural é reconhecido com um valor simbólico de grande relevância para a sociedade e, deste modo, compreendido como um bem público, devendo ser subsidiado a partir da transferência de recursos provenientes do restante da economia, como forma de compensar falhas de mercado impedoras do acesso da população à oferta. As políticas públicas elaboradas dentro dessa lógica são basicamente de intervenção estatal, voltadas para o fomento dos setores culturais por meio de subsídios.
- O modelo competitivo (modelo 2) – Neste modelo, as indústrias culturais são concebidas como qualquer outra indústria ou setor econômico, obedecendo a dinâmicas competitivas próprias de mercado. Nesta perspectiva, elas correspondem às indústrias relacionadas prioritariamente às mídias impressas (livros, jornais e

periódicos) e à radiodifusão, música, filme e vídeo. As indústrias culturais são concentradas, majoritariamente oligopolistas, baseadas nos direitos de propriedade, tem a cultura como uma *commodity*, funcionam num mercado capitalista com informações assimétricas, com uma demanda incerta e sob condições de elevada competitividade. As políticas públicas formuladas sob esse modelo são principalmente representadas por estratégias de regulação das dinâmicas de mercado.

- O modelo de crescimento (modelo 3) – Este modelo pressupõe uma relação positiva entre o crescimento das indústrias criativas<sup>11</sup> e o crescimento de uma economia com alto valor agregado, ou seja, enfatiza que há uma relação direta de impacto positivo do desenvolvimento dessas indústrias sobre o crescimento das indústrias tradicionais. Deste modo, setores como design, jogos digitais, aplicativos para celulares, conteúdos criativos para a internet, entre outros exemplos, funcionam como condutores do crescimento, com impacto direto no desenvolvimento e na criação de valor agregado junto aos setores do restante da economia. Portanto, as indústrias criativas funcionam como um elemento essencial para o sistema de inovação da economia.
- O modelo de inovação ou modelo da economia criativa (modelo 4) – Este modelo supera os modelos anteriores pois, de antemão, considera errônea a definição de modelos restritos a uma visão de desenvolvimento baseada numa perspectiva setorial. Deste modo, desconsidera o uso das expressões indústrias culturais ou indústrias criativas, optando pelo conceito de economia criativa, compreendida como um sistema complexo facilitador e promotor de desenvolvimento, como um processo de mudança econômica e cultural que se utiliza da criatividade como recurso, que considera em sua constituição aspectos identitários e que promove a geração de conhecimentos focados na experimentação, na diferença e na inovação.

Este trabalho não se propõe a dar uma resposta definitiva para a questão dos limites

---

<sup>11</sup> A opção dos autores Cunningham, Banks e Potts (2008) em usar a expressão indústrias criativas no lugar de indústrias culturais na descrição do modelo de crescimento, se dá em função de os mesmos autores defenderem que a expressão indústrias criativas supera a delimitação de um escopo setorial, incorporando uma dinâmica de crescimento baseada na criação de valor que é totalmente consistente com a promoção de uma economia global.

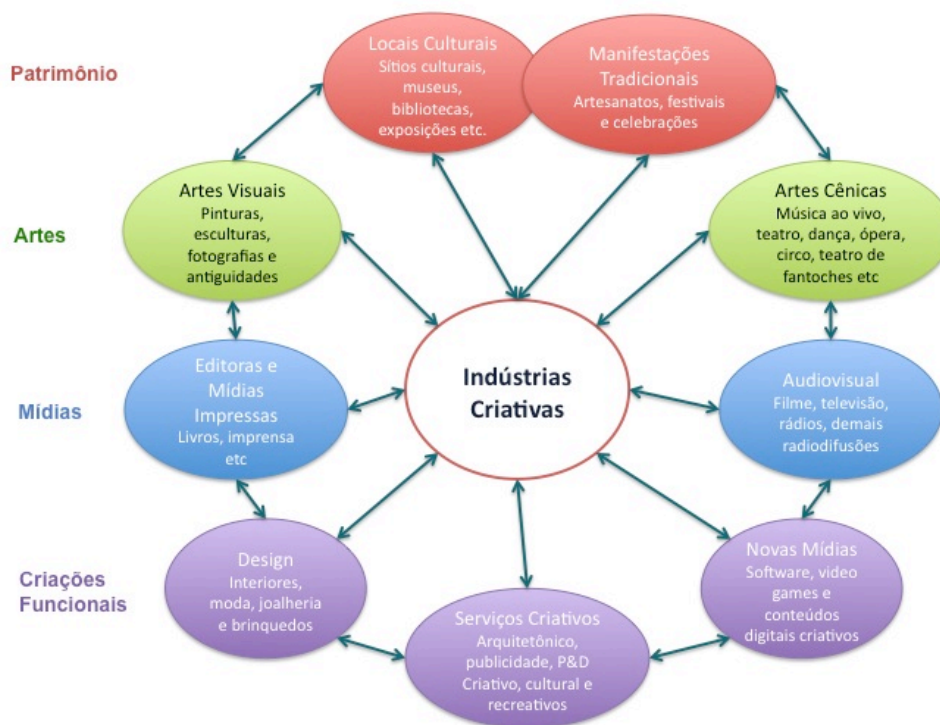
conceituais ou sobre modelos de implementação de políticas para o campo, mas adota como lente de análise um arranjo múltiplo dos modelos 1, 3 e 4, com uma ênfase maior no último. Isto posto, ainda que haja um recorte setorial a ser considerado como definidor de uma reflexão sobre diferentes políticas públicas para diferentes setores e suas especificidades, é priorizado o modelo da economia criativa ou modelo de inovação, tendo como princípios a diversidade cultural, a sustentabilidade e a redução das desigualdades. Este é um conceito que nasceu e vem se desenvolvendo, portanto, do pragmatismo da ação política implementada em vários países do mundo (desde a década de 1990) conforme poderá ser verificado, mais amiúde, no Capítulo 4 desta tese.

### **1.1.2 Setores culturais e criativos: classificações e redes de criação, produção e distribuição**

O campo criativo é bastante amplo e contempla um escopo de setores bastante diversos. Diante da importância de identificá-los, a UNCTAD e a UNESCO propuseram sistemas de classificação (*frameworks*) que apresentam e organizam estes setores por meio de categorias mais amplas com a finalidade de criar uma base comum para o desenvolvimento de análises comparativas entre os diversos países.

Segundo a proposta de classificação sugerida pela UNCTAD (2010), as indústrias criativas podem ser classificadas em 4 categorias – patrimônio, artes, mídias e criações funcionais, conforme pode ser observado na Figura 1 a seguir:

Figura 1: Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas



Fonte: UNCTAD (2010)

Estas categorias não são estanques, posto que existem convergências e zonas de interseção entre os diversos setores. O setor da música, por exemplo, se destaca tanto como uma arte cênica, através das apresentações e performances ao vivo, quanto como conteúdo digital presente na produção e difusão de produtos via internet ou nas produções audiovisuais (TV, rádio, cinema, vídeo e jogos digitais).

Em paralelo, a UNESCO, em seu esforço de classificação dos setores culturais e criativos para a produção de estatísticas culturais, sugeriu uma classificação mais ampla que englobou, além dos domínios culturais coincidentes com as categorias estabelecidas pela UNCTAD, domínios que se relacionam de modo direto ou indireto com os setores criativos (Turismo, Esportes e Lazer).



Figura 2: Classificação da UNESCO para Estatísticas Culturais

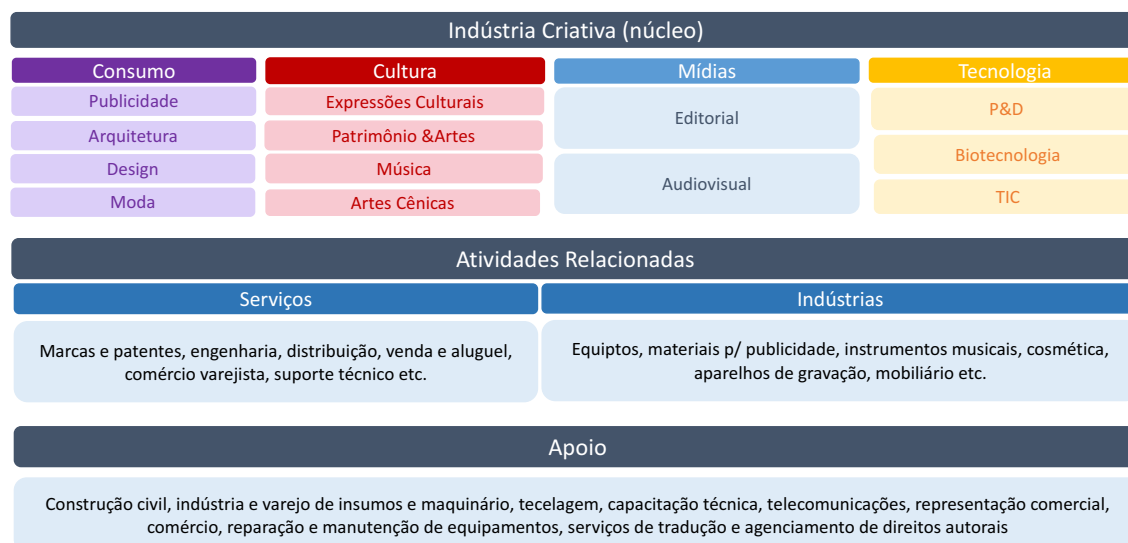


Fonte: UNESCO (2009, p.24)

Conforme pode ser observado na Figura 2, os domínios culturais e os domínios relacionados identificados, em seu conjunto, geram um patrimônio cultural intangível, expressado por modos de ser e viver, por tradições orais, rituais e sociais, por códigos e linguagens, que demandam o suporte de ações de educação e capacitação; de registro, memória e preservação; e da existência de equipamentos e materiais de apoio para o seu efetivo funcionamento.

No Brasil, a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro - FIRJAN (2016) também definiu uma classificação para as indústrias criativas, conforme pode ser visto na Figura 3, incluindo no núcleo destas indústrias a categoria “Tecnologia”, que contempla as áreas de Pesquisa & Desenvolvimento, Biotecnologia e de Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC). De modo complementar ao núcleo das indústrias criativas, foram inseridas e destacadas atividades relacionadas aos serviços e às indústrias que dão suporte ao funcionamento das mesmas, junto às atividades de apoio, fundamentais para o fortalecimento da infraestrutura dos setores.

Figura 3: Classificação da FIRJAN para as indústrias criativas – Sintético

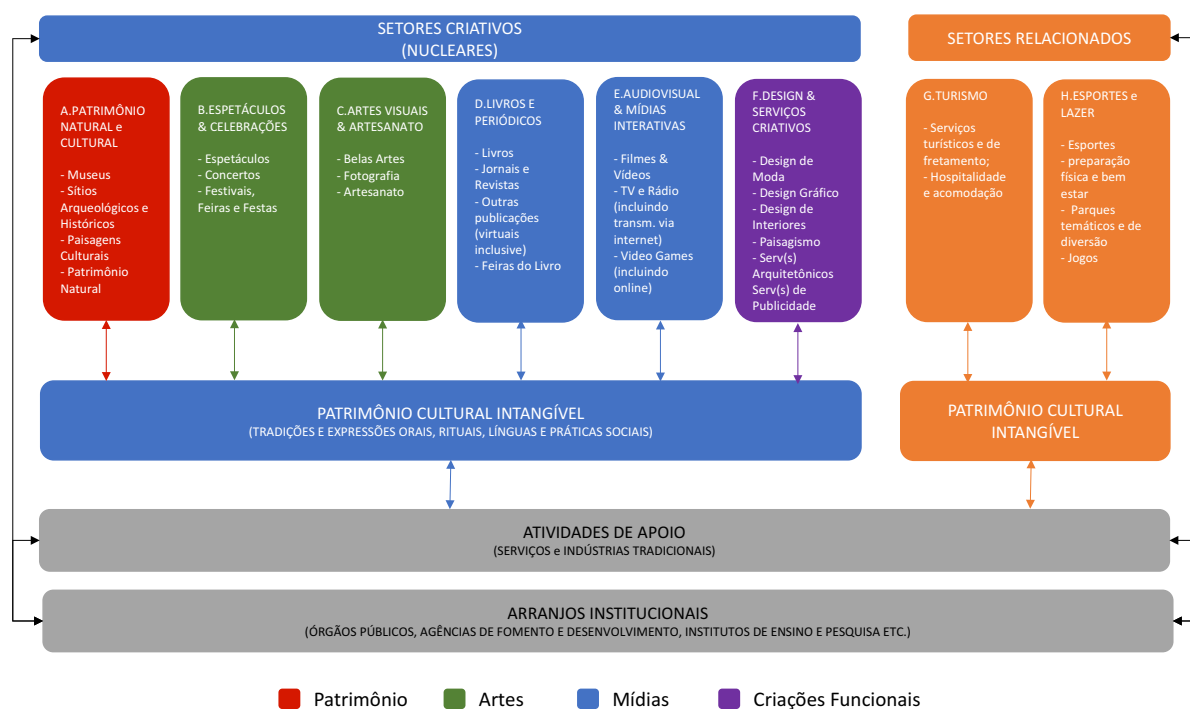


Fonte: Adaptado pela autora (FIRJAN, 2016)

É importante compreender que as dinâmicas econômicas destes diversos setores seguem lógicas às vezes similares e às vezes bastante díspares, com redes, sistemas e cadeias produtivas próprias. Neste sentido, o campo cultural e criativo tem um espectro bastante amplo que contempla desde o artesanato aos jogos digitais, das festas e celebrações às TIC. E, por isso, precisa ser estudado a partir de uma visão complexa, que inclui e considera as complementaridades e as diferenças entre os diversos setores, as dinâmicas produtivas e economias de redes de empreendimentos, empreendedores, profissionais e instituições relacionadas. Sendo assim, a economia criativa, ao contrário do que muitos pensam, não se relaciona com um único setor, mas com um conjunto de setores, cujos produtos (bens ou serviços) tem como elemento central, definidor do seu valor, a sua dimensão estético-cultural e criativa.

Como um exercício de síntese, pode-se verificar na Figura 4 a seguir, uma proposta de *framework* que integra características dos *frameworks* apresentados anteriormente – UNCTAD (2010), UNESCO (2009) e FIRJAN (2016).

Figura 4: Classificação-Síntese dos Setores Criativos, seus sistemas produtivos e arranjos institucionais



Fonte: Elaborado pela autora como síntese e ampliação dos *frameworks* da UNCTAD (2010) da UNESCO (2009) e da FIRJAN (2016)

Em virtude desta tese estar construída na perspectiva do desenvolvimento de uma política centrada na dimensão econômico-cultural, seu “olhar” privilegia os setores criativos cuja produção de bens e serviços tem um viés estético-cultural evidente, contemplando os setores criativos identificados. Como pode-se perceber, a categoria Tecnologia, incluída no framework da FIRJAN, não aparece em destaque na Figura 4, sendo considerada de modo transversal aos demais setores no que se refere aos novos processos de criação, produção e difusão/distribuição de bens e serviços criativos. Os “Setores Relacionados”, identificados no *framework* da UNESCO, foram mantidos em função das relações diretas e indiretas que mantêm com os “Setores Criativos”, potencializando o desenvolvimento de novos nichos de mercados e o acesso a novas oportunidades de negócios. Às “Atividades de Apoio”, somam-se os “Arranjos Institucionais” fundamentais para o fortalecimento e desenvolvimento das dinâmicas das economias dos setores.

Conforme pôde ser visto até aqui, não há um conceito definitivo e suficiente de economia criativa que dê conta das especificidades e diferenças evidentes entre países desenvolvidos e em desenvolvimento. A importação e a reprodução de modelos de desenvolvimento hegemônicos para países em desenvolvimento ampliam desigualdades

e relações de dependência destes últimos em relação aos primeiros. É preciso, portanto, avançar no entendimento de como, efetivamente, esse processo pode se dar e de que modelo de desenvolvimento estamos falando sob a perspectiva dos países do Sul. Deste modo, o tópico a seguir se dedicará à esta reflexão, na perspectiva da construção de um modelo de desenvolvimento voltado para países periféricos, promovendo autonomias e liberdades potencializadoras de ambientes criativos e inovadores, reconhecendo e valorizando a diversidade cultural presente nos territórios como elemento fundamental para o fortalecimento de identidades e de sociabilidades, reduzindo desigualdades sociais e gerando oportunidades de trabalho e renda.

## **1.2 Economia, desenvolvimento e cidades**

Refletir sobre economia criativa e desenvolvimento exige um esforço de articulação interdisciplinar e dialógica que considere aspectos associados tanto aos setores criativos quanto às dinâmicas sociais, culturais e econômicas nos territórios. E é neste sentido que este tópico se desenvolverá, integrando reflexões teóricas fundamentais na perspectiva de países em desenvolvimento, considerando questões associadas à produção de riqueza, às relações de produção, à divisão de trabalho, às dinâmicas econômico-sociais e às relações e tensões entre mercados globais e locais.

A dimensão ética da economia é então tratada num primeiro momento, identificando, analisando e questionando valores norteadores de práticas econômicas próprias do capitalismo contemporâneo. As relações entre cultura e desenvolvimento são destacadas na perspectiva de um desenvolvimento endógeno, promotor de autonomias e de sustentabilidades a partir dos territórios. Os impactos e as tensões próprias dos processos de globalização são questionados, quebrando paradigmas e propondo bases para um novo modelo. A defesa de modelos próprios de desenvolvimento voltados para os países em desenvolvimento é então debatida como estratégia de fortalecimento, de geração de riquezas, de inclusão produtiva e de reconhecimento das identidades culturais como fatores de diferenciação. E, por fim, as cidades são analisadas como territórios potentes para o desenvolvimento e a integração de políticas e para a implementação de programas e projetos de economia criativa, considerando questões de governança e colaboração, o impacto das vocações culturais na qualificação da oferta de produtos (bens e serviços) criativos e o aumento de oportunidades de negócio e da geração de trabalho e renda no campo.

### 1.2.1 Ética, desenvolvimento econômico e liberdade

Ao buscar o aprofundamento sobre o conceito de economia criativa, suas interfaces e aplicações, é preciso de antemão mergulhar numa reflexão que trate de questões relacionadas à ética da economia e à economia política. Esta reflexão é relevante pois é balizadora de modelos de desenvolvimento que têm sido adotados por diferentes países, sejam estes centrais ou periféricos. São muitos os parâmetros e critérios definidores do que sejam países desenvolvidos, em desenvolvimento ou subdesenvolvidos, mas a lógica hegemônica toma o PIB<sup>12</sup> como principal referência, pois corresponde diretamente à medida da capacidade de produzir rendas e riquezas econômicas. Nesta perspectiva, um país é reconhecido como desenvolvido pela sua capacidade de produção, independentemente das características dos seus sistemas político e econômico. O produto resultante da sua economia é mais importante do que suas dinâmicas e processos. As políticas econômicas de desenvolvimento são bem-sucedidas na medida em que repercutem e impactam na alavancagem dos indicadores econômicos, independentemente do regime político ou das estruturas sobre as quais a economia se desenvolve. Partindo-se dessa premissa, um país totalitário e um país democrático com elevada produção de riqueza econômica, podem ser considerados igualmente desenvolvidos, independente do sistema econômico vigente, da existência ou não de direitos trabalhistas, da existência ou não de regulamentações que demandem práticas sustentáveis e não poluidoras, da existência ou não de mercados competitivos.

Esta visão redutora de desenvolvimento, insuficiente na perspectiva do desenvolvimento humano, acabou por gerar a necessidade de se levar em conta outros requisitos nos processos de avaliação, outros indicadores com atributos mais complexos na definição de desenvolvimento. Desta forma, é necessário um olhar mais atento e cuidadoso sobre questões históricas, sociais, culturais e econômicas que, ao longo do tempo, foram constituidoras do capitalismo moderno.

Amartya Sen (2000) é um dos teóricos que vem ampliar e aprofundar esse debate, tirando a centralidade do desenvolvimento na renda e na riqueza econômica para uma

---

<sup>12</sup>“PIB – Produto Interno Bruto. Refere-se ao valor agregado de todos os bens e serviços finais produzidos dentro do território econômico de um país, independentemente da nacionalidade dos proprietários das unidades produtoras desses bens e serviços” (SANDRONI; 1999, p.459).

centralidade voltada para a liberdade. Isto posto, a riqueza econômica não perde a importância mas passa a assumir um papel secundário no sentido de servir como suporte para a ampliação das liberdades dos indivíduos, sendo determinante na criação de condições que promovam a qualidade de vida e que ampliem as capacidades de escolha dos cidadãos, de acordo com seus valores e desejos.

Deste modo, tanto os fins quanto os meios passam a ser considerados como relevantes para o desenvolvimento. Os modos de produção, as relações de trabalho, o ambiente político, a tolerância à diversidade e o respeito às liberdades assumem um papel fundamental na análise e avaliação do desenvolvimento econômico dos países.

O desenvolvimento tem de estar relacionado sobretudo com a melhora da qualidade de vida que levamos e das liberdades que desfrutamos. Expandir as liberdades que temos razão para valorizar não só torna nossa vida mais rica e mais desimpedida, mas também permite que sejamos seres sociais mais complexos, pondo em prática nossas volições, interagindo com o mundo em que vivemos e influenciando esse mundo. (SEN, 2000, p.29)

Em termos políticos, as liberdades civis e democráticas constituem a liberdade humana e são ampliadas num espaço de oportunidades reais para o desenvolvimento individual e coletivo. O desenvolvimento passa a ser valorizado a partir do momento que favorece às pessoas em sua autonomia na tomada de decisões e no alcance de resultados satisfatórios e valiosos na sua vida. A renda então tem importância na medida em que é encarada em seu aspecto utilitário e dependente das circunstâncias.

Neste sentido, Sen (1999) afirma que a economia compreendida numa perspectiva ética ganha em complexidade e aproxima-se do comportamento humano real ao incorporar questões fundamentais que vão além da lógica do auto interesse defendido por Adam Smith. As crenças, os valores e as visões de mundo pautam e influenciam comportamentos definidores dos modos de viver e de se relacionar. Deste modo, assumindo-se a liberdade como princípio ético na economia, assume-se a possibilidade de criação de uma ambiência favorável às liberdades, à geração de oportunidades e ao crescimento econômico dos diferentes países. Esta ambiência permite a criação de um novo modelo de desenvolvimento, identificado a partir critérios valorativos que podem ser estabelecidos a partir do reconhecimento de vantagens individuais e progressos sociais. Estes últimos são estreitamente relacionados. A liberdade política, por exemplo, está diretamente associada com a oportunidade do cidadão em debater e influenciar as decisões coletivas sobre prioridades e valores sociais.

A liberdade é essencialmente um produto social, e existe uma relação de mão dupla entre (1) as disposições sociais que visam expandir as liberdades individuais e (2) o uso de liberdades individuais não para melhorar a vida de cada um, mas também para tornar as disposições sociais mais apropriadas e eficazes. (SEN, 2000, p.46)

A liberdade é também diretamente dependente do conhecimento, da educação. Negar o direito à educação, por exemplo, é negar a liberdade de compreensão, de discernimento e de escolha. Os resultados dos processos políticos, sociais e econômicos são importantes, mas os modos e os meios devem ser considerados para um desenvolvimento efetivo e promotor de qualidade de vida e crescimento econômico.

O desenvolvimento econômico por si só é muito pouco quando incluímos as liberdades na sua centralidade. A remuneração do trabalho e a eficiência financeira são importantes, mas não suficientes quando pensamos em regimes autoritários onde há a privação das liberdades dos seus cidadãos, ainda que haja emprego e moradia para as pessoas.

A possibilidade de se expressar, de influenciar decisões político-sociais, de estudar, conhecer e se desenvolver, de trabalhar de acordo com suas crenças, vocações e interesses assumem um lugar de destaque na promoção da qualidade de vida individual e coletiva. Um desenvolvimento econômico pautado pela negação de liberdades pode ser reconhecido como desenvolvimento? Não mais. Um país que convive com a escravidão ou com relações de trabalho extremamente precarizadas, com um elevado grau de concentração de renda e com trabalhadores excluídos ou sem acesso a oportunidades de trabalho digno, que não respeita a diversidade de crenças e de culturas, não pode ser considerado desenvolvido a partir de um indicador restrito a sua produção de riquezas. A economia como ferramenta para o desenvolvimento demanda um olhar complexo, uma ética que incorpore aspectos associados à diversidade cultural, às práticas sociais, às tecnologias, a fatores de inclusão, inovação e sustentabilidade.

Para funcionar de modo eficiente e eficaz, a economia depende de um ambiente institucional que, de modo integrado, venha a contribuir com o exercício das liberdades individuais e coletivas. O sistema político, as mídias, o mercado, as instituições educacionais, de saúde e de seguridade social, entre outras, são mobilizadoras e catalizadoras de valores e processos sociais, culturais e econômicos, fundamentais para o desenvolvimento de países e sociedades, podendo reverter ou mitigar assimetrias e

desigualdades. Nesse contexto, políticas públicas se fazem prementes como fomentadoras de oportunidades reais de mudança.

No sub-tópico a seguir, este debate é aprofundado levando em conta a relevância da cultura no modelo de desenvolvimento adotado pela civilização industrial, construído e consolidado por meio de um processo de industrialização que estabeleceu hierarquias e dinâmicas de poder entre países centrais e periféricos (FURTADO, 2008). De modo complementar, serão também abordados aspectos fundamentais para uma nova proposta de desenvolvimento, promotora de autonomia e de capacidades criativas.

### 1.2.2 Cultura como vetor de desenvolvimento

Não é de hoje o debate acerca das relações entre cultura e processos de desenvolvimento, assim como não é recente o reconhecimento da centralidade da cultura nestes processos. Celso Furtado (2008) emerge como um dos autores que mais contribuiu com este debate, demonstrando como a incorporação dos sistemas de valores dos países centrais funcionou como base fundamental para os processos de industrialização de países periféricos, sobrepondo a lógica dos meios (acumulação e progresso técnico) à lógica dos fins (melhorias da qualidade de vida, redução das desigualdades etc). O processo de desenvolvimento industrial destes países foi então pautado por uma economia política cujas relações econômicas de produção, circulação e distribuição de bens e serviços (SANDRONI, 1999) se constituíram com foco na acumulação de capital e na reprodução de padrões de consumo hegemônicos (BOLAÑO, 2015).

Furtado (2008) dedicou-se, principalmente entre os anos de 1950 até os anos de 1980, à compreensão das dimensões da economia política subjacente ao modelo de civilização industrial construído no Brasil, destacando, na sua reflexão sobre a construção de um novo modelo base para o desenvolvimento, dois elementos cruciais: a noção de dependência cultural e o conceito de desenvolvimento endógeno (BOLAÑO, 2015).

No caso da relação de dependência cultural dos países periféricos, percebe-se a nítida adoção de modelos baseados nas chamadas economias centrais. A dependência cultural, deste modo, se configurou a partir da importação de um discurso científico (PAGLIOTO, 2016) direcionado ao fortalecimento de processos de acumulação de renda, através da ampliação do excedente produzido e do investimento em eficiência produtiva. No entanto, o progresso tecnológico obtido, ao contrário do que ocorreu nos países desenvolvidos, se deu de modo indireto e em duas etapas: num primeiro momento, a



tecnologia foi absorvida via consumo, restrito a uma classe dominante, detentora do capital e com poder de compra de produtos importados; num segundo momento, foi assimilada a partir de um esforço de imitação e de cópia de padrões estabelecidos. Desta forma, a criatividade e a inovação, próprias do desenvolvimento produtivo e da geração das riquezas dos países centrais, foram sufocadas nos países subdesenvolvidos, meros repetidores das referências externas e, portanto, dependentes do “progresso importado”, baseado em valores culturais dos países desenvolvidos. A relação de dominação presente entre os países do centro e da periferia foram então refletidas na relação de dominação entre as classes detentoras do capital e as classes trabalhadoras dos países subdesenvolvidos. Esse processo acabou por promover uma manutenção das relações sociais e econômicas fortemente concentradoras e não distributivas de benefícios sociais e promotoras da qualidade de vida, que poderia ser apropriada pela população.

O conceito de desenvolvimento endógeno, proposto por Furtado (2008), nasce a partir da reflexão sobre este processo de construção histórica da civilização industrial, o que o levou a reavaliar a própria noção do conceito de desenvolvimento numa perspectiva cultural. A cultura assume um papel chave a partir do reconhecimento da sua importância estratégica no processo de mudança e de construção de novos modelos que a considerem como vetor do desenvolvimento e a criatividade como elemento fundamental para a intervenção e transformação da realidade. A expansão da criatividade é então compreendida por Furtado em três dimensões (PAGLIOTO, 2016):

- Material ou econômica, por meio de um progresso tecnológico autônomo, não dependente de empresas transnacionais, comprometidas única e exclusivamente com a concentração de renda nos países detentores do capital e com capacidade de investimento em pesquisa e desenvolvimento, reforçando o fosso da desigualdade entre os países “do Norte” e “do Sul”, denominados assim por Boaventura de Sousa Santos (SANTOS e MENESES, 2010).
- Sociopolítica, definidora dos destinos que venham a fortalecer os potenciais criativos do país a partir da existência de uma vontade coletiva e de uma convergência de lideranças políticas que comunguem com os desejos e valores da população.
- Cultural, através de ideias e valores promotores da realização das potencialidades humanas, através da filosofia, da religião, da arte e da ciência.

A cultura é, então, base e motor do desenvolvimento e de condições que favoreçam ou inibam a criatividade. O processo de desenvolvimento se expande e se consolida na medida que o padrão de comportamento imitativo vai sendo substituído pela capacidade de se pensar e criar soluções próprias e autônomas, adaptadas à realidade. Para isso, é preciso uma afirmação identitária, um reconhecimento de capacidades e potenciais de desenvolvimento local que enfrentem as desigualdades regionais e os constrangimentos sociais gerados por práticas concentradoras e homogeneizantes. A arte é vista por Furtado (PAGLIOTO, 2016), nesse processo, como uma ferramenta essencial para a desalienação instrumental da criatividade, a partir do momento que corresponde a uma mensagem privilegiada com capacidade de sensibilizar as pessoas de forma ampla e profunda.

Os pensamentos de Amartya Sen (2000) e de Furtado (2008) contribuem com o debate conceitual acerca da economia criativa na perspectiva da construção de um modelo de desenvolvimento que valorize e fortaleça as liberdades de escolhas, as capacidades criativas, as identidades culturais e a busca por soluções inovadoras, autônomas e redutoras das desigualdades.

Este novo modelo demanda uma mudança na própria cultura do desenvolvimento, atualmente baseada mais na escala que no nicho, mais em processos homogeneizantes do que naqueles baseados na diferença e na singularidade, mais na acumulação do que em processos distributivos.

Esta mudança não é simples pois se relaciona com dinâmicas muito complexas, que envolvem mercados globais com processos de globalização cada vez mais intensos e fortalecidos pelos governos e pelas grandes corporações transnacionais. E é neste ponto que se faz necessária a inclusão do debate sobre a globalização e seus impactos e tensões.

Se até aqui foi questionado o modelo de desenvolvimento adotado pelos países periféricos, também é necessário, na proposição de um novo modelo, o questionamento acerca dos processos e da lógica dominante dos mercados globais com suas dinâmicas econômicas homogeneizantes. Como promover um desenvolvimento endógeno que garanta múltiplas possibilidades de desenvolvimento e de conexões no território dentro de um campo de tensionamento entre o global e o local? Como integrar mercados garantindo que as dinâmicas de trocas econômicas deem espaço às diferenças, aos saberes e fazeres locais, aos conhecimentos tradicionais e contemporâneos, às sociabilidades promovidas pelo sentimento de pertença e pela valorização das identidades?

No tópico a seguir, esta discussão é ampliada num diálogo com Milton Santos (2001) sobre uma “outra globalização”, convergente com as reflexões de Furtado (2008) e Sen (2000) sobre desenvolvimento.

### 1.2.3 Globalização: impactos, tensões e a necessidade de novos modelos

Em tempos de mercados globais, é essencial a compreensão do espaço e do território geográfico, das relações econômicas e de poder entre os diversos países e regiões, dos seus impactos nos processos de acumulação, na divisão de trabalho e nas lógicas das dinâmicas urbanas. Os mercados globais são frutos de uma globalização que não é recente, embora tenha sido alavancada e fortalecida de modo mais significativo no último quarto do século XX, em função dos avanços ocasionados pelas tecnologias da informação e da comunicação (TIC), potencializadoras de possibilidades de interconexão num mundo integrado e passível de ser ocupado de modo ampliado, estreitando fronteiras e reduzindo distâncias.

Segundo Milton Santos (2001), existem quatro fatores constituidores do que ele define como a “arquitetura da globalização”, cada um estabelece e produz dinâmicas que definem o capitalismo contemporâneo global: a **unicidade técnica** que está diretamente associada às TIC, como um sistema integrador de outras tecnologias, integrando operações e ações (financeiras, operacionais e produtivas) em escala mundial, acessando e ampliando mercados globais, ampliando capacidades de acumulação, de maximização de lucros e de redução de custos; a **convergência dos momentos** que corresponde à possibilidade do uso do mesmo momento em múltiplos lugares, o que pressupõe a possibilidade de saber e ter acesso instantâneo ao que acontece em vários lugares do mundo em tempo real; o **motor único** que se relaciona a um pensamento único sobre as estruturas e as dinâmicas do capitalismo contemporâneo, que é reflexo de um mercado global extremamente competitivo e feroz, gerado por um sistema que impacta e arrasta dinâmicas econômicas regionais; e, por último, a **cognoscibilidade do planeta** que representa a possibilidade das pessoas conhecerem o planeta de modo mais extenso e profundo, podendo utilizar desse conhecimento dentro de uma lógica de priorização dos meios ou dos fins.

O processo de globalização se baseia então numa ideologia que o coloca como um caminho inexorável, constituído dentro de um modelo único de desenvolvimento, excessivamente normatizado, para garantir a eficácia do sistema, e pautado por uma

lógica de competitividade, baseada na sobrevivência, na exclusão do outro e na ampliação de mercados. Esta ideologia, independentemente da existência de uma resistência local, é fortalecida e constituída por um imbricamento entre os poderes político e econômico, além de ser justificada e validada pela ciência, financiada como instrumento de legitimação das escolhas empreendidas pelo Sistema Econômico.

Neste sentido, Santos (ibid) defende que existem três mundos a serem considerados, quando analisamos o planeta na perspectiva da globalização. “O primeiro seria o mundo tal como nos fazem vê-lo: a globalização como fábula; o segundo seria o mundo tal como ele é: a globalização como perversidade; e o terceiro, o mundo como ele pode ser: uma outra globalização” (ibid, p.18).

A globalização como fábula se apresenta na perspectiva de uma metanarrativa que assume uma visão de mundo baseada numa lógica de mercados globais. Os modos de viver e de agir justificam essa realidade que esconde subliminarmente a manutenção de um *status quo* concentrador de riquezas e de ampliação de desigualdades. O fortalecimento da ideia da “Aldeia Global” defende que o mundo “encolheu”, que o acesso às informações é igual para todos e que há um processo de homogeneização do planeta. Entretanto, a assimetria informacional é real e se dá no desequilíbrio do acesso a informações privilegiadas e no fortalecimento de interesses de instituições financeiras e de empresas transnacionais em detrimento dos interesses das populações.

Deste modo, o que se constata é a perversão de uma prática de mercado, não distributiva e consolidadora de uma economia cuja competitividade se pauta pela eliminação do concorrente e que se firma como caminho único no processo de desenvolvimento e produção de riquezas. A homogeneização, ainda que favoreça o mercado global, não supre a heterogeneidade de uma demanda planetária e diversa.

Na lógica da competitividade, as solidariedades se dão de modo vertical, integrando filiais aos desejos de suas sedes corporativas, defendendo interesses próprios de modo desconectado com os territórios ocupados. O território é então objeto de ação das empresas e essa ação é raramente coordenada com o poder público. Os objetivos e metas dessas empresas hegemônicas acabam por arrastar os atores sociais envolvidos nesse processo.

Por outro lado (SANTOS, 2001), enquanto a globalização repercute conceitos homogeneizantes, seus impactos na diversidade de pessoas e lugares acaba por gerar mais heterogeneidades, pois cada pessoa e cada localidade percebe e interage com esse

processo de modo diferente em função de suas próprias diferenças, o que acaba por tornar a heterogeneidade um aspecto mais estrutural ainda das sociedades.

Santos (2001) afirma que, deste modo, a cultura popular é diretamente impactada e reinventada, chegando a rivalizar com a cultura de massa, ressignificando-a em muitos aspectos. A tensão local e global permanece num jogo de forças. A cultura de massa (global) segue o ritmo da imposição própria do mercado, obedecendo a lógica da obsolescência e da substituição; enquanto a cultura popular (local) resiste, assimila, transforma e reconfigura símbolos e significados, obedecendo a lógica das identidades, das sociabilidades e sobrevivências. Em alguns casos, a cultura popular se reafirma em sua tradição embora faça uso de mecanismos e ferramentas próprios da cultura de massa para a sua produção e difusão. Eis que o que é local assume aspectos globais, repercutindo tanto em mercados locais e regionais quanto no global.

Gente junta cria cultura e, paralelamente, cria uma economia territorializada, uma cultura territorializada, um discurso territorializado, uma política territorializada. Essa cultura da vizinhança valoriza, ao mesmo tempo, a experiência da escassez e a experiência da convivência e da solidariedade. É desse modo que, gerada de dentro, essa cultura endógena impõe-se como um alimento da política dos pobres, que se dá independentemente e acima dos partidos e das organizações. (SANTOS, 2001, p.144 e 145)

Essa dinâmica ocorre, portanto, de modo orgânico, entre indivíduos e territórios, e pode ser potencializada, impactando em processos de criação, produção e difusão sistematizados que incorporem o uso de ferramentas e tecnologias globais a serviço das lógicas e solidariedades locais.

Considerando-se a tendência das aglomerações urbanas, percebe-se então dois movimentos numa economia urbana dual, com duas formas de acumulação, divisão de trabalho e lógicas imbricadas e associadas num mesmo território. Vide o Quadro 2, a seguir, descritivo destas duas formas:

Quadro 2: Formas de acumulação, divisão de trabalho e lógicas imbricadas e associadas num mesmo território

<b>Formas</b>	
<b>Por Cima</b>	<b>Por Baixo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso obediente das técnicas da racionalidade hegemônica;</li> <li>• Solidariedade gerada de fora e dependente de vetores verticais e relações pragmáticas frequentemente longínquas;</li> <li>• Maior velocidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundada na redescoberta cotidiana das combinações que permitem a vida e, segundo os lugares operam em diferentes graus de qualidade e quantidade;</li> <li>• Solidariedade criada de dentro e dependente de vetores horizontais cimentados no território e na cultura locais;</li> <li>• Maior dinamismo intrínseco, maior movimento espontâneo, mais encontros gratuitos, mais complexidade, mais riqueza, mais combinações.</li> </ul>

Fonte: criado pela autora a partir de Santos (2001, p.146)

A tensão óbvia entre a forma hegemônica (por cima) e a contra-hegemônica (por baixo) se dá de modo contínuo, demonstrando a impossibilidade de um pensamento único. Emerge, deste modo, a necessidade de se ousar na formulação de novos modelos e processos impulsionadores de uma lógica mais solidária com a prevalência do bem comum, qualificando o olhar em busca de uma outra globalização, como defende Milton Santos (2001).

Esta outra globalização assume o homem na sua centralidade, criando uma sociedade pautada sob uma nova ética de relações que permeariam as empresas e o estado, promovendo uma nova economia constituída por novas dinâmicas no território. Nesta perspectiva, as necessidades para uma vida digna superariam as necessidades fabricadas pela atual sociedade de consumo. Seria uma inversão de prioridades e agendas de governos, organizações e empresas que favoreceriam o bem comum de modo a suplantar os interesses individuais. Com a mudança nas relações internas, também se dariam as mudanças nas relações internacionais que não seriam mais pautadas pela competitividade, mas por processos colaborativos e solidários para o desenvolvimento da humanidade e a sustentabilidade do planeta.

Esta nova centralidade contra-hegemônica, defendida por Santos (2001), implica num processo de globalização, aderente ao conceito de desenvolvimento endógeno de Furtado (2008), reconhecendo e valorizando as heterogeneidades e diferenças culturais como potências e fatores de desenvolvimento local, além de ratificar a estreita relação entre cultura e desenvolvimento. Ao mesmo tempo, esta outra globalização converge com a visão de Amartya Sen (2000) que incorpora nas dinâmicas econômicas uma ética associada às liberdades, à qualidade de vida e à expansão das capacidades humanas.

Novas apostas e escolhas políticas são então necessárias como pautas para novos projetos de desenvolvimento. Segundo Mario Lucio Sousa, ex-Ministro da cultura de Cabo Verde (LEITÃO, 2016) existem três palavras que traduzem estas apostas:

- Acesso: à educação, a saúde, ao transporte, ao financiamento, à inovação e às invenções em igualdade de oportunidade.
- Apropriação: relacionada à capacidade de se apropriar das inovações e invenções dentro de processos cotidianos de criação, recriação e ganho de autonomia.
- Resposta: criação de condições para as novas gerações reagirem aos estímulos resultantes dos processos de apropriação das inovações e invenções, transformando-os em criatividade e inovação para a geração de soluções singulares, endógenas e autênticas.

Para um novo modelo de desenvolvimento econômico, é preciso uma cultura que estimule solidariedades, colaboração e criatividade, além, é claro, das infraestruturas necessárias para o suporte das iniciativas e dos sistemas produtivos relacionados.

Retomando o debate sobre desenvolvimento por meio da economia criativa e analisando-se as experiências que tem se dado no Brasil e no mundo acerca de políticas e programas neste campo, o que se percebe é a existência de dois caminhos: o primeiro, trilhado por países desenvolvidos, que se constitui como consolidador de uma indústria criativa homogeneizante voltada para mercados globais, focado em produtividade e competitividade; e o segundo, que tem emergido como alternativa para países em desenvolvimento e/ou subdesenvolvidos, voltado para o fortalecimento de uma economia criativa que se apropria de mecanismos e tecnologias globais ao mesmo tempo que desenvolve práticas colaborativas, solidárias, inclusivas e inovadoras, tendo na diversidade cultural seu elemento diferenciador.

Esta tese busca refletir sobre este segundo caminho, evidenciando e analisando aspectos da economia criativa em países em desenvolvimento, numa perspectiva de desenvolvimento endógeno. O sub-tópico a seguir dá um passo importante nesse aprofundamento, identificando a necessidade de diferentes abordagens frente a diferentes trajetórias e cenários.

#### 1.2.4 Economia criativa em países em desenvolvimento

Dando continuidade ao debate até aqui, está claro como conceitos e modelos exógenos de desenvolvimento, adotados e praticados por países desenvolvidos, não servem e nem são adequados às realidades de países em desenvolvimento. A busca pela reprodução destes modelos, no contexto destes últimos, não apenas repete a lógica da dependência cultural, construída e consolidada nos processos anteriores de industrialização, como também impede a construção das bases necessárias para autonomias futuras. Especificidades sociais, culturais, históricas, econômicas e territoriais de países em desenvolvimento demandam modelos de desenvolvimento endógeno que considerem suas características estruturais, sua base tecnológica, suas capacidades produtivas e suas vocações culturais, bastante diversas daquelas presentes nos países desenvolvidos.

O mesmo deve ocorrer no campo da economia criativa, ao se evitar a adoção de modelos importados de países desenvolvidos para países em desenvolvimento. Seria um erro, por exemplo, a importação integral do modelo britânico para o Brasil. Em franco processo de desindustrialização, o Reino Unido se deparou, em meados dos anos de 1990, com um ambiente marcado pelo desaparecimento da manufatura local, por crises periódicas no governo e nas finanças e por um aumento da percepção do elevado potencial de crescimento e da convergência entre tecnologias e conteúdos culturais e criativos. Deste modo, optou por assumir a cultura e a criatividade como chaves para o desenvolvimento do país e de seus territórios, com a finalidade de dar um salto adiante e construir novas bases, reconhecendo no fortalecimento e na promoção dos setores criativos do país um caminho e uma alternativa estratégica para o seu crescimento (FLEMING, 2008).

Analisando-se o cenário econômico e a matriz produtiva brasileira, bastante diferente da do Reino Unido, percebe-se o quanto este modelo pode ser inspirador embora impossível de ser adotado sem múltiplos ajustes e adequações, o que não invalida a adoção do mesmo como referência em alguns aspectos. Soma-se a isso o fato de existirem diferenças significativas relativas ao número de habitantes, às dimensões territoriais e à diversidade cultural própria destes países. O Brasil possui uma população de 206 milhões<sup>13</sup> de habitantes, quase quatro vezes maior que a do Reino Unido com pouco mais

---

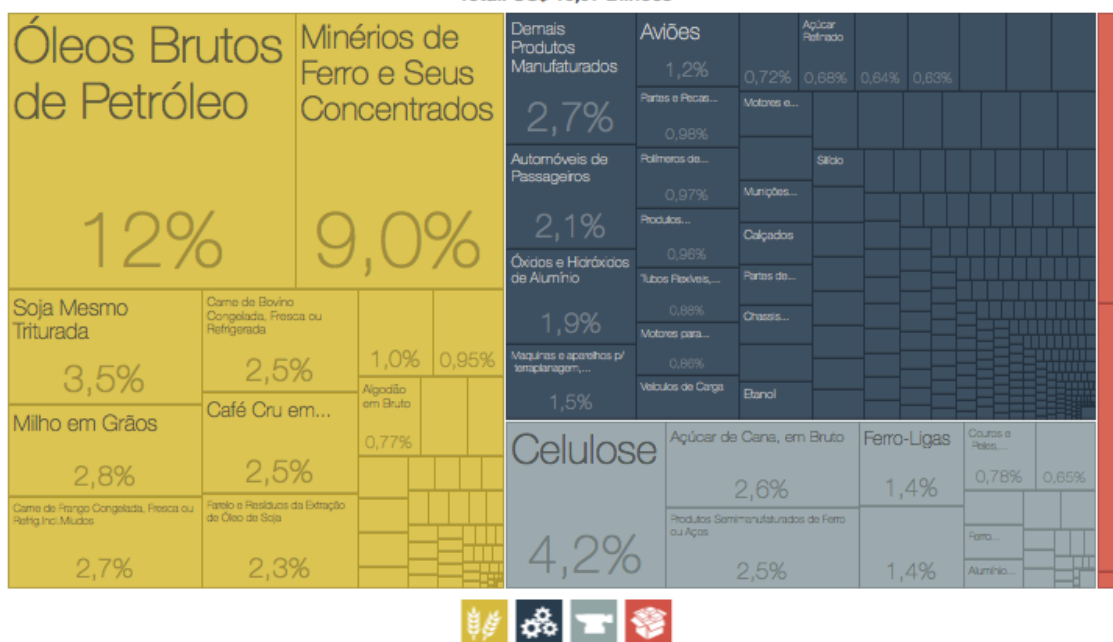
<sup>13</sup><http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2016/08/populacao-brasileira-cresce-0-8-e-chega-a-206-milhoes>



de 65 milhões de habitantes; uma dimensão territorial de 8,5 milhões<sup>14</sup> de quilômetros quadrados, aproximadamente 35 vezes a extensão territorial do Reino Unido que corresponde a 244.100<sup>15</sup> quilômetros quadrados; e, por último, uma diversidade cultural extremamente plural e multiétnica, que impacta diretamente numa diversidade de realidades e contextos que demandam olhares e tratamentos diferenciados.

Priorizar a economia criativa como estratégia e alternativa de desenvolvimento é um caminho possível e potente para o Brasil, mas sua estrutura produtiva, construída nas últimas décadas, se baseou fortemente na produção de *commodities* para a exportação, fato que se mantém ainda nos dias de hoje ao analisarmos dados relativos aos principais produtos de exportação do país, conforme pode ser constatado na Figura 5 a seguir:

Figura 5: Visão Geral dos Produtos Exportados no Brasil – Principais Produtos Exportados e Fator Agregado / Percentual de valor exportado *freeonboard* - 2017  
Total: US\$ 16,97 Bilhões



Fonte: Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior – MDIC / Brasil (2017)

Além da matriz produtiva brasileira ter sido construída com foco na produção de produtos de baixo valor agregado, o percentual de exportação de bens de setores criativos é insignificante, motivo pelo qual nem é possível visualizá-lo no conjunto de produtos exportados pelo país. Países desenvolvidos como os Estados Unidos da América (EUA), por exemplo, possuem uma configuração produtivo-exportadora totalmente oposta,

<sup>14</sup>[https://ww2.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/default\\_territ\\_area.shtm](https://ww2.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/default_territ_area.shtm)

<sup>15</sup><http://brasilecola.uol.com.br/geografia/dados-reino-unido.htm>

voltada à produção de bens sofisticados e de alto valor agregado, como maquinários industriais, circuitos integrados, computadores, equipamentos de telefonia, carros, instrumentos e equipamentos para a área de saúde entre outros (THE MIT MEDIA LAB MACRO CONNECTIONS GROUP, 2018). Contudo, as exportações associadas às indústrias tradicionais (têxtil, de calçados, de acessórios e de joias)<sup>16</sup> relacionadas com setores criativos como o de design de moda ou mesmo as exportações de pinturas, esculturas e antiguidades<sup>17</sup> aparecem de modo pouco significativo, embora bem maior quando comparado ao caso brasileiro, no conjunto de produtos produzidos e exportados nos EUA.

De qualquer modo, vale destacar que estes dados se referem às exportações de produtos tangíveis frutos de uma economia formal, valendo chamar atenção para o fato que a economia criativa no mundo é fortemente associada a uma economia de serviços, além de ser constituída em parte por uma elevada economia informal. No caso brasileiro, a economia de serviços corresponde a 71% do PIB<sup>18</sup>, enquanto a participação dos setores criativos chegou a 2,64% do PIB nacional em 2015 (FIRJAN, 2016).

No Quadro 3 a seguir, é possível verificar dados de receitas e empregos gerados no mundo (ERNST & YOUNG, 2015) relativos a onze setores criativos, predominantemente da economia de serviços.

Quadro 3: Receitas e empregos gerados por setores criativos no mundo – 2013

Setores Criativos	Receitas (2013, US\$b)	Empregos (2013, N°)
Televisão	477	3.527.000
Artes visuais	391	6.732.000
Jornais e revistas	354	2.865.000
Publicidade	285	1.953.000
Arquitetura	222	1.668.000
Livros	143	3.670.000
Artes performáticas	127	3.538.000
Jogos	99	605.000
Filmes	77	2.484.000
Música	65	3.979.000
Rádio	46	502.000
Total (antes de remover a dupla contagem)	2.285*	31.524.000*

<sup>16</sup>A China tem se destacado globalmente como um dos maiores fabricantes e exportadores nestes campos. Na área têxtil mais de 50% da produção e exportação mundial é proveniente deste país (THE MIT MEDIA LAB MACRO CONNECTIONS GROUP, 2018).

<sup>17</sup>Pinturas, esculturas e antiguidades correspondem nos EUA a US\$ 11,2 bilhões em exportações enquanto que no Brasil se tem como registro o montante de US\$ 198 milhões em 2016 (THE MIT MEDIA LAB MACRO CONNECTIONS GROUP, 2018).

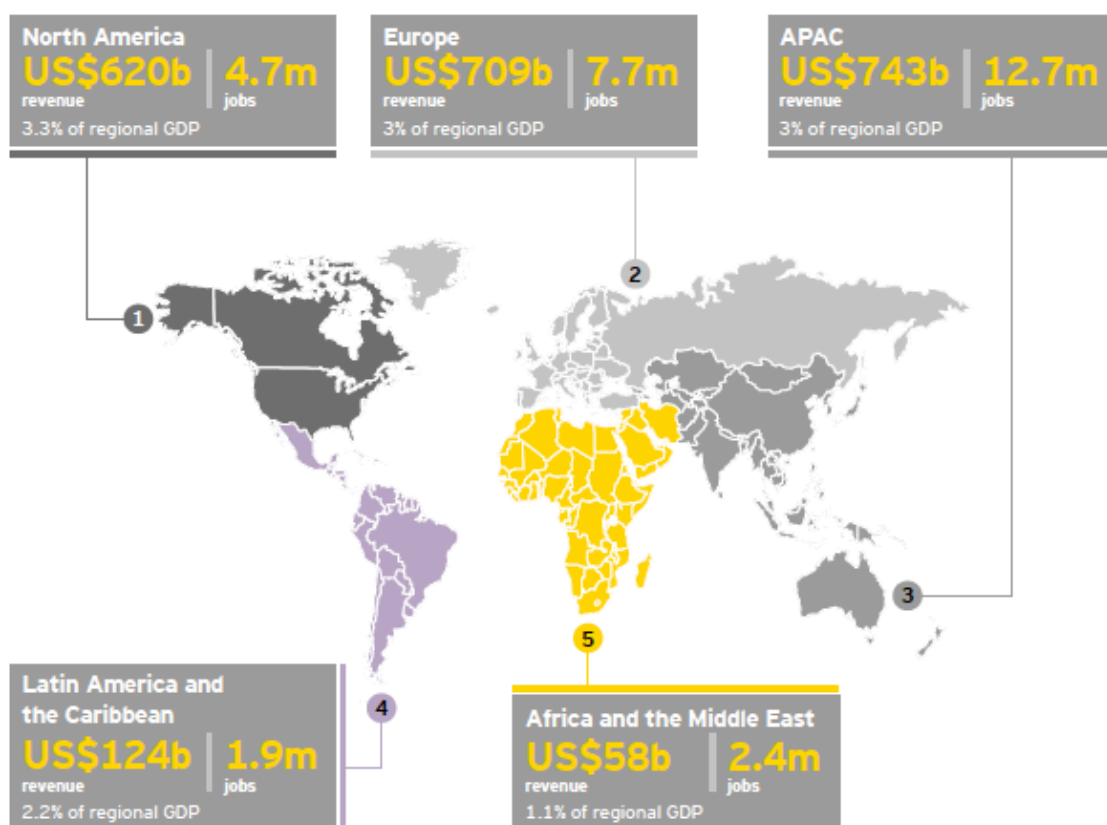
<sup>18</sup>Vide <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/04/brasil-quer-aumentar-exportacoes-de-servicos>.

Total (menos dupla contagem)	2.253	29.507.000
------------------------------	-------	------------

Fonte: Ernst & Young (2015, p.15)  
\*arredondamento

De modo complementar, a Figura 6 apresenta os mesmos dados, dos onze setores criativos relacionados anteriormente, distribuídos pelos cinco continentes do mundo, dando uma visão global sobre as receitas e os empregos gerados. Conforme pode ser visto, é evidente a disparidade entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento, apesar das riquezas e das vocações culturais dos países da América Latina e do Caribe, do continente africano e do oriente médio.

Figura 6: Comparativo de receitas e empregos gerados pela economia criativa nos cinco continentes do mundo - 2013



Fonte: EY (2015, p.17)

Isto posto, reconhecendo a trajetória histórica e o grande volume de investimentos que foi feito no Brasil na sua atual matriz exportadora que, por um lado, gerou competitividade para o país em setores importantes mas, por outro, se baseou em produtos de baixa sofisticação, percebe-se a necessidade de reformulação da sua estrutura de

produção, ampliando os investimentos em setores de bens e serviços sofisticados, de alto valor agregado, como é o caso dos produtos culturais e criativos, e assumindo um caminho com efetivo potencial de desenvolvimento e crescimento. Para dar esse salto com autonomia e sustentabilidade, substituindo sua teia produtiva atual, é preciso trilhar um caminho que demanda tempo e investimento para a preparação de novas bases, é preciso investir tanto em infraestrutura (logística, tecnológica, educacional e de fomento) para o campo quanto no fortalecimento da gestão e da inovação de redes e de empreendimentos relacionados com estes setores.

Alguns passos, portanto, antecedem esse processo de transição, exigindo do país a capacidade de conjugar uma política de desenvolvimento que garanta uma matriz produtiva complexa (GALA, 2017), com a oferta de um *mix* de produtos tangíveis e intangíveis, de baixo e alto valor agregado, gerando oportunidades de trabalho, emprego e renda para a população.

Barrowclough e Kozul-Wright (2008) defendem que o debate sobre a incorporação da cultura e da criatividade, como fatores-chave para o desenvolvimento e crescimento de países em desenvolvimento, merece um olhar mais atento sobre seus impactos sociais, culturais e econômicos. As autoras reconhecem que países em desenvolvimento tem valorizado cada vez mais os setores criativos e os incluído em suas agendas de desenvolvimento em virtude de os mesmos se configurarem como: uma nova fonte de exportação, investimento e crescimento econômico; ferramenta econômica e oportunidade para geração de emprego e renda, afetando também setores tradicionais (da indústria, do comércio e de serviços) que são impactados de modo indireto; e um portal para a economia do conhecimento global. Para isso, se fazem necessárias: a criação de novas institucionalidades e a consolidação de redes e arranjos institucionais para o fortalecimento dos setores; a criação e o fortalecimento de ecossistemas criativos e inovadores; a promoção da diversidade cultural e a ampliação da oferta de repertórios culturais e criativos; a ampliação da oferta de alternativas de financiamento; a construção de um ambiente político, legal e regulatório favorável ao desenvolvimento dos empreendimentos e iniciativas; a formulação e a implementação de uma política de infraestrutura e de suporte ao empreendedorismo; e a construção de arranjos regionais que favoreçam as etapas dos ciclos econômicos dos setores – criação, produção, divulgação, distribuição e consumo.

Vale destacar que existe ainda uma longa caminhada nesse sentido, embora o rápido crescimento dos setores criativos tenha se dado basicamente em função da sua

relação com as áreas de inovação, ciência e tecnologia, evidenciando a convergência de tecnologias complementares com a emergência de tecnologias digitais e multimídias, que tem impactado tanto nos processos de criação quanto nos processos de produção e distribuição, ampliando o acesso a novos mercados. Deste modo, novos nichos de mercados globais passaram a ser acessados por pequenas empresas criativas, incorporadas a dinâmicas econômicas e processos colaborativos mais amplos (BARROWCLOUGH; KOZUL-WRIGHT, 2008).

Barrowclough e Kozul-Wright (ibid) chamam atenção também para a centralidade da inovação tanto na criação de produtos quanto no desenvolvimento de processos da economia criativa num sentido mais amplo. Em termos estruturais, ainda há uma elevada concentração dos processos de divulgação e distribuição nas mãos de grandes *players*, embora os pequenos, gradativamente, estejam conquistando independência em função da ampliação do acesso às tecnologias digitais. Esta situação tem se dado, principalmente, em setores que produzem conteúdos que podem ser processados e disponibilizados em formato digital.

De modo complementar, Cunningham et al. (2008) destacam o fato de que a necessidade de investimento em inovação para a geração de saltos na economia criativa dos países em desenvolvimento compete diretamente com a necessidade de investimentos em educação, para a mitigação da pobreza, e para a construção de instituições fundamentais para o seu desenvolvimento.

Neste contexto, os mesmos autores (CUNNINGHAM et al, 2008) discutem a necessidade da definição de estratégias de financiamento que considerem outras alternativas para além dos mecanismos tradicionais do subsídio governamental ou da atração de capitais de risco. Muitos empreendimentos e negócios criativos de micro e pequeno portes não necessitam de grandes volumes de recursos, mas de pequenos montantes que garantam o primeiro passo para a implementação de processos e para o desenvolvimento de novas ideias. Deste modo, sistemas e mecanismos de microcrédito ou de microfinanças têm sido adotados como uma alternativa. Vale ressaltar também o uso, mais recentemente, de plataformas de financiamento coletivo (*crowdfunding*)<sup>19</sup> e do

---

<sup>19</sup>Plataformas de Financiamento coletivo: as plataformas de financiamento coletivo surgiram como mecanismos de captação de recursos de pessoas físicas e jurídicas interessadas em apoiar causas e projetos culturais, sociais, ambientais ou empreendimentos relacionados a soluções para cidades e comunidades ou mesmo para o desenvolvimento de ideias e empresas em estágio inicial (vide: <http://projetodraft.com/a-selecao-natural-do-crowdfunding-no-brasil-hoje-ha-mais-arrecadacao-e-menos-plataformas/>)

sistema *blockchain*<sup>20</sup> como oportunidades de captação de financiamentos e de operação ou transação de recursos via criptomoedas (*bitcoins*) para o desenvolvimento de projetos, produtos e empreendimentos do campo criativo.

De qualquer maneira, as questões de financiamento são apontadas como críticas tanto para os setores criativos de países em desenvolvimento como de países desenvolvidos. Tanto uns como outros sofrem com a baixa oferta de financiamento para *startups*, a falta de capitais para expansão de negócios, a escassez de capital de risco, a inflexibilidade das instituições financeiras comerciais e o oligopólio de mercados internacionais por poucas e grandes empresas.

Ainda assim, é evidente que no caso dos países em desenvolvimento, às questões de financiamento somam-se barreiras associadas às assimetrias informacionais; ao suporte político e institucional incipientes; ao baixo nível da capacidade empreendedora; à dependência de firmas estrangeiras e de investimento internacional; à ineficiência ou à inexistência de regulamentação de direitos do autor; e à pirataria. Em conjugação a tudo isso, verifica-se a necessidade de se ampliar o suporte técnico voltado para o desenvolvimento e a gestão dos negócios criativos, tratando aspectos relacionados à aplicação de recursos, ao marketing, à inovação, às questões de propriedade intelectual (CUNNINGHAM et al, 2008), entre outros pontos.

### 1.2.5 Desenvolvimento e cidades: olhares, projetos e possibilidades

Conforme pôde ser visto, o debate sobre economia criativa como base e estratégia para o desenvolvimento deve se constituir e ser aprofundado por meio de uma abordagem tanto de natureza setorial, levando em conta as especificidades, fragilidades e fortalezas de cada setor, quanto territorial, considerando características históricas, culturais, sociais e econômicas, relacionadas a países, regiões ou cidades. Nesta perspectiva, esta tese assume as cidades como locus privilegiado para a formulação e implementação de políticas públicas, em virtude destas se constituírem como o espaço concreto da vida e do cotidiano das pessoas; como lugar de morada e de deslocamentos diários; como possibilidade de trabalho e de trocas econômicas; como espaço de encontros, trocas

---

<sup>20</sup>*Blockchain*: é a tecnologia ou “sistema de registros que garante a segurança das operações realizadas por criptomoedas – as *Bitcoins*”. O *Blockchain* é um sistema de registro compartilhado por todos aqueles que transacionam *bitcoins*, criptomoedas transacionadas e operadas via internet. (Vide: <https://endeavor.org.br/blockchain/> e <https://www.bitcoinbrasil.com.br>)

simbólicas e sociabilidades; como ambiente de acolhimento mas também de violência, insegurança e abandono; como território de oportunidades mas também de assimetrias e desigualdades.

As cidades emergem, portanto, como ideias, utopias e projetos concretos, exitosos ou não, com vistas a organizar, reordenar e desenvolver os territórios. Desenhadas e constituídas por múltiplas influências e interferências, protagonizadas por atores institucionalizados ou não, as cidades tem sido objeto de análise e estudo de planejadores urbanos e teóricos que tem se debruçado em busca de soluções para a vida cotidiana e para aspectos estruturantes num processo de desenvolvimento de longo prazo. Peter Hall (2013) trás esse debate à tona, por meio de uma reflexão acerca do pensamento dos grandes planejadores no período entre as duas últimas décadas do século XIX e a primeira década do século XXI, apresentando um panorama das cidades que ele denomina como “cidades do amanhã”. Assim, discorre sobre uma série de caminhos, estratégias e ações voltadas para o desenvolvimento das cidades, levando em conta questões associadas à moradia, ao transporte, à saúde, à segurança, ao zoneamento urbano, à desconcentração populacional, ao desenvolvimento industrial, à integração regional, a processos de revitalização urbana, ao turismo, à promoção de oportunidades de negócios, à geração de empregos, ao desenvolvimento tecnológico, à criação e ao fortalecimento de ambientes inovativos e à articulação de redes de informação e conhecimento.

Nenhum modelo descrito por Hall (2013) foi suficiente para dar conta de todas as questões que uma cidade enfrenta, mas cada um representou um exercício e uma tentativa de geração de espaços e territórios mais articulados e potencializadores de dinâmicas econômicas, sociais, culturais e ambientais frente a situações e conjunturas específicas.

Assim aconteceu com a proposição e o desenvolvimento do modelo de “Cidade do Empreendimento” (HALL, 2013) entre os anos 1970 e 1980, uma cidade concebida como um modelo de revitalização urbana associado a articulação de parcerias público-privadas, com capacidade de atrair grandes investimentos voltados para a geração de negócios e empregos. A combinação de recursos públicos e privados tinha como foco a promoção de uma urbanização comercial em larga escala, priorizando atividades econômicas relacionadas com o turismo, a cultura, o entretenimento e as compras. Este processo foi bem-sucedido, em parte, e ainda se mantém como uma alternativa estratégica de desenvolvimento, embora seu escopo seja insuficiente para o enfrentamento das múltiplas problemáticas vividas pelas cidades e pelos seus habitantes.

Mais adiante, entre os anos de 1985 a 2010, com os avanços da telemática e o surgimento da sociedade da informação e do conhecimento, articulada em rede, emergem as “infocidades” (HALL, 2013), cidades polarizadas entre os *milleux*<sup>21</sup> urbanos inovativos e os guetos desinformativos. Na perspectiva das infocidades<sup>22</sup>, chegou-se a acreditar na redução da importância das cidades em função do processo de digitalização pelo qual o mundo estava passando, o que permitiria a qualquer pessoa poder desempenhar atividades estando em qualquer lugar, desde que mantido o acesso às conexões digitais. Entretanto, este discurso não se concretizou na prática e as cidades continuaram a se configurar e a se destacar como espaços potentes e preferenciais para o desenvolvimento de profissionais qualificados, por proporcionarem um acesso maior à informação, à educação e às novas tecnologias, através de ecossistemas potencializadores de encontros e redes de criação e produção. O acesso pleno e universal ainda está longe de acontecer, sendo evidente a existência de assimetrias entre os mais pobres e uma elite de profissionais.

Esta situação de exclusão se repete também nas chamadas cidades globais<sup>23</sup> (CARVALHO, 2000) situadas em países desenvolvidos, que investiram fortemente em serviços sofisticados e essenciais para a operação do sistema financeiro internacional e das empresas transnacionais, funcionando como sedes e motores da lógica centro-periferia e de globalização perversa combatida por Furtado (2008) e Santos (2001), respectivamente. Cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, no Brasil, passaram por processos semelhantes embora convivam e reproduzam a mesma lógica dentro dos seus territórios, com desigualdades e disparidades profundas e muito mais amplas do que as enfrentadas por cidades situadas em países desenvolvidos.

Deste modo, analisando os conceitos de infocidades e cidades globais, o que se percebe são modelos de desenvolvimento insuficientes no enfrentamento das desigualdades próprias das cidades e grandes centros urbanos dos países em

---

<sup>21</sup>Também denominados como meios ou ambientes inovativos.

<sup>22</sup>As infocidades foram assim denominadas em virtude de sua capacidade de gerar novos modos e práticas sociais e econômicas, baseadas numa nova relação entre tempo e espaço (CASTELLS, 1999), impactada pelas tecnologias digitais, substituindo “lugares por uma rede de fluxos de informação, fora do controle humano” (HALL, 2013, p. 476).

<sup>23</sup>Contemporâneas às infocidades, as cidades globais resultam da intensificação do processo de desindustrialização das grandes cidades de países desenvolvidos, obrigando-as a transformarem a sua estrutura econômico-produtiva do setor secundário para o terciário, reconfigurando a estrutura do seu mercado de trabalho, redirecionando a oferta de empregos para profissionais qualificados, excluindo grande parcela dos trabalhadores, “órfãos da manufatura” e com baixa formação. A velocidade destas mudanças foi tão grande quem em muito superou a velocidade do processo de requalificação da classe trabalhadora para fazer frente às novas oportunidades.



desenvolvimento. Neste sentido, pensar no desenvolvimento das cidades na perspectiva da economia criativa é um exercício que tem sido feito, com equívocos e acertos, levando em conta contextos e cenários próprios das regiões onde estão localizadas. O fato de estarem situadas em países desenvolvidos ou em desenvolvimento, mediante estruturas e condições bastante díspares e às vezes opostas, pede olhares e abordagens também diversas.

Segundo Reis (2011), uma cidade desenvolvida e autossustentável é uma cidade com uma população capaz de aprender, se adaptar e inovar frente às suas vicissitudes e oportunidades de crescimento, tendo como base a sua expressão simbólico-estética e o desenvolvimento de suas indústrias criativas, geradoras de oportunidades de trabalho, de renda e de novos negócios, por meio do fortalecimento de suas identidades e manifestações culturais. A cidade criativa é, portanto, uma cidade com uma cultura voltada para a imaginação e a participação, é uma cidade geradora de riquezas e capaz de atrair e reter talentos criativos, ampliando seus potenciais de desenvolvimento cultural e econômico.

O debate sobre cidades criativas, desde então, tem se dado por meio da análise de cidades que tem se colocado como referência nesse campo em virtude de políticas e de investimentos concretos na implantação e no desenvolvimento de programas e projetos. Muitos destes estudos têm se dado com foco em grandes cidades, situadas em países desenvolvidos. Evans et al. (2006) defendem que uma cidade criativa depende do investimento em cinco dimensões fundamentais integradas e desdobradas em estratégias essenciais para a construção de competências e ambiências favoráveis para o desenvolvimento da economia criativa local, considerando: aspectos ligados à formação das pessoas; questões associadas ao fortalecimento e ao fomento da inovação nas empresas; a criação e a ampliação da oferta de ambientes e de espaços físicos e territoriais, favoráveis ao desenvolvimento das atividades criativas; uma visão promotora de articulações e de integrações de apoios tanto multiníveis (institucional e política) quanto multisetoriais; e aspectos específicos voltados para uma infraestrutura eficiente e ágil, promotora de uma boa conectividade entre a comunidade, os empreendedores e os atores institucionais e empresariais envolvidos.

Seldin (2016) chama atenção para a regeneração urbana como investimento central das chamadas cidades criativas. O restauro, a requalificação e a ocupação de espaços abandonados e degradados das cidades, por equipamentos e profissionais do campo cultural e criativo, emergem como processos geradores de novas dinâmicas

econômico-culturais, ampliando a visibilidade da cidade, atraindo investidores e alavancando fluxos turísticos. Assim aconteceu em cidades dos Estados Unidos e da Europa Ocidental. E no Brasil, com a criação do Porto Digital<sup>24</sup> no Recife Antigo, projeto consolidado, e, mais recentemente, com o Porto Maravilha na região portuária do Rio de Janeiro, ainda frágil e em estruturação enquanto ecossistema.

No entanto, ainda que, a princípio, a regeneração urbana tenha se apresentado apenas em seu aspecto positivo para as cidades, o que se viu no médio prazo foram processos de gentrificação e de ampliação da desigualdade no acesso e na obtenção de benefícios pelas populações locais. Muitos projetos não levaram em consideração o contexto urbanístico, social e cultural destas regiões, implantando equipamentos desconectados com a realidade das comunidades. A especulação imobiliária resultante da valorização desses espaços acabou por “expulsar” moradores e empreendedores locais que não mais conseguiram fazer frente à elevação dos custos para se manter nestas regiões (SELDIN, 2016).

A cidade, enquanto espaço do comum e de governança democrática para o seu desenvolvimento, sucumbe, deste modo, ao conceito de marketing urbano que defende a apropriação das identidades e da produção cultural numa perspectiva utilitária e de espetacularização da cultura, voltado para a geração de atrativos turísticos e para um mercado de entretenimento das cidades, repetindo velhas fórmulas de concentração e de exclusão produtiva (REIS, 2011).

Diante desta variedade de conceitos e implicações, percebe-se, de um lado, uma visão simplista de cidade-produto, utilitária, funcional e excludente, enquanto, de outro, uma visão complexa, incluída de múltiplos atores e múltiplas institucionalidades articulados em sistemas de governança voltados para o desenvolvimento do território, levando em conta aspectos sociais, culturais, econômicos e ambientais. A cidade criativa é então uma cidade que contempla a diversidade cultural e econômica, promovendo éticas, estéticas e sociabilidades; é um espaço de integração de esforços entre pessoas, empresas e instituições com capacidade de articulação; é potencializadora de autonomias e soluções criativas e inovadoras para o desenvolvimento de territórios, reconhecendo, valorizando e promovendo a riqueza da sua diversidade cultural, como ativo e motor do crescimento e do desenvolvimento local e regional.

---

<sup>24</sup>Vide: <http://www.portodigital.org/home>

Nesta tese, a cidade do Rio de Janeiro<sup>25</sup> será analisada enquanto território com potencial de desenvolvimento a partir da economia gerada pelos seus setores criativos, considerando aspectos relacionados às suas redes políticas, econômicas, culturais e sociais, integradas via arranjos institucionais e sistemas produtivos.

Nesta perspectiva, o tópico a seguir se propõe a mergulhar no debate sobre os potenciais de desenvolvimento nos territórios por meio da articulação de redes e sistemas produtivos de economia criativa, identificando conceitos e estratégias de desenvolvimento local e regional voltados para o seu fortalecimento.

### **1.3 Territórios, redes e sistemas produtivos**

#### **1.3.1 Sistema territorial e territorialização do espaço**

Se o homem é um animal simbólico, assim também é o território onde ele habita e se constitui em sociedade. O território nasce das potencialidades representativas do espaço, o território corresponde e se constitui de múltiplos sistemas de representações de sentido, sistemas que têm sido analisados na compreensão das relações políticas, sociais, culturais e econômicas estabelecidas. As relações e as práticas entre os sujeitos, entre estes e as instituições, entre estas e os mercados, as relações e as dinâmicas de poder entre regiões e países há muito superaram os limites do sistema de representação topográfica, definidora das características e limites territoriais adotados. O território é então o espaço enquanto prática e significado, se constituindo a partir de redes e relacionamentos tecidos pelos e entre seus atores (RAFFESTIN, 1993).

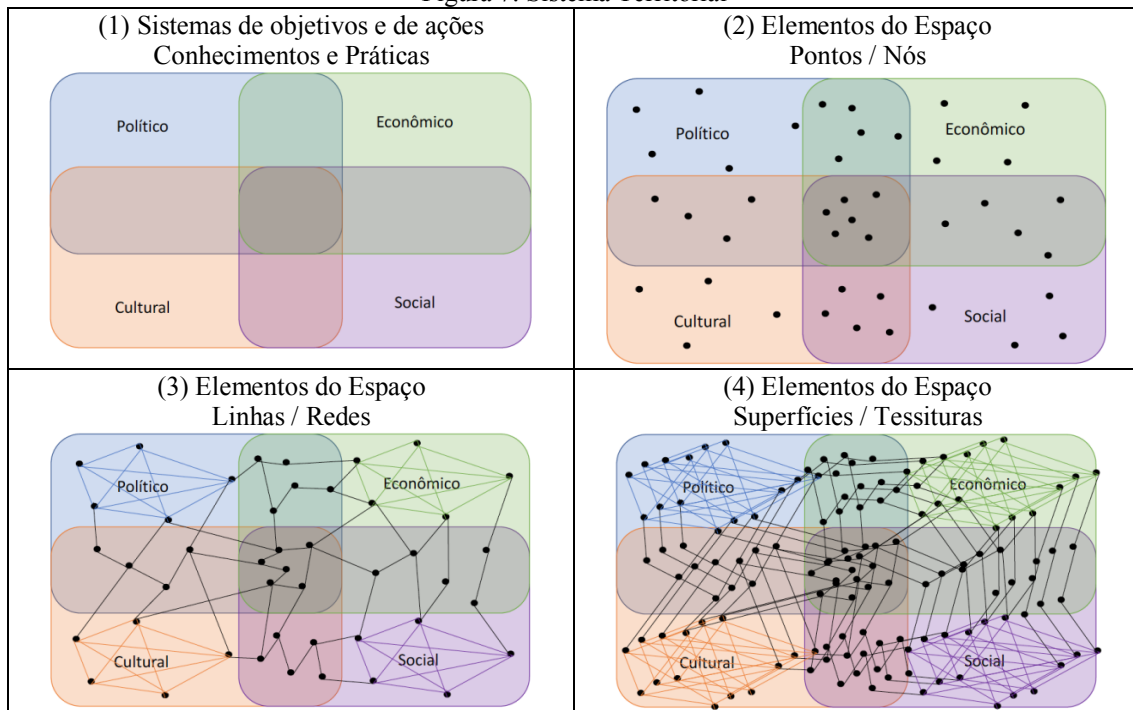
Deste modo, conforme pode ser observado na Figura 7 a seguir, o Sistema Territorial se constitui tanto a partir de sistemas de objetivos e de ações no território (conhecimentos e práticas) quanto por meio dos elementos que atuam no espaço: os pontos ou nós (atores), compreendidos como o estado, as empresas, as organizações, grupos informais e os indivíduos; as linhas ou redes, correspondentes às relações

---

<sup>25</sup>O Rio de Janeiro está na 14ª posição, em 2016, no ranking das 21 megacidades (cidades com mais de 10 milhões de habitantes) do mundo reconhecidas pela ONU - Tóquio/Japão, Déli/Índia, São Paulo/Brasil, Mumbai/Índia, Cidade do México/México, Nova York/EUA, Xangai/China, Calcutá/Índia, Daca/Bangladesh, Los Angeles/EUA, Karachi/Paquistão, Buenos Aires/Argentina, Pequim/China, Rio de Janeiro/Brasil, Manila/Filipinas, Osaka-Kobe/Japão, Cairo/Egito, Lagos/Nigéria, Moscou/Rússia, Istambul/Turquia e Paris/França. (*World Cities Report 2016* - <http://wcr.unhabitat.org/main-report/>).

estabelecidas por conexões e interações, produtivas ou existenciais, entre os diversos atores atuantes no território; e as superfícies ou tessituras, relacionadas com um sistema de limites ou de fronteiras identificados. Estes limites são gerados e diretamente influenciados pelos sistemas de objetivos e de ações, citados anteriormente, pautados pelas dimensões políticas, econômicas, culturais e sociais produzidas no espaço (RAFFESTIN, 1993).

Figura 7: Sistema Territorial



Fonte: criado pela autora com base em Raffestin (1993)

As tessituras, portanto, se traduzem em malhas que

...não são homogêneas nem uniformes. Acolhem, além da população, evidentemente, outros elementos que revelam a organização territorial, ou seja, os pontos ou as nodosidades territoriais ou, ainda, aquilo que se chama de marco. Nesses conjuntos de pontos, que também são localizações e que reagrupam indivíduos ou grupos, se elabora toda a existência, quer se trate de aldeias, cidades, capitais ou metrópoles gigantes. [...] Os pontos simbolizam a posição dos atores.

Mas esses atores não se opõem; agem e, em consequência, procuram manter relações, assegurar funções, se influenciar, se controlar, se interditar, se permitir, se distanciar ou se aproximar e, assim, criar redes entre eles. Uma rede é um sistema de linhas que desenha tramas. Uma rede pode ser abstrata ou concreta, invisível ou visível. (RAFFESTIN, 1993, p.12)

O território então é fruto de um sistema de conexões, de um sistema de redes que se configuram e se reconfiguram, integrando instituições e pessoas, integrando Estado, organizações, empresas e indivíduos, que se articulam em malhas políticas, econômicas, culturais e sociais que se sobrepõem e se integram no espaço.

Esta territorialidade, com suas dinâmicas e interações de natureza organizada ou aleatória, simétricas ou assimétricas, se constitui objeto de estudo da geografia que, numa perspectiva econômica, enfoca sistemas produtivos e arranjos institucionais integrados ao desenvolvimento de cidades, regiões e países.

### 1.3.2 Geografia econômica, aglomerações e desenvolvimento regional

Segundo Scott (2004), a geografia econômica emergiu como uma sub-disciplina da geografia com a finalidade de dedicar um olhar mais aprofundado e atento às questões econômicas no território, por um lado, fortemente influenciado por questões da teoria social e política, enquanto que, por outro, com áreas de forte sobreposição com estudos econômicos e de negócios. Esta visão integradora de elementos da economia com elementos da geografia permitiu a construção de uma ciência regional híbrida com capacidade de análise mais precisa acerca de problemas sócio-econômicos vivenciados nas cidades, regiões ou países (SCOTT, 2000), fazendo com que temáticas essenciais, relacionadas aos potenciais das aglomerações espaciais, aos impactos da globalização e à compreensão das práticas econômicas a partir e através da cultura, fossem melhor compreendidas na perspectiva do desenvolvimento local e regional.

Desta maneira, o capitalismo contemporâneo passou a ser analisado considerando as ressonâncias das localidades e das regiões, em consonância ou não com os sistemas político-institucionais vigentes. As tradições, conhecimentos e práticas locais foram percebidos como influenciadores diretos nos processos de crescimento e desenvolvimento das economias locais. A gestão, as formas de trabalho, os modelos de organização e produção, a criatividade e a inovação foram percebidos como reflexos de complexos culturais do lugar, ainda que impactados, em maior ou em menor grau, por modelos e sistemas globais em expansão.

Neste contexto, as economias de aglomeração assumiram uma posição de destaque para os geógrafos econômicos como instâncias influenciadas de modo híbrido entre o local e o global, sendo consideradas uma importante estratégia de desenvolvimento e crescimento, geradora de externalidades positivas, potencializadora

de ecossistemas criativos e inovadores, redutora de custos e maximizadora de lucros ou ganhos de capital, podendo assumir dois formatos (SILVA, 2004):

- Economias de localização ou justaposição, quando uma indústria é favorecida em função de uma determinada localização favorável às empresas que dela se beneficiam, em virtude da possibilidade de se integrarem num sistema ou complexo produtivo, redutor de custos e maximizador de lucros. O adensamento de empresas com atividades complementares e o compartilhamento de custos e despesas favorecem e alavancam a produtividade e ampliam o potencial de cooperação, fortalecendo a criação de espaços integrados de inovação.
- Economias de urbanização, que correspondem a uma ampliação do conceito de economia de localização pois não se limitam ao benefício de uma indústria específica, mas a uma aglomeração de indústrias diversas em áreas urbanas. A produção de bens públicos é considerada como elemento fundamental das economias de urbanização em virtude de sua natureza de base estrutural e infraestrutural (educacional, tecnológica, de mobilidade, de segurança etc) das demais atividades nas cidades.

Seja de localização ou de urbanização, as aglomerações, entendidas como sistemas de redes, intensificam conexões e estimulam a integração de atores complementares dentro de sistemas produtivos complexos (SILVA, 2004). O reconhecimento e o apoio a polos (da indústria ou de serviços), formados de modo espontâneo, sistematiza, consolida e fortalece relações, qualificando e impulsionando a produção e o consumo; assim como, a criação de novos polos promove o desenvolvimento de regiões (em alguns casos deprimidas), gerando oportunidades de trabalho e renda e ampliando a oferta de espaços voltados para a criatividade e a inovação.

Neste sentido, foram muitos os geógrafos, economistas e outros cientistas sociais que se dedicaram, entre as décadas de 1970 e 1980, a propor soluções de desenvolvimento a partir da análise de regiões específicas – *Silicon Valley*, na Califórnia (EUA); *Third Italy*, situada em partes do nordeste e da região central da Itália; e *Cité Scientifique*, situada no sul de Paris (França) – que desenhavam um novo regionalismo cujo crescimento poderia ser melhor compreendido em termos de forças inovativas geradas dentro de um processo integrador da economia com a vida social (SCOTT, 2000).

No entanto, não existem fórmulas rígidas nem infalíveis. Modelos e fórmulas, apesar de muito celebrados, são perigosos quando reproduzidos sem considerar as realidades locais e regionais, sem promover processos participativos de apropriação e de

inclusão de todos os envolvidos, sem se estar atento para evitar aspectos reprodutores de modelos que reforcem ainda mais as desigualdades, beneficiando sempre os mesmos de modo concentrado. É preciso estar claro como estes modelos de aglomeração são definidos, quem são os reais beneficiados, como se dão suas dinâmicas e quais aspectos devem ser priorizados para o desenvolvimento das localidades e regiões, levando em conta as superestruturas e as práticas individuais (SCOTT, 2000).

Apesar de Scott e Storper (2003) considerarem os aspectos macroeconômicos como críticos e essenciais para o desenvolvimento, estes autores não acreditam num desenvolvimento que não seja fortemente moldado por processos que ocorram nas bases, em regiões específicas que funcionem como *hubs* econômicos e de inovação ou como polos irradiadores de desenvolvimento, incorporando características locais. Nesta lógica, a persistência da eficiência e da inovação nestas regiões deve considerar as interdependências locais como meios e processos garantidores do desenvolvimento.

Ainda segundo estes autores, as cidades e regiões metropolitanas acabam por se estabelecerem como lócus privilegiado para que surjam estas aglomerações, em função da existência de uma infraestrutura urbana, de um adensamento de serviços, estruturas institucionais e de profissionais que favorecem e dão suporte para o desenvolvimento das atividades econômicas, pensadas de modo integrado às relações sócio-culturais.

Numa perspectiva micro, as aglomerações favorecem também os fluxos de comunicação e a geração de conhecimento em função do grau de proximidade entre as empresas e entre os profissionais. Conhecimentos tácitos, não rotineiros ou com conteúdos ambíguos e complexos são melhor compreendidos quando transmitidos via contato presencial, contato este que também influencia na criação de laços de confiança entre os indivíduos e as empresas (SCOTT; STORPER, 2003). De qualquer modo, o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação tem contribuído para relativizar o “presencial” estendendo-o ao campo virtual, mediado por softwares e aplicativos propiciadores de uma comunicação interpessoal mais direta e imediata, como no caso dos softwares de videoconferência.

Ainda assim, Scott e Storper (2003) enfatizam que o uso e a potencialização de economias de aglomeração como estratégia de desenvolvimento nos países considerados em desenvolvimento, apesar de relevante, nem sempre se dão de modo efetivo em virtude de muitas das suas cidades terem sofrido processos de crescimento acelerado, sem quase nenhum controle e planejamento, em virtude de migrações decorrentes de problemas complexos de natureza econômica, social e ambiental. As complementaridades e

interdependências, apesar da elevada densidade urbana destas cidades, são então pouco fluidas e, em alguns casos, bastante precárias.

No entanto, o que se constata nestes países é que o desenvolvimento de aglomerações tem se constituído com base em setores diferentes daqueles comumente promovidos e apoiados nos países desenvolvidos, evidenciando-se setores de baixa tecnologia, artesanais e de produtos tradicionais e de povos originários, além de uma ampla gama de serviços (SCOTT; STORPER, 2003).

### 1.3.3 O território e o campo criativo

O debate acerca dos processos de aglomeração e localização industrial e seus impactos no crescimento e no desenvolvimento de regiões e países desenvolvidos e em desenvolvimento, conforme pôde ser visto até aqui, se configura a partir de uma composição de condições históricas, culturais e econômicas de cada país, pautadas por uma economia política, predominantemente capitalista, voltada para o fortalecimento de processos de acumulação, gerados por uma produção em larga escala e com retornos crescentes. Deste modo, considerando-se as diferenças estruturais e de investimento entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, percebe-se o quanto atividades econômicas diferenciadas e voltadas para mercados de nicho tem destacado setores criativos como alternativas para a geração de trabalho e renda e para o desenvolvimento regional.

Nesta perspectiva, as dimensões organizacionais associadas ao empreendedorismo e à inovação figuram como elementos-chave nos processos de transformação e de crescimento contínuos das empresas. A “destruição criativa”, defendida por Schumpeter (1942 apud SCOTT, 2006) para a indústria tradicional, emerge também como motor de um sistema de fortalecimento e desenvolvimento de novos campos e ambientes econômicos, seja por meio de grandes rupturas, frente a velhos modelos de funcionamento, ou de pequenos processos incrementais de aprimoramento de produtos e ajustes de rota, gerando novos mercados, novas tecnologias e metodologias. Neste sentido, as teorias econômicas institucionalistas e evolutivas, junto à geografia econômica no que se refere aos aspectos regionais e de localização, em muito contribuíram com esse debate, ampliado em fins dos anos de 1970 e no início dos anos de 1980, período da chamada “nova economia” ou economia pós-fordista.

Os empreendimentos dos setores constituidores desta “nova economia”, desde o seu nascedouro até a sua maturidade, convivem com processos contínuos de



aprendizagem e inovação, associados tanto a processos tecnológicos como à geração de conteúdos e ativos intangíveis, o que converge com a realidade dos empreendimentos dos setores culturais e criativos. Scott (2006) contribuiu bastante com este debate, levantando toda uma literatura sobre estruturas e configurações de aglomerações, complexos produtivos regionais e sistemas econômicos urbanos como ambientes favoráveis às energias empreendedoras e inovadoras de empresas do campo criativo.

Mas é importante entender o conceito de campo criativo para Scott, um conceito que está associado diretamente à noção de campo de forças criativas, podendo ser entendido como qualquer

sistema de relações sociais que molde ou influencie a engenhosidade e a inventividade humanas e que seja local de inovações concomitantes. Uma ideia complementar é que este campo raramente será congelado no tempo e no espaço, sendo impactado pelas próprias inovações que ele desencadeia, causando mudanças na sua organização e lógica operacional. Na esfera da economia, tal campo pode corresponder a qualquer número de diferentes arranjos organizacionais. Pode ser representado por um sistema de relações trabalhistas-gerenciais, um tipo particular de estrutura corporativa, um certo grupo de setores (como a indústria de alta tecnologia), ou como Leydesdorff e Etzkowitz (1997) sugeriram, uma "hélice tripla" de interesses acadêmicos, de negócios e governamentais. Freeman (1987) e Nelson (1993) identificaram a economia nacional e suas bases institucionais (ou o sistema nacional de inovação) como outro tipo de campo criativo. (SCOTT, 2006, p. 3, tradução nossa)

Estas diferentes escalas de arranjos, sistemas e complexos produtivos são então tratadas por Scott (2006), considerando-se aspectos relacionados aos empreendedores, como agentes sociais articulados em rede nos territórios, e associados à inovação, por meio da identificação de processos evolutivos de geração de conhecimento (tácito ou explícito) e aprendizagem, levando em conta as relações de proximidade.

As redes conectam empreendedores e estruturam economias de aglomeração, reconhecidas como os principais canais para a geração e reprodução do conhecimento tácito em comunidades de prática, mas também são potencializadas pela criação de espaços de encontros (seminários, workshops, cursos de formação etc), fortalecidos pelo desenvolvimento das TIC, que ampliam possibilidades de compartilhamento e de trocas de informação e conhecimento, seja explícito ou tácito. Neste sentido, tanto organizações multinacionais com sedes distribuídas em diferentes países quanto pequenas empresas tem usado destes mecanismos de troca e aperfeiçoamento do conhecimento (SCOTT, 2006).

O campo criativo é então constituído e potencializado por uma constelação de atores articulados e conectados em uma rede de forças sinérgicas. Em termos institucionais, esta rede é fortalecida por organizações públicas e privadas (muitas destas locais e regionais) voltadas para a criação ou a ampliação de infraestruturas, para o fomento e para a regulação de atividades econômicas, para a oferta de ensino e para o apoio à pesquisa (SCOTT, 2006). Como exemplo disso, podem ser citados: a ampliação do acesso à banda larga, a desburocratização no acesso a financiamentos, a regulamentação e a aplicação das Leis de Propriedade Intelectual, a emissão de certificações de origem, a oferta de cursos de capacitação voltados para as atividades econômicas locais e a criação de fundos voltados para pesquisa e inovação.

Dentro deste amplo espectro, as esferas da cultura e da ciência merecem destaque como campos constituídos por comunidades específicas (estéticas e epistêmicas), diretamente influenciadas e mediadas por forças sociais mais amplas e complexas. Scott (2006) chama atenção para a relevância crescente do campo cultural na produção de bens e serviços e na geração de emprego, ainda que seja um campo pautado por instabilidades e incertezas econômicas.

No campo da economia criativa, numa escala muito menor de aglomeração, o crescimento exponencial de negócios, baseados em tecnologias digitais e que não dependem propriamente de um aparato logístico para os seus processos de distribuição e consumo, e o aumento de oportunidades voltadas para o desenvolvimento de produtos com conteúdos culturais e criativos abriram espaço para a criação de novos modelos de compartilhamento de custos de produção e distribuição. Os espaços de *coworking*<sup>26</sup> figuram como um exemplo ilustrativo de ambientes promotores de novas práticas colaborativas. Micro e pequenos empreendedores, atuantes no campo da economia criativa, tem investido e atuado nestes espaços como estratégia de redução de custos, mas também como possibilidade de inserção num ecossistema criativo e inovador a partir da oportunidade de compor redes colaborativas de criação e produção junto a profissionais relacionados ao seu campo de atuação. Nos últimos anos, houve um

---

<sup>26</sup> “Os espaços de *coworking* são locais de trabalho compartilhados utilizados por diferentes tipos de profissionais do conhecimento, na sua maioria *freelancers*, trabalhando em vários graus de especialização no vasto domínio da indústria do conhecimento. Praticamente concebidos como instalações de aluguel de escritórios onde os trabalhadores contratam uma mesa e uma conexão *wi-fi*, estes espaços são, acima de tudo, lugares onde profissionais independentes vivem suas rotinas diárias, lado a lado, com colegas profissionais, em grande parte trabalhando no mesmo setor - uma circunstância que tem enormes implicações sobre a natureza de seu trabalho, a relevância das relações sociais em suas próprias redes profissionais e, em última instância, sua existência como trabalhadores produtivos na economia do conhecimento”. (GANDINI, 2015, p.194)

verdadeiro “boom” de criação destes espaços como possibilidade de estruturação e desenvolvimento de profissionais criativos, muitas vezes atuando de forma isolada e com atividades econômicas precarizadas. No entanto, como todo novo modelo de organização, erros e acertos já são identificados na construção destas novas práticas de convivência colaborativa, demandando, fundamentalmente, o fortalecimento de uma cultura de participação, de trocas e solidariedades ainda frágeis (GANDINI, 2015).

Está claro então que estratégias associadas ao desenvolvimento de aglomerações de localização ou de urbanização tem se consolidado como processo de desenvolvimento, ainda que esteja em aberto o campo de possibilidades de aplicação, levando em conta as características próprias de cada setor e de cada território. Neste sentido, o sub-tópico a seguir se dedica ao aprofundamento sobre redes e sistemas produtivos, analisando suas relações econômicas e de conhecimento, suas estruturas e dinâmicas de articulação e, por último, suas características quando consideradas e analisadas no campo da economia criativa.

#### 1.3.4 Sistemas produtivos e redes na economia criativa: criação e processos produtivos e inovativos

Dando continuidade ao debate sobre o desenvolvimento de economias de aglomeração, serão analisados, neste sub-tópico, conceitos relacionados: a redes econômicas e de conhecimento, considerando-se aspectos associados às estruturas das firmas, às dinâmicas de mercado e aos mecanismos relacionados com tecnologias sociais e TIC; às redes, arranjos e sistemas produtivos, por meio de um aprofundamento sobre limites e potencialidades para o desenvolvimento local e regional<sup>27</sup>; e, por último, as redes e sistemas produtivos na economia criativa, levando em conta as especificidades dos setores culturais e criativos naquilo que os diferencia dos demais setores da economia.

---

<sup>27</sup> É importante frisar que o debate sobre redes, arranjos e sistemas produtivos e inovativos não se restringe ao campo da economia criativa mas nasce, conforme pôde ser visto anteriormente, de estudos e discussões provenientes da geografia econômica, tendo sido apropriado e utilizado como lente de análise, mais recentemente, dos chamados setores culturais e criativos.

#### 1.3.4.1 Redes econômicas e de conhecimento

Como visto até aqui, as redes econômicas se estruturam e se estabelecem por meio de conexões e dinâmicas que vão do micro (entre pessoas, empreendedores e profissionais) ao macro (entre coletivos, empresas, organizações entre outros). E é nesse território de trocas econômicas ou existenciais, que se estabelecem as trocas simbólicas e cognitivas que empreendem na construção de processos de aprendizagem e de geração do conhecimento necessário à vida cotidiana e profissional. Isto posto, percebe-se o quanto o desenvolvimento efetivo e potencial das organizações e das aglomerações (de localização ou urbanas) se dá por meio de interações estabelecidas dentro de redes sociais que implicam numa economia de rede.

Segundo Granovetter (Apud LIMA, 2009), as redes sociais se constituem por meio de laços fortes e fracos que permitem, por um lado, uma coerência interna das organizações, associada ao conhecimento produzido e desenvolvido a partir de uma intensa frequência de conexões e da continuidade dos encontros entre os atores, e, por outro, a possibilidade de se transmutar e de se renovar por meio de interações que “oxigenem” às práticas organizacionais afetadas pelas novas experiências e possibilidades de inovação. Como território de trocas, as redes têm na sua extensão e horizontalidade características estruturantes, embora “[...] singularizam-se pela presença também de relações de poder e de dependência nas associações internas e nas relações com unidades externas” (LIMA, 2009, p.109).

As redes econômicas progridem então enquanto redes de conhecimento e evoluem como territórios de aprendizagem, potencializados pelas TIC no ciberespaço. De acordo com Levy (1999, p.157),

O ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas: memória (bancos de dados, hiperdocumentos, arquivos digitais de todos os tipos), imaginação (simulações), percepção (sensores digitais, telepresença, realidades virtuais), raciocínios (inteligência artificial, modelização de fenômenos complexos). (p.157)

Neste ambiente, o potencial de compartilhamento é imenso e fortalecido por ferramentas e aplicativos disponíveis, promotores de eficiência e agilidade de processos cognitivos. Os métodos educacionais tornam-se complexos e são desenvolvidos de acordo com as competências e singularidades dos indivíduos e das coletividades. Os

conhecimentos deixam de ser sistematizados de modo rígido e linear, tornando-se fluxos contínuos de trocas e interatividade dentro de um processo contínuo e orgânico. As TIC, portanto, servem como suportes na ampliação e na geração de uma inteligência coletiva, envolvendo comunidades de pessoas independentes, superando distâncias físicas por meio da troca de memórias, imaginação e experiências.

Deste modo, itinerários formativos são ampliados, incorporando saberes acadêmicos ou não. O ciberespaço emerge como possibilidade e complementaridade para a construção de totalidades parciais a partir de seus próprios critérios e pertinências. A navegação torna-se a metáfora da busca por conhecimento, do processo de sistematização de informações que, relacionado com as experiências e o conhecimento acumulado, gera novos conhecimentos, através de processos de desconstrução, criação, ajustes e reconstrução. Nesta perspectiva, destacam-se tanto o conhecimento explícito (codificado) quanto o conhecimento tácito, fruto do cotidiano de cada um (LEVY, 1999).

Há então um processo de retroalimentação pois à medida que a sociedade é transformada pelo acesso às novas tecnologias, as tecnologias são transformadas pela sua apropriação e aplicação no dia a dia (CASTELLS, 2003). A sociedade e, por conseguinte, as organizações em rede estão imersas numa cultura digital, também denominada por Castells como “cultura hacker”, compreendida como “uma cultura de convergência entre seres humanos e suas máquinas num processo de interação liberta. É uma cultura de criatividade intelectual fundada na liberdade, na cooperação, na reciprocidade e na informalidade” (CASTELLS, 2003, p.45).

Porém, o encurtamento das distâncias gerado pela realidade virtual ainda não é substitutivo pleno das relações e interações que se dão de modo presencial nos territórios. O contato frente a frente ou cara a cara, defendido por Storper e Venables (2004), permanece como essencial no estreitamento das relações, seja na transmissão de conhecimentos tácitos, na criação de laços de confiança entre as partes, em processos de socialização e, por conseguinte, de redução da anonimidade com o compartilhamento de valores ou mesmo no aumento do desempenho nos processos comunicativos presenciais, incentivadores de processos imitativos ou de busca pelo desenvolvimento/crescimento. Deste modo, é preciso que haja uma combinação entre o uso de tecnologias e o contato pessoal (TOMAÉL et al., 2005).

O agrupamento de profissionais e empreendedores é considerado um grande fator de urbanização e localização, por permitir uma maior agilidade nos fluxos entre trabalhos e projetos, além de um maior acesso dos empreendedores a novas oportunidades de

negócio. As grandes cidades acabam por se tornar atraentes para profissionais altamente qualificados em virtude destes reconhecerem nestes espaços oportunidades de desenvolvimento e aprendizagem. As grandes cidades também são favorecidas pela concentração de uma diversidade social que facilita e promove o acaso e a serendipidade dos contatos entre as pessoas, gerando maiores oportunidades para a criatividade e a inovação. Os contatos pessoais, aleatórios ou não, facilitam e promovem processos inovativos, possibilitam e fortalecem a criatividade e o desenvolvimento de soluções e produtos (STORPER; VENABLES, 2004). As redes econômicas e de conhecimento, deste modo, são estruturantes de sistemas produtivos e fundamentais para o desenvolvimento de estratégias de aglomeração e de arranjos em sistemas territoriais.

Neste sentido, as redes de firmas contemplam redes e arranjos interorganizacionais que interagem, de modo presencial ou virtual, em virtude de interdependências produtivas e tecnológicas, que caracterizam os ambientes econômicos complexos nos quais estão inseridos (BRITTO, 2017). Dentro deste contexto, Saravia (2002) descreve o conceito de empresa virtual como “uma rede temporária de firmas independentes vinculadas pela tecnologia da informação para compartilhar competências, custos e acesso ao mercado dos outros”. Como uma empresa dinâmica e extremamente adaptável às mudanças conjunturais, ela se estrutura em torno de ações e projetos não necessariamente permanentes, dando maior flexibilidade a criação de arranjos e rearranjos entre as partes, assumindo papéis que podem ser intercambiáveis de acordo com os objetivos pelos quais a empresa virtual foi criada. A tecnologia da informação é a grande mediadora destas novas configurações organizacionais, impactando de modo mais profundo em organizações cujo produto é de natureza intangível. Estas dinâmicas permitem que algumas empresas optem por se concentrar cada vez mais no seu *core business*, terceirizando uma série de atividades para parceiros coordenados dentro de uma rede, podendo aproveitar melhor as oportunidades oferecidas pela ampliação de mercados.

A empresa virtual, por conseguinte, ganha força embora alguns desafios precisem ser enfrentados, no sentido de garantir a efetividade do seu propósito (SARAVIA, 2002): estabelecer um clima de confiança entre as partes; enfatizar e aprimorar as competências de coordenação; melhorar as capacidades de negociação; aperfeiçoar as capacidades de uso da informática; construir relações estáveis e produtivas com os diferentes tipos de parceiros, presentes ou potenciais; conciliar a necessidade de controle com o clima de liberdade. A complementaridade de expertises e conhecimentos gerados na rede confere

muito mais agilidade aos empreendimentos que se desenvolvem de modo integrado e colaborativo. Esta alternativa surge como possibilidade de sobrevivência para os empreendimentos dos setores criativos, que em sua maioria são de micro e pequeno portes, no enfrentamento de um mercado fortemente competitivo e dominado por poucas e grandes empresas da indústria cultural.

Os empreendedores emergem como articuladores destas redes, como agentes de conexão e inovação de grande relevância, como profissionais com capacidade de reconhecer oportunidades e identificar possíveis arranjos e combinações de recursos (internos ou externos) e de coletivos para o desenvolvimento das suas atividades e de seus parceiros dentro das dinâmicas do mercado (VALE et al., 2008).

Com um papel de extrema importância na dinâmica das redes econômicas, estes empreendedores aparecem tanto como agentes de equilíbrio, criando possibilidades de negócios por meio da identificação de lacunas no mercado, não ocupadas em função da desconexão de recursos existentes, quanto como agentes de desequilíbrio, promotores de rupturas, criando nexos e conexões entre recursos e atividades consideradas incompatíveis (VALE et al., 2008).

As redes econômicas se desenvolvem então por meio do compartilhamento de informações e de conhecimentos coletivos dentro de ambientes diversos (presenciais ou virtuais) construídos tanto na informalidade do trabalho, no dia a dia, quanto em ambientes específicos criados com essa finalidade (seminários, oficinas, cursos, espaços de co-criação, laboratórios de inovação etc). Tomaél et al. (2005) defendem que os conhecimentos gerados nestes ambientes, quando produzidos dentro de relações de confiança, se ampliam e tornam-se mais efetivos gerando *insights* e possibilidades de criação infinitas. As redes econômicas são fortalecidas pela construção de relações de confiança que demandam a superação de barreiras erguidas por conta de diferenças culturais e de vocabulários e quadros de referência distintos.

A rede é então potencializadora de resultados a partir do momento que integra esforços e interesses comuns, ampliando a produção de conhecimento e tornando-se modelo de referência para o crescimento e o desenvolvimento econômico a partir de atores que passam a se relacionar e cooperar dentro dela.

#### 1.3.4.2 Redes, arranjos e sistemas de criação, produção e inovação

Fica claro até aqui o quanto as redes econômicas funcionam como espaços de criação e de inovação, baseados no compartilhamento e na geração de conhecimentos que emergem de suas interações. Sua potencialização se dá quando do reconhecimento das dimensões políticas, econômicas, culturais e sociais como fatores estruturantes dos territórios. As redes econômicas podem então ser fortalecidas e ampliadas a partir do momento em que são compreendidas dentro da lógica dos sistemas territoriais de Raffestin (1993). Esta percepção sistêmica gera um olhar mais atento para a sua complexidade, identificando estruturas policêntricas na sua rede de interações, processos de retroalimentação dentro de um conjunto de multiagentes e capacidades auto-organizativas e de recombinação de arranjos interorganizacionais (LE BOURLEGAT; FALCÓN, 2017).

A base para o conceito de Sistemas Produtivos Locais (SPL) nasce deste debate teórico, sendo concebido por Guillaume (2008 Apud LE BOURLEGAT; FALCÓN, 2017, p.102) como

uma forma de organização econômica geradora de produtos ou serviços específicos na qual o território e as relações não mercantis, de natureza social, desempenham papel fundamental. O conjunto de saberes e competências nele praticadas e não reproduzíveis em outros territórios passou a ser visto como sua especificidade e fator de diferenciação. Nele, as experiências anteriores bem-sucedidas contribuem para um conhecimento recíproco e um ambiente de confiança entre os atores. Um dispositivo de regras construído coletivamente rege, ao mesmo tempo, os modos de produção e de viver desses sistemas específicos e autorregulados.

O conceito de SPLs emerge, por conseguinte, com ênfase no enraizamento territorial, promotor de aprendizagem e sentimento de pertença relacionado à memória coletiva e à construção de identidades culturais. As relações de reciprocidade são fortalecidas no território e impactadas por ambientes de proximidade, geradores de relacionamentos de confiança e amizade. Deste modo, dificuldades, desafios e projetos, comuns aos atores, integrados e articulados dentro de um Sistema Produtivo, tem poder de mobilização da rede, gerando cooperação em benefício do coletivo (LE BOURLEGAT; FALCÓN, 2017). Os SPLs superam, portanto, limites político-administrativos pré-definidos, se constituindo enquanto espaços reconhecidos e apropriados pela coletividade.



No Brasil, a RedeSist<sup>28</sup> (MATOS et al., 2015) em muito contribuiu com esta reflexão, por meio do desenvolvimento de pesquisas empíricas sobre arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais (ASPILs), em todas as regiões do país, com a finalidade de identificar e compreender a diversidade de suas estruturas produtivas e suas dinâmicas econômico-sistêmicas, relacionadas a seus processos inovativos.

O conceito de ASPIL (MATOS et al., 2015), comumente chamado de APL, é bastante elástico pois se aplica a arranjos em contextos econômicos e níveis de maturação bastante diversos, envolvendo múltiplos atores (empresas, organizações e órgãos públicos, institutos de ensino e pesquisa, instituições financeiras, agências de fomento entre outros) e múltiplos setores (da indústria, da agropecuária, da mineração, do comércio e de serviços). Deste modo, suas inter-relações são também analisadas em múltiplos níveis e escalas, da micro a macroeconômica, sendo investigados, preferencialmente, aspectos relacionados ao conhecimento tácito produzido no território, por meio da identificação de suas dinâmicas e dos atores envolvidos.

Segundo a RedeSist (2005 Apud MATOS, 2011, p.123-124),

Sistemas Produtivos e Inovativos Locais - SPILs são conjuntos de atores econômicos, políticos e sociais, localizados em um mesmo território, desenvolvendo atividades econômicas correlatas e que apresentam vínculos expressivos de produção, interação, cooperação e aprendizagem. SPILs geralmente incluem empresas – produtoras de bens e serviços finais, fornecedoras de equipamentos e outros insumos, prestadoras de serviços, comercializadoras, etc. – clientes, cooperativas, associações e representações e organizações voltadas à formação e treinamento de recursos humanos, informação, pesquisa, desenvolvimento e engenharia, promoção e financiamento.

Em convergência com o conceito de Guillaume (Apud LE BOURLEGAT; FALCÓN, 2017), as relações entre os territórios e as atividades econômicas desenvolvidas nos APLs também não se limitam aos recortes relacionados ao escopo geográfico, administrativo e político, dos municípios e das regiões.

Como fruto de uma análise aprofundada da evolução dos APLs investigados entre 2000 e 2011 pelos pesquisadores da RedeSist, Matos et al. (2015) puderam identificar

---

<sup>28</sup>Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais (RedeSist) – “uma rede de pesquisa interdisciplinar, formalizada desde 1997, sediada no Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro e que conta com a participação de várias universidades e institutos de pesquisa no Brasil, além de manter parcerias com outras instituições da América Latina, África, Europa e Ásia (<http://www.redesist.ie.ufrj.br>).

aspectos recorrentes em muitos deles, aspectos por vezes potencializadores ou inibidores de dinâmicas inovativas mais fluidas, fortalecidas por redes de aprendizado e geração de conhecimentos, mobilizadas pela integração e ação cooperada entre os atores locais. Dentre estes, podem ser destacados os relacionados às dificuldades no acesso ao crédito e a fontes de financiamento e às dificuldades de mobilização dos atores para a assimilação de uma cultura cooperativa, voltada para a incorporação de modelos e práticas de governança nos territórios. No que se refere ao crédito, emergem como desafios fundamentais: a mitigação da assimetria de informações existente entre as instituições financeiras e os empreendedores; a minimização dos riscos das operações de crédito; e a redução dos custos de concessão de financiamentos. Com relação aos modelos e práticas de governança, a lógica dos “laços fortes e fracos”, conceituada por Granovetter (Apud LIMA, 2009), foi constatada nos relacionamentos entre os atores dos APLs, sendo os laços fortes presentes, principalmente, nos processos de cooperação a montante (fornecedores e prestadores de serviços) e a jusante (clientes), enquanto foram identificados laços fracos ou inexistentes entre atores concorrentes. A diversidade de APLs implica, portanto, numa diversidade de políticas que não podem ser estanques e integralmente padronizadas. Isto posto, o desafio maior que se configura está tanto na necessidade da formulação de políticas flexíveis o suficiente para dar conta das especificidades dos APLs e suas diferenças, quanto na dificuldade do dimensionamento da extensão e da tempestividade da aplicação destas políticas, necessárias para a potencialização de autonomias, evitando processos de dependência crônica dos APLs e das suas empresas com relação à continuidade de programas e projetos.

É importante destacar também os APLs constituídos por MPEs<sup>29</sup>, em função do reconhecimento do seu papel na reestruturação produtiva e no desenvolvimento de regiões e países em desenvolvimento. No Brasil, por exemplo, as MPE correspondiam em 2012 a 98% do total de empresas existentes no país (SEBRAE, 2014) o que corresponde a quase totalidade das organizações.

De acordo com Cassiolato e Matos (2017), é fundamental o reconhecimento do papel dos coletivos de empresas de pequeno porte, no intuito de reformular políticas industriais e tecnológicas adequadas a estes arranjos. Para além do investimento em políticas com abordagens voltadas para o fortalecimento de Sistemas Nacionais de

---

<sup>29</sup>MPEs – correspondem aos microempreendedores individuais, microempresas e empresas de pequeno porte.

Inovação, restritas a processos radicais de mudanças na fronteira tecnológica, próprias das grandes empresas e de seus departamentos de P&D, é necessária a formulação de políticas que incluam novas maneiras de produzir ainda que os produtos se mantenham os mesmos, como ocorre, predominantemente, nas MPE e nas indústrias tradicionais (CASSIOLATO; MATOS, 2017).

O desafio que é atribuído, portanto, ao Estado, dentro da multiplicidade de políticas de desenvolvimento, é “o papel de incentivador das iniciativas de desenvolvimento”, construindo-se “no lugar do poder central anterior, a chamada autonomia regulada, feita de forma policêntrica” (LE BOURLEGAT; FALCÓN, 2017, p. 117). Nesta perspectiva, a governança se dá através da integração de redes de sistemas territoriais, funcionando numa lógica multinível, com capacidade de coordenação de interesses convergentes e de reconhecimento e valorização das diferenças.

A seguir, serão analisadas as redes e sistemas produtivos no campo da cultura e da economia criativa, levando em conta as particularidades dos setores criativos e as políticas desenvolvidas.

#### 1.3.4.3 Sistemas produtivos e Redes de economia criativa (SPREC)

O potencial estratégico da economia criativa para o desenvolvimento do Brasil tem sido aos poucos reconhecido e a formulação de políticas públicas para o fortalecimento de suas redes e sistemas produtivos se faz premente. Neste sentido, uma série de pesquisas vem sendo realizadas com a finalidade de refletir sobre suas particularidades, limitações e potencialidades. Ainda que no Brasil, seja recente a realização de estudos neste campo, um olhar mais atento acerca destes setores nos territórios tem se dado a partir de universidades e de institutos de pesquisa. A RedeSist se destaca mais uma vez em virtude de seus esforços relacionados a essa temática, tendo se dedicado à compreensão de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais intensivos em cultura desde o ano de 2005 (CASSIOLATO et al., 2008).

A cultura e a criatividade são então retomadas dentro da lógica do desenvolvimento defendido por Furtado (2008), seja como base para processos de invenção e inovação de novos caminhos e realidades políticas, econômicas e sociais, seja como bem simbólico, expressão das identidades, com potencial de articulação de redes econômicas e de conhecimentos em sistemas produtivos inovativos nos territórios, compreendidos como os campos criativos definidos por Scott (2006).

Os setores culturais e criativos emergem, deste modo, com todo o seu potencial de produção de bens e serviços de alto valor agregado, promovendo ganhos econômicos e não econômicos, além de gerar oportunidades de negócio associadas às riquezas culturais presentes nas cidades e nas regiões, criando possibilidades de desenvolvimento econômico efetivo para toda uma rede de profissionais, empresas e organizações que se integrem aos seus sistemas produtivos.

Num esforço de análise sobre diferentes correntes teóricas voltadas para o estudo de características e dinâmicas deste campo, Matos (2011, p.128-129) identifica características comuns à dimensão espacial das atividades culturais:

- Uma estreita articulação entre a esfera global e a local, bem como entre grandes e pequenos empreendimentos.
- Uma predominância de empreendimentos de micro e pequeno porte, bem como a presença de um grande número de autônomos, que se organiza, principalmente, em centros urbanos, em aglomerações produtivas, as quais operam à parte ou de forma articulada a grandes empreendimentos multimídia e redes de distribuição.
- A existência de significativas economias de aglomeração, resultantes do uso de uma infra-estrutura física e de comunicações comum, da difusão de conhecimentos tácitos através de redes de interação, formais e informais - que fomentam a criatividade e a inovação - e da cooperação na execução de etapas produtivas e criativas.

Em consonância com os segmentos não culturais, o perfil dominante de MPE e de autônomos também é uma realidade dos setores culturais e criativos, o que aponta para uma economia informal, fruto da fragilidade de setores pouco estruturados e com pouco (ou nenhum) suporte institucional. Os grandes empreendimentos, ainda que estimulem redes econômicas e sistemas produtivos incluídos de pequenos negócios, estabelecem relações de dependência destes e de precariedade nas suas contratações.

Matos et al. (2017) reforçam a relevância da cooperação para os setores culturais ao relatarem sobre estudos comparativos entre APLs de segmentos culturais e não culturais estudados pela RedeSist. A intensidade de conexões e de práticas cooperativas dos agentes dos segmentos culturais (63,2%) é muito superior quando comparadas com os segmentos não culturais (30%). No entanto, é preciso não confundir práticas de cooperação nas redes econômicas e nos sistemas produtivos com a existência de uma cultura de cooperação consolidada que garanta a superação de fatores relacionados aos ambientes competitivos. O que se constata é que a complexidade dos produtos (bens e

serviços) criativos demanda o envolvimento de múltiplos profissionais com múltiplas habilidades no desenvolvimento de projetos específicos (MATOS, 2011), integrando verticalmente profissionais e empreendimentos (a montante e a jusante), conforme constatado e citado anteriormente em estudos de APLs realizados pela RedeSist (MATOS et al., 2015). A cooperação se dá então, preferencialmente, em termos produtivos, mas é frágil enquanto prática associada a processos mais amplos de governança territorial, conforme pôde ser apreendido por Bendassoli e Borges-Andrade (2011) em estudo realizado junto a profissionais do campo cultural e criativo.

Contudo, cada vez tem se tornado mais evidente que

no caso de um sistema produtivo e inovativo centrado em atividades de base cultural, o fator determinante da competitividade não se origina da estratégia de um único empreendimento, mas sim da soma das estratégias e da qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelo conjunto dos empreendimentos envolvidos. (MATOS et al., 2017, p.208)

Neste sentido, as grandes cidades emergem como territórios privilegiados para o desenvolvimento de atividades culturais e criativas em função da sua infraestrutura institucional, da densidade de profissionais atraídos por melhores condições de trabalho e da diversidade cultural resultante dos fluxos migratórios destes profissionais. Matos (2011, p.130) ratifica esta percepção ao afirmar que “as atividades culturais tendem a evoluir para uma configuração locacional marcada por múltiplas aglomerações espalhadas por grandes regiões metropolitanas ao redor do mundo”.

Em virtude da dimensão cultural estar presente tanto na constituição de seus processos criativos e produtivos quanto nas trocas simbólicas e econômicas entre seus diversos atores, os sistemas produtivos dos setores criativos se configuram em dinâmicas orgânicas enraizadas no território, fundindo o global com o local, conectando-se e desconectando-se em função de atividades e projetos específicos, articulando-se em redes no cumprimento das etapas dos seus ciclos econômicos – criação, produção, divulgação, distribuição. A diversidade cultural surge, portanto, como grande insumo para a inovação e as transformações econômicas e sociais nos territórios. “Quanto mais denso e rico o conteúdo cultural de um determinado grupo social, maiores as possibilidades de enfrentamento dos desafios associados ao desenvolvimento econômico e à inserção na economia nacional e global” (MATOS et al, 2017, p.195).

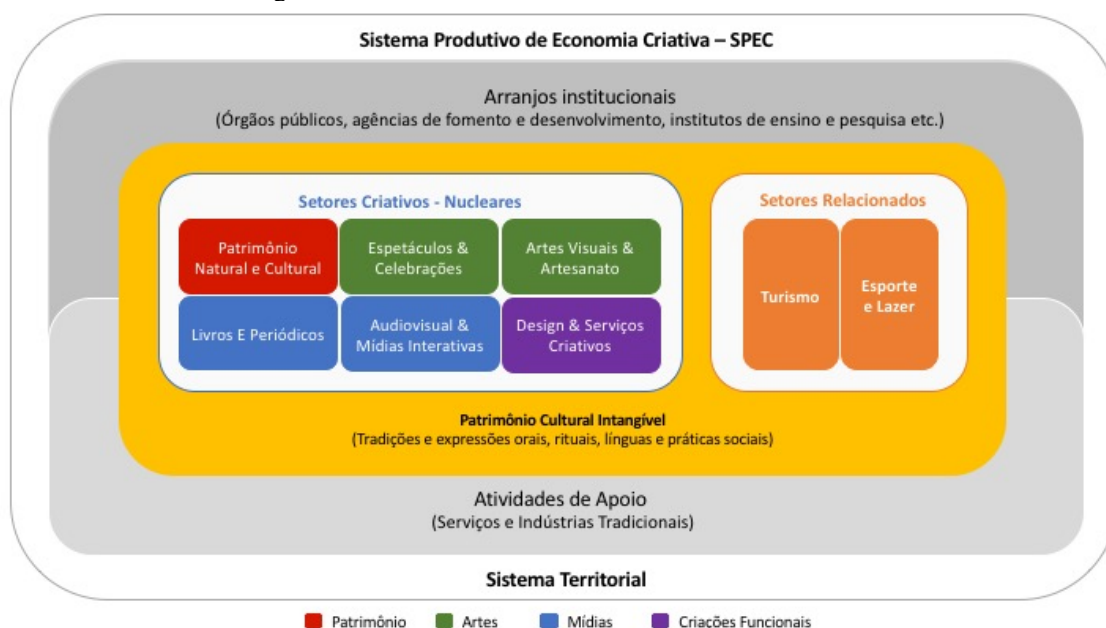
Para além do valor agregado com potencial de diferenciação dentro de padrões de consumo globais homogeneizantes, a cultura, enquanto produção simbólica, também está

impregnada de valores e visões de mundo que pautam o cotidiano das pessoas nos territórios, funcionando como amalgama das sociabilidades por constituir sentidos e identidades.

Cada um destes aspectos impacta diretamente nas dinâmicas territoriais e definem lógicas de relacionamento, compartilhamento de informações e de geração de inteligência coletiva (LÉVI, 1999).

O sistema produtivo de economia criativa (Figura 8) se constitui, portanto, de múltiplas redes econômicas e não econômicas, alimentadas por uma diversidade de agentes atuantes no cerne das atividades dos setores criativos (patrimônio, artes, mídias e criações funcionais); atuantes em setores relacionados, como no caso dos setores de turismo, esporte e lazer, estabelecendo relações econômicas, culturais e sociais de retroalimentação; atuantes no setor de serviços (registros de marcas e patentes, direitos autorais, comércio e distribuição, serviços gráficos, suporte em TI entre outros) e nas indústrias tradicionais (confecção de roupas, instrumentos musicais, produção de aparelhos e equipamentos de audiovisual e som, equipamentos de informática, cosmética, mobiliário entre outros); e, por último, atuantes em arranjos institucionais necessários para o desenvolvimento e o fortalecimento dos setores criativo nos territórios (órgão públicos, agências de fomento, instituições de ensino e pesquisa, agências de regulação etc).

Figura 8: Sistema Produtivo de Economia Criativa – SPEC



Fonte: criado pela autora como síntese dos *frameworks* da UNCTAD (2010) da UNESCO (2009) e da FIRJAN (2016).

A Figura 8 acima apresenta uma tentativa de representação gráfica, genérica e esquemática, com a finalidade de identificar as categorias dos potenciais atores envolvidos nas dinâmicas econômicas dos sistemas criativos. O grau de maturidade e de desenvolvimento dos Sistemas variará de território para território apresentando estruturas mais robustas ou fragilizadas. Num campo onde a informalidade é muito forte e os empreendimentos formalizados figuram em sua maioria como MPEs, a figura do empreendedor ganha força como o grande articulador de redes, defendido por Vale et al. (2008) como agente de conexão e de inovação, responsável pelas dinâmicas e pelos fluxos econômicos e sociais dos sistemas produtivos.

Como um exercício de síntese, vale, portanto, destacar alguns pontos que caracterizam e influenciam as dinâmicas das redes econômicas e dos sistemas produtivos de economia criativa (CASSIOLATO et al., 2008; MATOS, 2011):

- As atividades culturais e criativas têm relevância econômica, impactando diretamente na geração de trabalho e renda;
- A cultura é elemento fundante de processos inovativos, que podem ser potencializados por meio de relações entre tradição e inovação;
- Há tensionamentos, mas também há possibilidades de convergências entre as forças de mercado e a necessidade de preservação e valorização da diversidade cultural;
- Os valores agregados aos produtos (bens e serviços) criativos são construídos e podem ser fortalecidos a partir dos potenciais culturais locais e de processos coletivos e colaborativos entre os membros de suas redes de criação e produção;
- A atuação no campo cultural e criativo demanda uma base de conhecimentos múltiplos e diversificados, voltados tanto para a criação e produção de bens e serviços quanto para a gestão de negócios;
- Uma cultura colaborativa é essencial para o fortalecimento de processos de governança territorial, caracterizados por articulações multiníveis e voltados para interesses comuns;
- As necessidades reais e os interesses concretos dos agentes locais, componentes de redes e sistemas produtivos de economia criativa, devem pautar a formulação e a implementação de políticas públicas voltadas para o seu fortalecimento e desenvolvimento.

Este tópico teve como finalidade contribuir com o aprofundamento sobre as lógicas e dinâmicas das redes e sistemas produtivos de economia criativa numa abordagem territorial, levando em consideração suas características sistêmicas relacionadas com aspectos geográficos, econômicos, produtivos, inovativos e culturais. Nesta perspectiva, o enfrentamento da dependência cultural e o fortalecimento de um desenvolvimento endógeno foram reafirmados como estratégias fundamentais para a promoção da autonomia de países em desenvolvimento. Donde se conclui que redes e sistemas produtivos de economia criativa, quando apoiados e fortalecidos nas suas dimensões culturais e econômicas, geram oportunidades de trabalho, renda e inclusão produtiva, consolidando identidades e sentimentos de pertença, além de produzirem externalidades positivas, fundamentais para a qualidade de vida e o bem-estar, ampliando capacidades e liberdades.

No tópico a seguir, é feita uma discussão sobre políticas públicas e a necessidade de um estado-rede para o enfrentamento das problemáticas atuais enfrentadas pela sociedade. Considerando-se que os sistemas territoriais se constituem e se dinamizam por meio de redes, nada mais pertinente do que se pensar num modelo de estado que também assim o seja. Num ambiente complexo constituído por múltiplas tessituras, só é possível uma ação eficiente e efetiva de um estado que parta de uma mesma lógica, estimulando e promovendo a integração e as sinergias de múltiplos atores, públicos e privados, institucionais, organizacionais, empresariais e da sociedade civil.

#### **1.4 Políticas públicas e estado-rede**

O capítulo teórico desta tese é então finalizado neste tópico, evidenciando características e dinâmicas necessárias para a formulação e implementação de políticas públicas, de modo coerente com as necessidades da sociedade e com os interesses comuns do país. Deste modo, os regimes democráticos são assumidos como panos de fundo necessários para a construção de um modelo de desenvolvimento, pautado por novas territorialidades e mecanismos participativos. Na sequência são analisadas características e limites das capacidades estatais junto aos mecanismos de participação, evidenciando a importância do estímulo e da mobilização de arranjos institucionais, racionalizadores de recursos e potencializadores de sinergias, garantindo a execução, a implementação, o monitoramento e a avaliação de políticas públicas efetivas, integrando agentes do poder



público, da iniciativa privada e da sociedade civil. Dentro desse processo de múltiplas articulações, a política pública assume a dinâmica de rede como *modus operandi*, impactando diretamente na criação de um novo modelo de estado, reconfigurado como estado-rede.

#### 1.4.1 Política e políticas públicas: conceitos e dinâmicas

Desde a pólis grega (NOGUEIRA, 2014) que a política se apresenta como o caminho para a convivência em comunidade, como processo necessário para a criação de um ambiente de igualdade e de isonomia entre os cidadãos, como instrumento de participação com vistas ao bem comum, como mecanismo de articulação e busca por consensos, como espaço para a integração de desejos, vontades e interesses coletivos. Partindo-se dessa compreensão, a política baseia e orienta a ação do estado fortalecendo valores e influenciando decisões que impactarão na formulação de políticas públicas.

Num mundo infinitamente mais complexo do que o das cidades-estados, o debate se amplia e se coloca como necessário para entender o papel do estado contemporâneo e dos seus agentes políticos no processo de formulação e execução de políticas públicas para o desenvolvimento do país. Seja no campo da sociologia, da ciência política, da antropologia, seja no campo jurídico ou administrativo, o estado se coloca como ator fundamental para a definição de caminhos necessários à uma gestão pública eficiente e efetiva, voltada para o bem comum e para os interesses públicos, sobrepondo-se aos interesses privados (SARAVIA, 2006).

Nesta perspectiva, de acordo com Parada (2006), o conceito de política é bem mais amplo quando comparado ao conceito de políticas públicas, em virtude desse último corresponder a soluções específicas relacionadas com temas, demandas e problemáticas priorizadas pelo governo com a finalidade de gerar mudanças e transformações necessárias para a sociedade. A política pauta então a agenda das prioridades governamentais com a intenção de convertê-las em políticas públicas enquanto os governos funcionam como instrumentos de execução destas políticas com a finalidade de alcançar os resultados almejados.

Analisando o papel do estado nos países da América Latina, Saravia (2006) afirma que, mais propriamente na segunda metade do século XX, foram sendo percebidas as limitações da visão jurídica herdada dos países ibéricos, incapaz de lidar com questões de natureza complexa, dinâmica e, na maioria das vezes, imprevisível dos cenários com os

quais a administração pública se relacionava. O antigo gestor público, mero cumpridor de normas e legislações pré-definidas, não foi mais suficiente para o enfrentamento da realidade. Diante disso, a capacidade de formulação e de reformulação de políticas públicas frente às mudanças contínuas foi compreendida como necessária e essencial, passando a ser encarada como fundamental num processo mais amplo de compreensão do mundo, da sociedade e das suas novas dinâmicas.

Os ministros da função pública dos países da OCDE<sup>30</sup> sintetizaram da seguinte forma as principais razões para reexaminar o papel do governo: a mudança profunda e rápida do contexto econômico e institucional, os problemas de complexidade crescente vinculados à globalização, que levam à necessidade de competir na economia mundial e à internacionalização de muitos assuntos que anteriormente eram preocupações domésticas, a diversificação das necessidades da sociedade, as novas tecnologias de comunicação e informação e o papel decisivo da mídia, a crescente participação dos usuários e grupos de pressão nos processos decisórios e a exigência de maior transparência e provisão de informação em todas as áreas de ação governamental. (SARAVIA, 2006, p. 24-25)

Esse processo de ampliação e de reformulação do papel do estado na América Latina foi fortemente influenciado pela escola estadunidense. Deste modo, o uso de ferramentas de planejamento, que permitiram um olhar mais técnico e eficiente na definição e no cumprimento de metas<sup>31</sup>, foi incorporado às práticas de gestão dos governos latino-americanos. Todavia, apesar dos avanços concretos conquistados nos anos 50 e 60, estes países foram fortemente abalados pelas crises globais enfrentadas na década de 70 (ex: as crises do petróleo) e que exigiram uma nova reestruturação da gestão pública numa perspectiva estratégica, com maior capacidade e agilidade de resposta frente às mudanças e instabilidades. A partir dos anos 80 (SARAVIA, 2006), emerge uma nova reformulação da administração pública, por meio da incorporação, em seus processos de gestão, de novos métodos e tecnologias provenientes do campo da administração, da economia e da telemática que, na década seguinte, se aprofundariam no que diz respeito às tecnologias da informação e da comunicação (TIC), gerando impactos diretos na construção de processos

---

<sup>30</sup>A Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) é uma organização intergovernamental baseada em Paris que se dedica à pesquisa e estudos para o aperfeiçoamento das políticas públicas nas mais diversas áreas e à troca de experiências entre países membros e parceiros (<http://www.oecd.org/about/>).

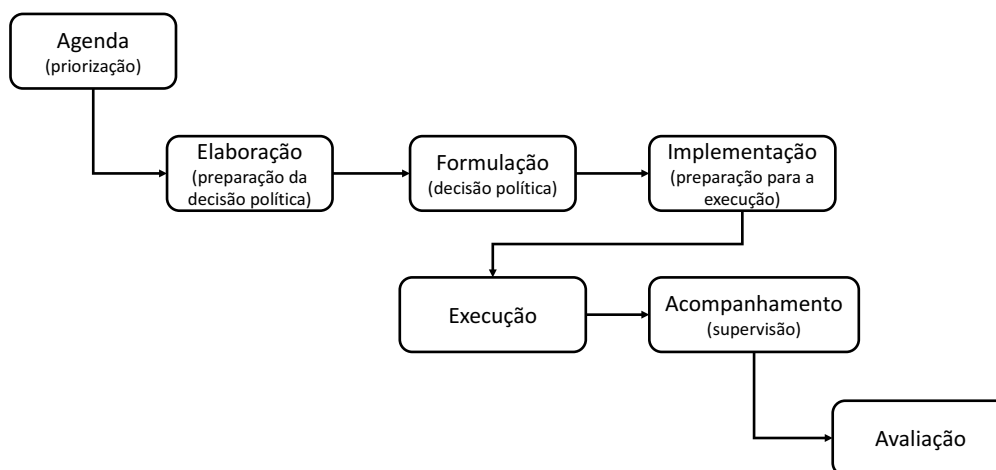
<sup>31</sup>Nesse sentido, é exemplar o processo de industrialização do Brasil alavancado por um estado desenvolvimentista, ainda que extremamente conservador, centralizador e autoritário. À estrutura estatal foram incorporados órgãos, agências e autarquias governamentais que, agindo de modo planejado e coordenado, investiram fortemente em infraestrutura e assumiram riscos determinantes para o aparelhamento do parque industrial nacional transformando a matriz produtiva do país. (BARCELAR, 2003).

participativos e democráticos. O planejamento, agora denominado como estratégico, permanece como processo fundamental, embora a centralidade da ação governamental se dê no âmbito das políticas públicas, contemplando múltiplos atores – governo, sociedade civil e iniciativa privada – e considerando aspectos do macroambiente econômico, ambiental, cultural e social.

Saravia (2006) afirma que o processo de construção de políticas públicas incorpora o planejamento estratégico como mecanismo para a análise de cenários, a formulação e construção de políticas, a definição de processos de implantação e implementação, considerando-se a alocação de recursos materiais, orçamentários, de pessoal e as possibilidades de articulação interinstitucional (viáveis) e de estabelecimento de mecanismos de monitoramento e avaliação, com flexibilidade para ajustes e redirecionamentos de percursos e trajetórias.

No entanto, segundo este mesmo autor, a lógica do planejamento não se desenvolve de modo linear pois uma das grandes questões da máquina pública é sua dinâmica caótica, enfrentada diuturnamente por uma burocracia que busca, de certa forma, ordenar e racionalizar processos para garantir o cumprimento dos objetivos definidos a partir das políticas públicas estabelecidas. A noção linear de começo, meio e fim, só existe enquanto zona de conforto, garantidora de um padrão de racionalidade mínima e necessária ao planejamento e à execução de políticas públicas. Diante disto, faz-se necessário o reconhecimento da complexidade de uma máquina constituída por múltiplos atores, afetados por múltiplas variáveis e empenhados no cumprimento ou pelo menos no encaminhamento de múltiplos interesses. A racionalidade, ainda que não dê conta das dinâmicas complexas deste ambiente, contribui de algum modo com a mitigação das dificuldades próprias do processo que vai da priorização de demandas, dentro de uma agenda governamental, até a avaliação das políticas públicas executadas. A Figura 9 apresenta as etapas desse processo:

Figura 9: Etapas das Políticas Públicas



Fonte: criada pela autora a partir de Saravia (2006).

O processo de priorização de ideias e temas dentro das agendas dos governos corresponde ao nascedouro das políticas públicas. As agendas se configuram como listas onde temas ou problemas são priorizados em função da sua relevância para a sociedade, da capacidade dos governos de fazer frente a estas questões e da decisão política dos tomadores de decisão (KINGDON, 2006).

No entanto, é importante ter claro que existem múltiplas estratégias que podem interferir e qualificar o processo de priorizações de ideias. Estas estratégias tradicionalmente obedecem uma lógica *top-down* (de cima pra baixo) com o processo de priorização se limitando à esfera dos agentes governamentais para a construção desta agenda. Contudo, conforme poderá ser observado a partir do sub-tópico a seguir, cada vez mais se consolida em regimes democráticos uma definição de prioridades que passa pela participação popular, levando em conta as reais necessidades da sociedade, envolvendo-a em consultas e processos decisórios. Este processo, enfatizado nesta tese, é também denominado de *bottom-up* (de baixo pra cima).

A determinação de prioridades não se encerra na elaboração desta agenda, mas se inicia nela se aprofundando por meio da análise de possíveis soluções frente a critérios e parâmetros estabelecidos para o enfrentamento das questões levantadas. A avaliação de alternativas de solução de maior impacto, em equilíbrio com as capacidades gerenciais e os recursos do poder público no futuro processo de implementação de políticas, constitui o processo de elaboração necessário e preparatório para a tomada de decisão política sobre qual o melhor caminho a ser seguido, considerando-se seus objetivos e seus marcos jurídico, administrativo e financeiro. É na implementação que se dá então o processo de

planejamento e organização do aparelho administrativo, por meio da elaboração de planos, programas e projetos com a definição correspondente dos recursos necessários a serem alocados. Feito isto, pode-se seguir para a execução com o seu devido monitoramento e posterior avaliação (SARAVIA, 2014; SARAVIA, 2006).

Cada uma das etapas descritas será ou deverá ser cumprida para o atingimento dos objetivos previstos pelas políticas públicas formuladas, ainda que não ocorram numa sequência estritamente linear, estando sujeitas a idas e vindas no fluxo decisório, na formulação, na implementação ou na execução.

#### 1.4.2 Políticas públicas, novas territorialidades e processos participativos

Para além da compreensão das etapas e dos mecanismos necessários aos processos de priorização, formulação e execução de políticas públicas, faz-se necessária a compreensão das novas territorialidades e dos processos de participação como fatores de legitimação e efetivação do fazer político. A missão de governar torna-se então cada vez mais complexa frente aos múltiplos desafios e problemáticas emergentes de uma multiplicidade de territórios com natureza diversa e com demandas específicas.

De acordo com Thayer e Delamaza (2016), a ação do estado como mediador das relações e dos fluxos estabelecidos entre as pessoas, a esfera do comum e as atividades econômicas tem se dado de modo mais ou menos intenso no decorrer da história. E esta intensidade de mediação, em maior ou em menor grau, é fruto da estrutura do estado e do modelo de desenvolvimento por ele adotado dentro de um espectro bastante amplo entre o estado mínimo e o estado intervencionista. Se no ciclo de industrialização, o estado funcionou não só como regulador das atividades econômicas, mas como principal investidor e promotor de uma ambiência e de uma infraestrutura favoráveis ao desenvolvimento das empresas; no ciclo de pós-industrialização, percebe-se uma tendência mundial por um sistema neoliberal de estado mínimo. Este processo acaba por ampliar a dissociação entre sociedade e estado, gerando uma crise de representatividade político-institucional. Soma-se a isso o fato de haver uma maior complexidade subjetiva no campo do território, estabelecido de acordo com múltiplos critérios e categorias sociais. Deste modo, os novos sujeitos sociais se configuram a partir de um sistema simbólico cultural conectado com questões de pertencimento, de gênero, de situações de risco social e de referenciais ideológicos e políticos. Os novos sujeitos sociais e seus

agrupamentos acabam por ser definidores de territórios e zonas que não necessariamente correspondem ou se restringem à geografia político-administrativa pré-definida.

Nesta perspectiva, Thayer e Delamaza (2016) afirmam que os territórios são espaços definidos a partir das subjetividades e singularidades dos sujeitos que o habitam e nele atuam, em um determinado espaço ou região e que, nestes espaços de encontro entre cidadãos, instituições e empresas, faz-se necessário um sistema de governança promotor de legitimidade e garantidor da escuta das reais necessidades do território.

Estes mesmos autores também defendem a necessidade da instituição de sistemas governança, garantidores da presença dos atores direta ou indiretamente envolvidos tanto na formulação de políticas quanto no monitoramento das ações implementadas. Para estes autores, a governança democrática é um exercício complexo e multinível de cooperação e coordenação que exige a maturidade e o compromisso dos envolvidos, além do estabelecimento de mecanismos de participação de baixo para cima; é também uma proposta de descentralização política, onde à gestão territorial é incorporada a participação cidadã. O não entendimento claro sobre as necessidades e demandas regionais cria um vácuo imenso na capacidade de formulação e implementação de políticas públicas efetivas. Deste modo, não há como se pensar na formulação de políticas públicas para o desenvolvimento de territórios sem um sistema de governança democrático e transparente.

Outro aspecto relevante e que merece consideração é que as demarcações regionais político-administrativas geralmente não correspondem a territórios homogêneos, sendo necessária uma leitura e uma análise mais profunda que considere características políticas, econômicas e culturais, para além das questões sócio-demográficas usuais e presentes em cada região.

No entanto, Rocha e Castro (2016) advertem que se por um lado a descentralização de políticas públicas é importante, por outro, deve-se evitar sua fragmentação. Enquanto regiões metropolitanas convivem com situações de contrastes dentro de um mesmo território, no interior dos estados existem municípios em situações e com características similares o suficiente para agirem de modo cooperado, compartilhando processos de formulação e implementação de políticas públicas comuns.

De modo complementar, Rocha e Castro (2016) chamam atenção também para as assimetrias técnicas, administrativas e financeiras existentes entre as unidades federativas e os municípios brasileiros. A precariedade da maioria dos municípios brasileiros impede

que haja uma ampla descentralização de políticas em virtude da incapacidade da gestão e da fragilidade da estrutura municipal, o que demanda

uma maior coordenação federativa na produção das políticas públicas, tanto em seu sentido vertical, articulando União, estados e municípios, como, também, em seu sentido horizontal, estruturando esquemas de cooperação entre estados e, principalmente, entre municípios. Mostrou-se indispensável, portanto, produzir relações mais complexas e matizadas entre os entes federados (ROCHA; CASTRO, 2016, p. 68).

Delamaza (2016) contribui com o debate descentralização-participação em políticas públicas enfatizando a importância da institucionalização dos processos participativos. Numa análise desse processo na América Latina, o autor chama atenção para o fato de que os mecanismos de viabilização da participação ainda são limitados a um caráter consultivo e que a falta de uma institucionalização mais ampla da participação cidadã tem redundado numa reprodução de desigualdades, posto que há uma desconfiança clara dos cidadãos e cidadãs frente as instituições políticas democráticas. Ele defende que uma participação cidadã efetiva depende essencialmente do contexto político nacional estabelecido, incluindo as características do estado, e da racionalização das normatizações sobre os mecanismos para evitar a criação de um aparato burocrático que se encerre em si mesmo.

Delamaza (2016) afirma que a análise da institucionalização de processos participativos deve levar em conta três questões fundamentais: quem participa (atores implicados em uma política ou programa), através de quais mecanismos concretamente se efetiva a participação e se a participação se caracteriza como informativa, consultiva ou vinculante (consequências do processo).

No Brasil, desde o final dos anos 1970, que movimentos sociais<sup>32</sup> emergiram das periferias das cidades brasileiras de modo dissociado dos conselhos, inseridos no aparelho estatal do governo ditatorial, e das representações sindicais estabelecidas. Estes movimentos ampliaram e qualificaram demandas populares levantando questões associadas a reivindicações urbanas (moradia, saúde, segurança etc) e a temáticas específicas (feministas, LGBT, ambientais etc) que só reforçaram o processo de

---

<sup>32</sup> Movimento Social “refere-se a uma forma de ação coletiva, dentre outras como, por exemplo, manifestações ou ciclos de protestos, assim como ações desenvolvidas por grupos que integram coletivos e instâncias de participação, tendo, cada uma delas, suas características diferenciais específicas” (MARTES e ARAUJO In: FARIA, 2016, p. 267).

redemocratização, o que acabou por gerar o movimento Diretas Já (MARTES; ARAUJO, 2016).

Com a redemocratização, seguiu-se a constituição da Assembleia Nacional Constituinte em 1988, responsável por incorporar na nova Carta Magna políticas de proteção social, além de definir responsabilidades e competências no âmbito federativo (União, Estados e Municípios) e instâncias de participação popular no aparelho do Estado.

A importância e a institucionalização destes movimentos sociais, junto à criação de canais institucionalizados (Conselhos) no aparelho estatal, foi um processo natural de democratização da administração e gestão públicas, que foi gradativamente ampliado a partir do governo Itamar Franco, ganhando força no governo Fernando Henrique Cardoso e se consolidando como política no governo Luís Inácio Lula da Silva. “Entre 2003 e 2013, dezenove conselhos foram criados e outros dezesseis foram reformulados, com o objetivo de incluir a dimensão do controle social na gestão das políticas públicas” (MARTES; ARAUJO, 2016, p.271). Em 2015, a União atingiu o número de 40 Conselhos e Comissões Nacionais, criados em função de setores e temáticas específicas.

A priori, esse processo pareceu garantir a representatividade da sociedade civil junto ao poder público, permitindo que políticas e programas viessem a corresponder às reais demandas populares, o que em parte ocorreu, mas não se confirmou de modo integral. A maior parte destes conselhos tem caráter consultivo e ainda que as temáticas tratadas sejam, na maioria das vezes, intersetoriais, envolvendo mais de uma pasta, na prática, os conselhos estão associados a um único órgão que é quem se responsabiliza pela formulação e implementação de políticas relacionadas às suas temáticas de modo pouco ou nada articulado com outras pastas. Conseqüentemente, problemas complexos e inter-relacionados são tratados separadamente pelos conselhos específicos de cada setor, o que faz com que as políticas, em muitos casos, não levem em conta todas as variáveis necessárias para solucionar problemas e demandas da sociedade.

Para além da institucionalização destes conselhos, o governo eletrônico se desenvolveu como alternativa e mecanismo de promoção da participação cidadã, dentro de um processo de colaboração mais ampla, como objetivo de aproximar as políticas das grandes questões sociais e econômicas (CUNILL-GRAU, 2016), racionalizando processos tanto para a oferta de serviços públicos quanto para consultar a sociedade, prestar contas e dar transparência às informações governamentais (EISENBERG, 2014).



### 1.4.3 Capacidades estatais, participação e arranjos institucionais nas políticas públicas

Como pôde ser percebido até aqui, a promoção de políticas públicas apoiadas em amplos consensos, articulados entre os diversos atores envolvidos, garante a legitimidade das ações governamentais e a manutenção de programas e projetos no médio e longo prazo. Entretanto, se por um lado a vigência de instituições democráticas garante a legitimação das tomadas de decisão e a manutenção de políticas debatidas e apropriadas pela sociedade, por outro, as múltiplas etapas e camadas de decisão podem causar ineficiência e, em alguns casos, custos de transação que prejudiquem a execução tempestiva e oportuna para a solução de problemas que pedem agilidade e rapidez (GOMIDE; PIRES, 2014). Deste modo, a atenção se volta para a capacidade de execução deste estado, levando em conta suas estruturas e dinâmicas de funcionamento, a partir de suas dimensões jurídico-institucionais, técnicas e burocráticas, dentro de um contexto político e social, permeado por jogos de força e de interesse e por conflitos e tensões intensificados pelos processos de participação democrática (SARAVIA, 2006).

Segundo Gomide (2016), o estado, seja numa configuração de estado mínimo ou com um caráter fortemente intervencionista, é definidor de trajetórias de desenvolvimento dependentes de duas questões fundamentais: qual a estrutura e a capacidade do estado em identificar problemas, formular, implantar, implementar e monitorar políticas públicas; e quais são as dinâmicas e práticas necessárias para a efetivação de relacionamentos entre o estado, a sociedade e o mercado, gerando sinergias positivas nos processos de desenvolvimento.

Gomide (2016) segue afirmando que em países emergentes<sup>33</sup>, como no caso do Brasil, o debate sobre capacidades estatais e práticas democráticas tem se fortalecido nas últimas décadas com a finalidade de se responder a estas questões essenciais para a formulação e a implementação de políticas públicas consistentes, viáveis e geradoras de um impacto real e efetivo para o desenvolvimento do país.

Nesta discussão, a noção de “autonomia enraizada” (*embedded autonomy*) ganha relevância em virtude da necessidade de se garantir que a burocracia estatal não se submeta a interesses privados, sobrepondo-os aos interesses públicos. Nesta perspectiva,

---

<sup>33</sup>“De acordo com a literatura, emergentes são os Estados que se tornaram atores relevantes no plano global nos últimos anos por apresentarem vigor econômico e condições favoráveis à expansão do capitalismo mundial – amplos territórios, grandes populações e fartos recursos naturais –, além de aspirarem a uma posição relevante na ordem internacional (Soares de Lima, 2012)” (GOMIDE, 2016, p. 17).

as relações com os setores privados devem ser construídas sempre no sentido da coletividade, do desenvolvimento, sem nunca acontecer a captura do estado (GOMIDE, 2016). A relação do estado com os setores privados se configura como uma das relações possíveis no seu amplo espectro de atuação.

Deste modo, é fundamental o desenvolvimento de mecanismos e competências que garantam tanto uma leitura clara da realidade e das questões enfrentadas pela sociedade quanto garantam a capacidade deste mesmo estado atuar com eficiência e efetividade nos processos de transformação. Esta não é uma tarefa simples, mas, ao contrário, bastante complexa, o que reforça a necessidade de uma legitimação social construída a partir de negociações, pactos, coalizações e alianças entre os diversos atores envolvidos.

Percebe-se então a relevância da criação de canais de relacionamento com a sociedade civil, seja por meio da institucionalização de sua representatividade no aparato do estado ou da institucionalização de canais diretos com a população<sup>34</sup>. No entanto, na perspectiva da formulação e a execução de políticas, para que o estado atinja os seus objetivos, é preciso ir além articulando e criando arranjos institucionais que incorporem múltiplos atores. Neste sentido, os arranjos institucionais são entendidos

como o conjunto de regras, mecanismos e processos que definem a forma particular como se coordenam atores e interesses na implementação de uma política pública específica. São os arranjos que dotam o Estado de capacidade de execução de seus objetivos. Ou, em outras palavras, são os arranjos que determinam a capacidade do Estado de implementar políticas públicas (GOMIDE; PIRES, 2014, p. 19).

Os arranjos institucionais correspondem a estruturas de governança que mobilizam os atores relacionados com uma determinada política por meio de uma combinação entre incentivos e controles. Estes arranjos florescem em ambientes institucionais caracterizados “pela existência de instituições representativas, participativas e de controle (social, burocrático e judicial)” (GOMIDE; PIRES, 2014, p. 21) que se integram na busca por objetivos comuns mediados pelas capacidades políticas do estado.

---

<sup>34</sup>Como no caso das consultas públicas via internet que têm sido realizadas por agências reguladoras, ministérios, conselhos, autarquias, fundações e empresas públicas, para tratar sobre temas específicos, projetos de leis, resoluções, decretos, normatizações entre outros assuntos considerados relevantes para a formulação e/ou ajustes de políticas, programas e projetos (vide <http://www.brasil.gov.br/consultas-publicas>).

Fiani (2014) destaca os investimentos realizados em ativos específicos como exemplares deste tipo de articulação do estado. Este autor apresenta como exemplos de investimentos em ativos específicos: os investimentos em infraestrutura com especificação de localização, como no caso de infraestruturas viárias e de telecomunicações; os investimentos em grande escala com promessa (incerta) de demanda futura, que afetam a matriz produtiva do país; e os investimentos em especificidade de capital humano, voltados para a formação e o desenvolvimento de profissionais em áreas estratégicas para o desenvolvimento do país.

Por serem de natureza estruturante e com elevado risco de retorno, os investimentos específicos demandam o protagonismo do estado como condutor, mobilizador, promotor e mediador de coalizões entre atores distintos, buscando interesses comuns e atuando como investidor e empreendedor de programas e projetos voltados para o bem-estar e a qualidade de vida da população e para o desenvolvimento econômico nos territórios.

Gomide e Pires (2014), conforme pode ser observado na Figura 10, defendem que os objetivos das políticas públicas, resultantes de processos democráticos incluídos dos atores afetados pela tomada de decisão, pautam e definem os modelos de constituição dos arranjos institucionais que emergem das relações mantidas entre a burocracia do poder executivo e os sistemas participativo, representativo e de controles relacionados com os setores específicos.

Figura 10: Modelo analítico adotado para a constituição de arranjos institucionais



Fonte: adaptado pela autora com base em Gomide e Pires (2014, p.21)

As capacidades técnicas e políticas do estado, necessárias para uma atuação qualificada junto à sociedade, são potencializadas pelos arranjos institucionais mediante uma coordenação eficaz e efetiva de ações integradas e eficientes na alocação de recursos.

Os resultados atingidos são então fruto desta coesão de interesses e da articulação de capacidades institucionais, sendo monitorados por processos de *accountability* e controle.

#### 1.4.4 Políticas públicas em rede

Em virtude de tudo que foi colocado, constata-se o quanto a gestão pública hoje é pautada por uma gestão em rede, acionada e relacionada a representações de interesses que interferem diretamente no processo de formulação de políticas públicas (LOBATO, 2006). As representações de interesse e suas dinâmicas são compreendidas a partir da identificação de grupos que, para além dos tradicionais (partidos políticos, associações, sindicatos entre outros), englobam os informais, muitas vezes constituídos e legitimados pela própria sociedade civil (ex.: comunidades e coletivos) ou por empresas e corporações que veem suas demandas negadas ou não atendidas pelo Estado. A fragmentação de interesses e demandas a partir dessa multiplicidade de grupos torna mais complexo o processo de formulação (compartilhado) de políticas, em função de limitações estruturais, administrativas e de recursos. Deste modo, mais do que o atendimento a interesses privados, as políticas devem ser formuladas na perspectiva do atendimento a interesses públicos, geradores de co-responsabilidade.

Muitos destes grupos e atores sociais têm se constituído através de redes de ação pública, com seus espaços de representação de interesses, suas dinâmicas competitivas, suas estruturas, hierarquias e tipologias, impactando na constituição de uma ordem social, estabelecida através das relações entre Estado e sociedade (MASSARDIER, 2007).

Segundo Massardier (2006), a manutenção da informalidade entre estes grupos e o estado acaba por garantir, em alguns casos, um maior estreitamento das relações, que se tornam quase simbióticas e com um maior poder de influência sobre os tomadores de decisão. Essa intenção se dá em grupos que trabalham com uma estratégia de cooptação e de captura do estado em função de interesses privados que são absorvidos, como próprios, por membros de órgãos e entidades governamentais. Neste sentido, a constituição de redes de políticas públicas se dá a partir: da fragilização dos limites entre público e privado, por meio do estreitamento das relações informais entre os indivíduos; da “mobilização dos funcionários nos espaços de discussão informais sobre os ‘problemas’ de um setor; o fechamento desses espaços. As ações e as interações dos atores sociais inserem as políticas públicas nesses espaços fechados de reconhecimento” (MASSARDIER, 2006, p.170).

Neste tipo de sistema de ação pública, o acesso ao estado é mais elitizado e restrito a um número menor de grupos com interlocução e poder de articulação. Num sentido mais ampliado e pluralista, Massardier (2006) defende que o número de grupos de interesse que se articulam em rede com o estado é muito mais numeroso e que as redes fragmentam o estado em segmentos justapostos de acordo com seus interesses e temáticas, assim como fragmentam a própria sociedade criando sobreposições nos processos de formulação de políticas públicas.

As redes fragmentam então o estado e a sociedade, além de serem mediadoras das suas relações. As fronteiras entre público e privado se misturam, pois, a rede integra interesses e mobiliza indivíduos em espaços informais de discussão em torno de projetos, temáticas, objetivos, ideias e razões para agir ou visões de mundo. O sistema de ação pública é determinado então por estruturas e dinâmicas de rede que acabam por influenciar e estabelecer dispositivos tangíveis de políticas públicas.

É interessante perceber que na medida que se multiplicam, mais se acirra a competição e a disputa por interesses entre as redes que tratam de uma mesma política pública. Essa disputa por vezes é assimétrica em função dos níveis de influência econômica e política dos membros das redes. Assim, uma série de articulações são feitas no sentido de mobilizar pessoas que possam fazer a diferença dentro desse processo.

A rede se configura então como um sistema de ação concreto com uma dinâmica que funciona a partir de regras informais e de trocas entre seus membros. Essas trocas, geradoras de interdependência, são definidoras das relações de poder entre os membros das redes. Os agentes públicos são atores fundamentais para o desenvolvimento das redes e dos sistemas de produtivos de economia criativa tratados anteriormente neste capítulo, compondo arranjos institucionais constituídos por órgãos públicos, agências de fomento e de regulação, bancos, universidades, institutos de pesquisa entre outros.

A compreensão das redes de políticas públicas a partir da compreensão dos seus sistemas de ação permite uma análise da coerência dos dispositivos gerados dentro dessa dinâmica de cooperação e troca. Assim, a análise da ordem política se desloca da separação entre Estado e sociedade para estes espaços sociais autônomos, que são as redes, constituídos por atores públicos e privados, cujos interesses convergem.

A rede, segundo Saravia (2002), é então potencializadora de resultados a partir do momento que integra esforços e interesses comuns, a rede amplia a produção de conhecimento a partir do compartilhamento de informações, experiências e projetos. Surgem então como potenciais parceiras na efetividade das políticas públicas. E cabe ao

poder público o reconhecimento do seu papel na formulação e implementação destas políticas, definindo canais de interlocução e sistemáticas de participação para além daqueles estabelecidos informalmente.

Se historicamente se constata o modelo de implementação “de cima para baixo” (*top-down*) como o mais comum, cada vez mais tem-se discutido, principalmente em países com regime democrático, a implementação de políticas “de baixo para cima” (*bottom-up*), com a ampliação da participação popular. Assim, se multiplicam os casos onde a gestão participativa e a participação comunitária são incorporadas às etapas de formulação, implementação, execução e mesmo de monitoramento e avaliação de políticas públicas. Assumindo-se o modelo de implementação *bottom-up*, é preciso ter clara a definição dos mecanismos de governança e de operacionalização das ações de modo compartilhado com a sociedade.

A participação da sociedade permite o compartilhamento e o aumento da capilaridade da ação governamental, além de gerar uma maior efetividade a partir do momento em que a sociedade passa a ser atendida em suas reais necessidades. Está claro que as estruturas de governo não são grandes o suficiente para uma atuação no território nacional, ainda mais quando pensamos nas dimensões do território brasileiro. Envolver a sociedade neste processo não só amplia a capacidade de atuação governamental como promove o protagonismo da população que se apropria e mantém as conquistas e os benefícios atingidos.

#### 1.4.5 Estado-Rede

O estado-rede emerge neste ambiente plural, diverso e complexo das políticas públicas, inserido num contexto de globalização evidente e irreversível, impactado e alavancado fortemente pelo avanço da internet e das tecnologias da informação, promotoras de atividades econômicas e de comunicação em tempo real (CASTELLS, 1999), ampliando e fortalecendo redes de interação entre governos, mercados, indivíduos e organizações da sociedade civil.

Com efeito, a partir dos anos 80, o Estado passou a reduzir sua ação como gestor da economia para atuar como regulador (SORENSEN, 2006) e sua autoridade política passou a ser desagregada numa variada gama de agências governamentais e públicas, voltadas para o fortalecimento de arranjos, privados ou públicos. Desta forma, assumiu

uma configuração polimorfa, inserida numa rede complexa e ampla de atores, supranacionais, nacionais e subnacionais. Esta cooperação transfronteiriça se consolidou a partir de relações estabelecidas entre governos, indivíduos, grupos e organizações da sociedade civil, exigindo a criação e a articulação de sistemas de governança para essa integração.

Desta forma, o papel do Estado-nação é ampliado no sentido de fazer frente às novas demandas relativas à sua atuação como agente político, fundamental e necessário para um processo de desenvolvimento redutor de desigualdades, promotor de crescimento e da ampliação das capacidades de escolha dos indivíduos. Como dito por Amartya Sen (2000), na abertura do livro “Desenvolvimento como Liberdade”, as métricas exclusivamente fechadas em indicadores econômicos, típicas das abordagens convencionais do desenvolvimento não são mais suficientes e o enfoque precisa ser ampliado na perspectiva das liberdades humanas.

Esta ampliação exige a reformulação e o desenvolvimento de capacidades burocráticas e de formulação de políticas complexas e integradas entre agentes múltiplos, estatais ou não estatais, dentro de um Estado-rede, definido por Castell (1999, p. 165) como “o Estado da era da informação, a forma política que permite a gestão cotidiana da tensão entre o local e o global”, um Estado caracterizado pelo compartilhamento de autoridade entre diversas instituições e capaz de responder às diferentes problemáticas de modo dinâmico e efetivo.

Num mundo que tem cada vez mais se constituído através de dinâmicas de rede, torna-se praticamente impossível um modelo de Estado que não incorpore essas mesmas dinâmicas as suas estruturas e aos seus modos de agir, junto aos seus múltiplos *stakeholders*. A necessidade de descentralizar poder e de ampliar a multilateralidade se faz urgente, emergindo a necessidade de uma reforma da administração (CASTELLS, 1999) que venha favorecer a criação e o desenvolvimento do Estado-Rede. Esta reforma do estado deve levar em conta os seguintes princípios (CASTELLS, 1999): da subsidiariedade, isto é, da capacidade de descentralizar poder e autoridade para entidades supranacionais, nacionais e subnacionais; da flexibilidade, no sentido de ser capaz de atuar como negociador com os diversos entes legitimando uma ação intervencionista efetiva; da coordenação, com o objetivo de garantir que a subsidiariedade e a flexibilidade não fragilizem e enfraqueçam, sobremaneira, o seu poder soberano; da participação cidadã, com a finalidade de garantir a legitimidade e a efetividade das suas ações; da transparência administrativa, no sentido de reforçar a sua credibilidade junto à sociedade

civil e aos demais entes com os quais se relaciona; da modernização tecnológica da administração, objetivando mais agilidade, eficiência e eficácia na sua operação; da transformação dos agentes da administração, com o objetivo de qualificar e ampliar as capacidades de gestão e operação dos servidores públicos; e, por último, de retroação na gestão, promovendo sistemas e dinâmicas de aprendizagem organizacional voltados para a correção dos próprios erros.

Essa abordagem institucionalista e de expansão das capacidades é reforçada por Evans (2010), ao reconhecer o papel das instituições como elemento facilitador da tomada de decisões de natureza econômica e ao considerar que políticas e estratégias devem ser formuladas com a participação da sociedade.

Assim, o Estado-rede se constitui e se consolida como um Estado desenvolvimentista na perspectiva e no contexto do século XXI, voltado para a melhoria do bem-estar e para a ampliação das capacidades humanas, baseado no investimento em serviços, dinamizado por democracias participativas e por uma ampla integração de redes de cooperação e governança.

O Estado-rede é então um Estado integrado e integrador de políticas, configurando-se como o mais adequado aos processos de formulação, desenvolvimento e implementação de políticas públicas de economia criativa, que são, por natureza, intersetoriais e baseadas em redes de criatividade, tecnologia e conhecimento, integradoras de recursos simbólicos (culturais), econômicos e de inovação. O estado-rede demanda então um estado democrático.

## **1.5 Considerações gerais**

Concluindo o Capítulo 1 desta tese, percebe-se o quão a temática da economia criativa é interdisciplinar e merece um aprofundamento permanente e dialógico entre diferentes áreas do conhecimento. A construção de uma base teórica consistente e coerente, que dê conta da realidade de países em desenvolvimento, demanda um olhar autônomo e independente com capacidade de questionar modelos econômicos propostos e impostos por países desenvolvidos.

Apesar da maioria dos estudos realizados sobre o tema tomar como referências políticas públicas, programas e projetos implementados em países desenvolvidos, a reflexão sobre políticas de economia criativa voltadas para países em desenvolvimento



emerge como necessária e urgente, na busca por novos caminhos e percepções de mundo que incorporem dimensões históricas, políticas, econômicas, sociais e culturais que caracterizam estes territórios.

Deste modo, os processos econômicos dos países centrais (desenvolvidos) foram questionados a partir de sua dimensão ética, propondo a expansão das liberdades como uma nova centralidade, balizadora de um novo modelo de desenvolvimento. Em paralelo, a lógica da dependência cultural, que repercute numa dependência econômica, foi colocada em “xeque”, dentro da proposição de um modelo de desenvolvimento endógeno, fortemente vinculado à dimensão cultural nos territórios e dinamizado por meio da expansão de uma criatividade material, promotora de um progresso tecnológico autônomo; de uma criatividade sociopolítica, associada a criação de novos destinos em consonância com os desejos, valores e a vontade coletiva da população; e de uma criatividade cultural, fruto de ideias e valores promotores das potencialidades humanas.

De modo complementar e ratificando o discurso construído até aqui, o debate acerca dos tensionamentos entre global e local em países em desenvolvimento também foi aprofundando, na perspectiva de um enfrentamento de um modelo de globalização perverso e promotor de desigualdades. A globalização como processo concreto e em expansão não é negada, mas o modelo imposto sim. Deste modo, convergindo com o modelo de desenvolvimento endógeno, é destacado o uso de estratégias de desenvolvimento centradas no humano, nas suas potencialidades locais, nas suas tradições e raízes culturais como processo de fortalecimento das identidades e do sentimento de pertença como base para processos e dinâmicas sociais e econômicas.

Toda essa discussão inicial vem contribuir com o desenho de uma “epistemologia do Sul” (SANTOS, 2010), calcada na construção de uma “ecologia de saberes” que contempla e considera a cultura como vetor fundamental para o desenvolvimento local e regional.

As cidades são então analisadas como espaços privilegiados e possibilidade concreta para o desenvolvimento de políticas públicas de economia criativa focadas no desenvolvimento de territórios por meio do investimento e do fomento nas suas vocações culturais, expressadas e representadas por meio de seus setores culturais e criativos. A densidade institucional e a diversidade cultural, próprias das cidades grandes, emergem como fatores estruturantes, promotores e potencializadores deste desenvolvimento. Nesta tese, a cidade do Rio de Janeiro se configura enquanto objeto para o desenvolvimento desta análise.

Dentro desta abordagem territorial, o Capítulo 1 seguiu para a compreensão do território enquanto sistema, constituído por uma tessitura de atores múltiplos e sobrepostos, relacionados com dimensões políticas, económicas, culturais e sociais. Dentro dessa lógica sistêmica, foi evidenciado o campo criativo como espaço concreto de um sistema de forças sinérgicas provenientes de relações, conexões e interações entre agentes económicos e não económicos, integrados a diferentes arranjos organizacionais com suas múltiplas possibilidades de desenvolvimento.

As redes e os sistemas produtivos de economia criativa foram então analisados, a partir de sua constituição, dinâmicas, limites e potencialidades. As redes económicas e de conhecimento foram compreendidas enquanto bases essenciais para a estruturação de sistemas produtivos mais amplos e complexos. As tensões entre mercados globais e locais; o baixo reconhecimento dos setores culturais e criativos em seu potencial de geração de trabalho e renda; o baixo investimento em produtos de base cultural local; a necessidade do fortalecimento de sistemas de cooperação entre profissionais e empresas para a articulação de uma governança territorial; a fragilidade institucional no suporte aos empreendimentos e a incipiência de políticas voltadas para o fortalecimento do campo foram alguns dentre os tantos elementos identificados como críticos para o desenvolvimento dos territórios. A visão setorial, portanto, não é suficiente mas é ampliada numa perspectiva territorial, por meio da análise destas dinâmicas económico-institucionais intra e intersectoriais nos territórios, contemplando redes, arranjos e sistemas produtivos complexos e integradores de múltiplos atores.

O capítulo foi então concluído com uma análise acerca de políticas públicas, em regimes democráticos e participativos, constituídos por redes económicas e não económicas com impacto direto nas dinâmicas dos territórios. As novas territorialidades e os mecanismos participativos adotados no Brasil nas últimas décadas foram analisados na perspectiva de se compreender o papel do estado, considerando-se suas capacidades e possibilidades de articulação junto à sociedade civil, à iniciativa privada e às instituições na construção de arranjos necessários para a formulação e implementação de políticas públicas efetivas e transformadoras. Por último, as políticas em rede e, mais especificamente, o estado-rede são descritos como processos e frutos necessários para uma atuação num campo com múltiplas dimensões, variáveis e atores. A atuação num campo estruturado por redes e sistemas produtivos complexos demanda um estado-rede articulado também dessa forma, integrando políticas e ações coordenadas.

No próximo capítulo, será apresentada a metodologia da pesquisa de campo realizada para esta tese. Neste capítulo metodológico será possível compreender o percurso construído entre a teoria e os procedimentos metodológicos do trabalho, no sentido de obter dados e informações fundamentais para uma reflexão substantiva e aprofundada.

## **Capítulo 2. Metodologia de análise de redes e sistemas produtivos de economia criativa**

De acordo com a descrição presente na introdução desta tese, a pergunta de partida mobilizadora para a elaboração e o desenvolvimento deste trabalho foi: Qual modelo de política pública é necessário para o fortalecimento da economia criativa brasileira com vistas ao desenvolvimento do país?

No intuito de responder a esta questão primordial, optou-se por um recorte metodológico que permitisse a efetividade da pesquisa. A cidade do Rio de Janeiro foi adotada como território urbano a ser investigado, por meio da análise e da reflexão sobre as dinâmicas de redes e sistemas produtivos de economia criativa de seis setores criativos, fortemente enraizados, na perspectiva de um desenvolvimento local e regional. A escolha do Rio de Janeiro tem relação com a afirmação de Scott e Storper (2003) de que grandes cidades, em função da sua infraestrutura urbana, do seu adensamento empresarial e institucional e de sua densidade demográfica, são terrenos férteis para a análise, em virtude de dinâmicas e configurações múltiplas suficientes para uma reflexão aprofundada.

Vale ressaltar que a autora desta tese, entre 2015 e 2017 esteve envolvida diretamente no desenvolvimento de uma pesquisa-diagnóstico<sup>35</sup>sobre redes e sistemas produtivos de economia criativa realizada nas cidades de Brasília, Salvador e Rio de Janeiro. Esta pesquisa se dedicou ao levantamento de dados e informações relativo a 6 setores criativos em cada uma das cidades investigadas, totalizando um número de 18 setores estudados em cada um dos territórios. A autora compôs o núcleo metodológico, participando tanto da elaboração da metodologia quanto da condução de 18 grupos focais (6 em cada cidade), da capacitação dos profissionais contratados para as equipes de campo, do suporte metodológico à equipe de campo no decorrer das aplicações dos instrumentos de coleta de dados (formulários e questionários), da coordenação da sistematização de todos os dados e informações produzidos e da elaboração dos relatórios com diagnósticos específicos para cada uma das cidades. Como as cidades foram investigadas sequencialmente, a pesquisa em Brasília (em 2015) foi assumida como

---

<sup>35</sup> Mercado Brasil Criativo – pesquisa de redes e sistemas produtivos de economia criativa no Brasil, realizada de 2015 a 2017, fruto de um convênio entre o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) Nacional e o Instituto Alvorada Brasil.

piloto, servindo como teste e base para o aperfeiçoamento metodológico. Na sequência, a pesquisa foi realizada em Salvador (em 2016), sendo mais uma vez aperfeiçoada com ajustes metodológicos, para então seguir para a cidade do Rio de Janeiro (em 2017).

Deste modo e de posse dos resultados obtidos no campo, foi possível a realização de uma análise e de uma reflexão qualificada sobre as estruturas e as dinâmicas dos sistemas produtivos e das redes dos setores criativos na cidade do Rio de Janeiro, cumprindo com os objetivos (geral e específicos) descritos na introdução desta tese.

Em virtude da amplitude do campo com múltiplos dados e informações a serem obtidos e analisados, percebeu-se a necessidade do desenvolvimento de uma metodologia de pesquisa mista, incorporando métodos qualitativos e quantitativos, o que permitiu o aprofundamento de dimensões e aspectos relevantes para responder à pergunta de partida desta pesquisa. Se de um lado, os métodos qualitativos, exploratórios e descritivos, permitiram um maior aprofundamento acerca de atributos, estruturas e dinâmicas dos setores criativos no território; de outro, os métodos quantitativos, descritivos e explicativos, garantiram a possibilidade de medição e verificação destas mesmas configurações, estruturas e dinâmicas das redes e dos sistemas produtivos com potencial de generalização de inferências para o território analisado.

A multiplicidade de métodos e técnicas, qualitativas e quantitativas, utilizados permitiu um exercício de triangulação de resultados, que gerou a possibilidade não só de confrontar dados e informações obtidos, mas também de aprofundar e ampliar a reflexão em função também de suas complementaridades. Deste modo, o uso restrito de apenas um dos métodos empobreceria o resultado final a ser obtido no campo, assim como o uso dos dois fortalece o resultado em virtude de a fraqueza de um método corresponder a fortaleza do outro (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p.33).

Enquanto o método qualitativo “envolve a obtenção de dados descritivos sobre, pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo” (GODOY, 1995, p. 58); o método quantitativo tem como intuito a generalização de inferências geradas mediante conclusões, fruto da compilação de resultados sistematizados a partir de uma amostra representativa, calculada estatisticamente, da população-alvo (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

No Quadro 4, pode-se verificar uma síntese dos métodos e tipos de pesquisas utilizados para o desenvolvimento desta tese, considerada essencialmente uma pesquisa

aplicada, por se propor a apresentar reflexões e considerações acerca de soluções de ordem prática relacionadas com o desenvolvimento da economia criativa no Brasil.

Quadro 4: Métodos e tipos de pesquisa utilizados

<b>Métodos</b>	<b>Qualitativo</b>	<b>Quantitativo</b>
<b>Tipos</b> Pesquisa exploratória	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica</li> <li>• Realização de grupos focais</li> </ul>	
Pesquisa descritiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa documental</li> <li>• Realização de grupos focais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de questionários junto a uma amostra representativa, calculada estatisticamente</li> </ul>
Pesquisa de campo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realização de grupos focais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de questionários junto a uma amostra representativa, calculada estatisticamente</li> </ul>

Fonte: elaborado pela autora baseada em Silveira e Córdova (2009) e nos métodos utilizados na pesquisa da tese.

Como primeira etapa de todo e qualquer trabalho de pesquisa, esta tese foi iniciada a partir de uma pesquisa bibliográfica que redundou numa revisão de literatura acadêmica, exploratória, que garantisse a construção de um arcabouço teórico suficiente para qualificar as reflexões sobre a economia criativa e suas dinâmicas na cidade do Rio de Janeiro. Através deste exercício de revisão, foi possível um mapeamento de autores e de obras necessárias para a delimitação do escopo da investigação, identificando temáticas relevantes (CRESWELL, 2007) para a tese.

O Capítulo 1 foi então estruturado em quatro tópicos que permitiram o desenvolvimento de reflexões fundamentais para a construção da base teórica desta tese, a saber:

- **Sobre economia criativa** – O primeiro tópico foi construído com o objetivo de apresentar e inserir o debate sobre a temática da economia criativa como um pano de fundo para toda a reflexão que se seguiu nos tópicos subsequentes. Deste modo foram descritas: as relações entre os conceitos de economia da cultura e de economia criativa, com seus consensos e dissensos, definições, escopos setoriais e implicações na formulação de políticas públicas no Brasil e no mundo; e os debates travados entre organismos internacionais acerca do potencial estratégico destas economias para o desenvolvimento de países desenvolvidos e em desenvolvimento. Nesta perspectiva, foi feito um breve histórico sobre a temática com destaque para os países (Austrália e Reino Unido) que inauguraram a formulação e implementação de políticas neste

campo, além, é claro, de uma descrição da evolução da temática no Brasil, com ênfase no passado recente de formulação, implementação e descontinuidades de políticas públicas no plano federal.

- **Sobre economia, desenvolvimento e cidades** – Como a economia criativa é apresentada no tópico 1 como possibilidade e vetor estratégico para o desenvolvimento de países em condições similares ao Brasil, o tópico dois se propõe a analisar o modelo de desenvolvimento historicamente construído no país, identificando limitações e fragilidades, geradoras de relações de dependência e de uma matriz produtiva e exportadora, predominantemente, pouco sofisticada, com produtos de baixo valor agregado. Ainda que rico culturalmente, é evidenciado que o país não converte, de modo significativo, sua riqueza cultural em ativos econômicos, reproduzindo modelos econômicos dependentes de um sistema global capitaneado por países centrais. Deste modo, questões associadas às liberdades, capacidades e autonomias, ao desenvolvimento endógeno, ao bem comum e ao enraizamento nos territórios emergem como essenciais para a construção de novos modelos necessários para o desenvolvimento de países periféricos. As redes econômicas e não econômicas emergem, ao final deste tópico, como sistemas dinamizadores das cidades, consideradas como lócus privilegiados para a implementação de políticas públicas para o desenvolvimento.
- **Sobre territórios, redes e sistemas produtivos** – Dando sequência ao tópico anterior e para compreender melhor as dinâmicas nas cidades, o tópico três aprofunda a discussão sobre processos de desenvolvimento a partir de contribuições da geografia econômica, analisando o espaço como sistema territorial, influenciado por aspectos políticos, econômicos, culturais e sociais, além de promotor de conexões e encontros existenciais e produtivos, econômicos e não econômicos. O conceito de campo criativo é então assumido como base para um aprofundamento sobre redes econômicas e de conhecimento estruturantes de arranjos e sistemas produtivos inovativos locais. Na perspectiva da economia criativa, as redes e sistemas produtivos são analisados com vistas a identificar características específicas relativas às suas configurações e dinâmicas, evidenciando fragilidades e potencialidades a serem consideradas como objeto de políticas públicas. Este tópico é finalizado com um exemplo de política pública implementada no Brasil voltada para o fortalecimento de territórios a partir de setores criativos.

- **Sobre políticas públicas e estado-rede** – O quarto e último tópico se propõe a uma análise acerca das características e das dinâmicas relacionadas com os processos de formulação e implementação de políticas públicas na contemporaneidade, levando em conta aspectos essenciais para a compreensão de novas territorialidades, mecanismos participativos, capacidades estatais e potenciais arranjos institucionais em regimes democráticos. Diante do que foi discutido nos tópicos anteriores, o tópico quatro se propõe a desenvolver uma reflexão sobre questões essenciais e necessárias para a reconfiguração do estado como protagonista de processos de desenvolvimento em territórios pautados por sistemas territoriais dinâmicos e integrados em redes. A articulação de políticas em rede é então evidenciada como essencial, demandando um modelo de estado capaz de assumir o papel de estimulador e articulador de redes e arranjos institucionais, por meio de políticas de natureza participativa e com efetividade na representação dos interesses comuns da sociedade. Donde se conclui que o fortalecimento da economia criativa nos territórios deve passar fundamentalmente pela existência de um estado-rede, articulador e integrador de políticas.

Cada um destes tópicos foi então construído a partir de um leque de autores que estimularam reflexões acerca de aspectos a serem colhidos no campo, como forma de aprofundar a compreensão acerca destas temáticas, qualificando a construção do referencial de análise, que se materializa nas opções metodológicas e nos seus instrumentos de coleta de dados.

O Quadro 5, a seguir, apresenta uma síntese das questões centrais levantadas a partir dos autores adotados e que pautaram a elaboração dos instrumentos de coleta de dados e informações obtidos na pesquisa de campo.

Quadro 5: As relações entre os autores utilizados, as questões centrais suscitadas e suas implicações na elaboração dos instrumentos de coleta de dados.

Tópico / Autores	Questões Centrais	Implicações para a metodologia e os instrumentos de coleta de dados
<b>Economia criativa</b> / Miguez (2007); Matos, (2011); Adorno (2002); Benhamou (2007); Throsby (2008); Isar (2008); Brasil (2017); Unesco (2013/2017); Unctad (2013/ 2017); Bendassolli et al. (2009 / 2010); Serra e Fernandez (2014); Corazza (2013); Miller (2011);	De que economia criativa estamos falando no Brasil?  Qual modelo representativo das relações e das dinâmicas entre a economia da cultura e o restante da economia do país?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais(ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> </ul>



De Marchi (2014); Potts et al. (2008); Cunningham, Banks e Potts (2008).		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de questionário (quali-quant) - (ANEXO 8)</li> </ul> <b>Caracterização do empreendimento (Q8, Q10)</b> <b>Eixo 1 e 2(Q22, Q23, Q24)</b>
<b>Setores culturais e criativos /</b> Unctad (2010); Unesco (2009); Firjan (2016)	De que modo o <i>framework</i> proposto como síntese dos <i>frameworks</i> da Unctad, da Unesco e da Firjan representa as redes e os sistemas produtivos de economia criativa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> </ul>
<b>Políticas públicas de economia criativa/</b> Australia (2011); Howkins (2013); Unctad (2010); Brasil (2011/2013)	Ocorreu alguma mudança significativa, algum avanço, na formulação de políticas públicas de economia criativa no Brasil?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais(ANEXO 6)</li> </ul>
<p><b>Ética, desenvolvimento econômico e liberdade /</b>Sen (1999/ 2000)</p> <p><b>Cultura como vetor desenvolvimento /</b> Furtado (2008); Sandroni (1999); Bolaño (2015); Paglioto (2016); Leitão (2016)</p> <p><b>Globalização /</b> Santos (2001)</p> <p><b>Economia criativa em países em desenvolvimento /</b>Fleming (2008); Gala (2017); EY (2015) Barrowclough e Kozul-Wright (2008); Cunningham et al (2008).</p>	<p>O que se entende por desenvolvimento e qual é o potencial papel da cultura neste fenômeno?</p> <p>Considerando-se as características próprias dos países em desenvolvimento, a economia criativa no Brasil tem se pautado sob qual modelo de desenvolvimento? De dependência cultural ou de desenvolvimento endógeno?</p> <p>Existem processos de fortalecimento das autonomias e das identidades culturais nos territórios?</p> <p>Qual a intensidade das relações econômicas firmadas entre os empreendimentos (MPes) das redes e sistemas produtivos de economia criativa do Rio de Janeiro com mercados nacionais e internacionais?</p> <p>De que modo a homogeneização de padrões de consumo global interferem nos processos de criação e produção de bens e serviços criativos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de questionário (quali-quant) – (ANEXO 8)</li> </ul> <b>Eixo 1 e 2 (Q22, Q23, Q24)</b> <b>Eixo 3(Q25, Q26, Q29, Q30, Q31, Q32, Q33)</b> <b>Eixo 4(Q34, Q35, Q36, Q37, Q38, Q39, Q40, Q42)</b>
<b>Desenvolvimento e cidades /</b> Hall (2013); Castells, (1999); Carvalho (2000); Reis (2011); Evan et al (2006); Seldin (2016); Unesco (2016/2017); Ferreira(2017).	<p>Como se configura a dinâmica dos setores criativos na cidade do Rio de Janeiro?</p> <p>Seu modelo de desenvolvimento assume a cultura e a criatividade como vetores desse processo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> </ul>

	<p>Qual o papel e a relevância das práticas de governança nos territórios?</p> <p>As dinâmicas econômicas nos territórios se dão de modo colaborativo?</p> <p>Existem arranjos institucionais efetivos no desenvolvimento do campo criativo na cidade?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de questionário (quali-quant) – (ANEXO 8)</li> <li>• <b>Caracterização do empreendimento</b> (Q10, Q11)</li> <li>• <b>Eixo 1 e 2</b> (Q22, Q23, Q24)</li> <li>• <b>Eixo 3</b> (Q25, Q26, Q27, Q28, Q29, Q30, Q31)</li> <li>• <b>Eixo 4</b>(Q34, Q35, Q36, Q37, Q38, Q39, Q40, Q42)</li> </ul>
<p><b>Sistema territorial /</b> Raffestin(1993)</p> <p><b>Geografia econômica /</b> Scott (2000/ 2004); Silva (2004); Scott e Storper (2003)</p> <p><b>Campo criativo /</b> Scott (2006); Gandini (2015)</p> <p><b>Redes, arranjos e sistemas de criação, produção e inovação /</b> Le Bourlegatee Falcón (2017); Matos et al. (2015); Matos et al. (2017); Lima (2009); Cassiolato e Szapiro (2003); Sebrae (2014); Cassiolato e Matos (2017).</p>	<p>Como estão estruturados os empreendimentos dos setores criativos e seus sistemas produtivos (empresas, instituições de ensino e pesquisa, agencias de fomento e desenvolvimento e organizações etc)?</p> <p>Como se estabelecem e qual a intensidade das relações e conexões entre os atores componentes de redes e sistemas produtivos?</p> <p>Quais os atores, potenciais e efetivos, que constituem os arranjos institucionais voltados para o fortalecimento dos setores criativos no Rio de Janeiro?</p> <p>Como as tradições, os conhecimentos e as práticas locais influenciam os processos de desenvolvimento das economias locais?</p> <p>Como o sentimento de pertença e as identidades culturais fortalecem redes e sistemas produtivos de economia criativa?</p> <p>Qual o perfil de formação dos profissionais e empreendedores criativos? O que é predominante para a formação profissional? A formação regular ou a experiência prática?</p> <p>Como se dão os processos de aprendizagem e de geração de conhecimento dentro das redes e dos sistemas produtivos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> <li>• Aplicação de questionário (quali-quant) – (ANEXO 8)</li> <li>• <b>Caracterização do empreendimento</b> (Q4, Q5, Q6, Q7, Q8, Q10, Q11, Q12, Q13, Q14, Q15)</li> <li>• <b>Eixo 1 e 2</b> (Q16, Q17, Q18, Q19, Q20, Q21, Q22, Q23, Q24)</li> <li>• <b>Eixo 3</b>(Q25, Q26, Q32, Q33)</li> <li>• <b>Eixo 4</b> (Q,34, Q35, Q36, Q37, Q38, Q41, Q42, Q43)</li> </ul>
<p><b>Redes econômicas e de conhecimento /</b> Lima (2009); Levy (1999); Castells (2003); Storper e Venables (2004);Tomaél et al. (2005); Britto (2017);Saravia (2002); Vale et al. (2008)</p>	<p>Como se dão as dinâmicas das relações e conexões entre os atores das redes de economia criativa e que como se dão os processos de colaboração e cooperação dentro dessas dinâmicas?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> </ul>

	<p>A cooperação e a colaboração em redes de economia criativa fortalecem o desenvolvimento dos setores e estimulam processos inovativos?</p> <p>Como as TICs são incorporadas nas práticas organizacionais e nas dinâmicas de rede?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de questionário (quali-quant) – (ANEXO 8) <b>Eixo 1 e 2</b> (Q18, Q21) <b>Eixo 4</b>(Q34, Q35, Q36, Q37, Q38, Q39, Q40, Q41, Q42, Q43)</li> </ul>
<p><b>Redes e sistemas produtivos na economia criativa</b> /Cassiolato et al. (2008); Matos (2011); Matos et al.(2017); Matos et al. (2015) Bendassoli e Borges-Andrade(2011); Lévi (1999); Vale et al. (2008); Herrlein Jr e Tatsch, (2016); Oliveira (2016).</p>	<p>Em que medida, técnicas de gestão e processos inovativos estão incorporados ao cotidiano das empresas?</p> <p>Qual a importância da diversidade cultural no fortalecimento dos empreendimentos e das redes de economia criativa?</p> <p>De que modo a produção de bens e serviços criativos é impactada pelos traços culturais locais e globais?</p> <p>De que modo o sentimento de pertença associado ao território interfere nos processos de criação e produção de bens e serviços criativos?</p> <p>Como se dão os tensionamentos entre os valores culturais e de mercado de bens e serviços criativos?</p> <p>Quais são as políticas e os programas de fortalecimento da economia criativa? Existem articulações multinível?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> <li>• Aplicação de questionário (quali-quant) – (ANEXO 8) <b>Eixo 1 e 2</b> (Q16, Q17, Q18, Q19, Q20, Q21) <b>Eixo 3</b>(Q25, Q26, Q27, Q28, Q29, Q30, Q31, Q32, Q33)</li> </ul>
<p><b>Política e políticas públicas</b>/ Nogueira (2014); Saravia (2006 / 2014); Parada (2006); Kingdom (2006)</p> <p><b>Política públicas, novas territorialidades e processos participativos</b> /Thayer e Delamaza (2016); Rocha e Castro (2016); Delamaza (2016); Martes e Araújo (2016); Cunill-Grau (2016); Eisenberg (2014)</p>	<p>Existem políticas públicas efetivas voltadas para o fortalecimento da economia criativa?</p> <p>Quais as instituições envolvidas na formulação e implementação destas políticas?</p> <p>Estas políticas públicas foram construídas considerando as reais necessidades dos setores criativos e suas dinâmicas nos territórios?</p> <p>É possível identificar na construção dessas políticas processos participativos na sua elaboração?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> <li>• Aplicação de questionário (quali-quant) – (ANEXO 8) <b>Eixo 1 e 2</b> (Q23, Q24) <b>Eixo4</b> (Q36, Q37, Q38, Q42)</li> </ul>

<p><b>Capacidades estatais, participação e arranjos institucionais nas políticas públicas</b> / Gomide e Pires (2014); Saravia (2006); Gomide (2016); Fiani(2014);</p> <p><b>Políticas públicas em rede</b> / Lobato (2006); Massardier (2006/2007); Saravia (2002)</p> <p><b>Estado-Rede</b> /Castells (1999); Sorensen (2006); Evans (2010)</p>	<p>No processo de implementação de políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa, é possível identificar arranjos institucionais com estruturas de governança efetivas incluindo agentes do setor público e do privado?</p> <p>Até que ponto as redes e os arranjos institucionais, constituídos por órgãos públicos, agências de fomento e de regulação, bancos, universidades, institutos de pesquisa entre outros, têm sido mobilizados e articulados pelo Estado?</p> <p>O Estado da forma como se constitui e atua na sua relação com o campo criativo tem se caracterizado como Estado-rede?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa bibliográfica e documental (ANEXO 4)</li> <li>• Realização de grupos focais (ANEXO 6)</li> <li>• Levantamento Institucional (ANEXO 7)</li> </ul>
---	---	--

Fonte: criado pela autora.

Considerando-se o exposto no Quadro 8, segue a descrição de cada uma das etapas da metodologia da pesquisa realizada na cidade do Rio de Janeiro, concebida com a finalidade de cumprir com os objetivos desta tese, detalhando procedimentos e indicando os instrumentos de coleta de dados identificados anteriormente.

### **Etapas da pesquisa:**

#### **Etapa 1 –Definição dos setores criativos a serem investigados**

A análise das redes e dos sistemas produtivos de economia criativa no Rio de Janeiro teve como primeiro passo a definição dos seis setores criativos que foram investigados na cidade. Estes seis setores não poderiam ser escolhidos de modo aleatório sem um entendimento claro das vocações da cidade por isso optou-se por realizar uma pesquisa de priorização setorial junto a profissionais, empreendedores e representantes de instituições atuantes e relacionados com a economia criativa da cidade. Foi então elaborado um questionário (ANEXO 1) estruturado com quatro questões que solicitaram aos respondentes a indicação dos setores criativos a serem investigados levando em conta os seguintes critérios: os mais representativos na construção das identidades culturais locais; os que mais se destacam economicamente em função da sua capacidade de gerar

negócios; aqueles que ainda que não tenham representatividade econômica, possuem potencial de desenvolvimento se devidamente apoiados; e, por último, setores cujos sistemas produtivos mobilizam múltiplos setores. Para cada critério foi elaborada uma questão, com uma ponderação específica, que gerou um número-índice por setor (ANEXO 2).

Esta pesquisa de priorização setorial se iniciou no Fórum Mercado Rio Criativo<sup>36</sup>, realizado em 2016 no Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB), e continuou após o evento via online através da ferramenta *Google forms*<sup>37</sup>.

Figura 11: Fórum Mercado Rio Criativo



Fonte: Instituto Alvorada Brasil (2016)

Foram aplicados ao todo 430 questionários junto a profissionais, empreendedores e representantes de instituições atuantes nos 25 setores criativos relacionados no questionário. Ao final, foram priorizados os seguintes setores para o desenvolvimento da pesquisa na cidade do Rio de Janeiro: design de moda, festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia, música e teatro.

A definição do número de seis setores a serem investigados foi pautada por dois pontos fundamentais descritos a seguir:

---

<sup>36</sup>Evento realizado pelo Sebrae Nacional e pelo Instituto Alvorada Brasil, em parceria com o Sebrae/RJ, no Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro (<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/sebrae-lanca-projeto-de-economia-criativa-no-rio-de-janeiro,231e2bb750c04510VgnVCM1000004c00210aRCRD>).

<sup>37</sup>Ferramenta da Google que permite a criação de questionários/formulários *online*, sua organização e tabulação automática das respostas.

- As dinâmicas dos setores criativos nos territórios se dão sempre de modo integrado, sem o isolamento de cada um dos setores em si mesmos. Como os seis setores investigados foram selecionados em função de critérios econômicos, culturais, e de impacto e mobilização junto a outros setores, a análise destes acabou por envolver e contemplar múltiplos setores criativos, além do escopo da pesquisa, no território, permitindo inferências acerca de múltiplas dinâmicas e práticas em rede.
- A realização de uma pesquisa que contemplasse todos os setores criativos na cidade do Rio de Janeiro demandaria um volume de recursos extremamente elevado e um tempo de execução muito elástico, o que inviabilizaria este diagnóstico.

## **Etapa 2 - Pesquisa bibliográfica e documental**

A pesquisa bibliográfica e documental foi realizada com o objetivo de identificar estudos e pesquisas, já realizados na cidade do Rio de Janeiro, sobre os seis setores criativos priorizados com ênfase: em dados da cadeia produtiva, em dados sociodemográficos e econômicos, na identificação de linhas e programas de fomento, na oferta de ensino e formação e, por último, na identificação de marcos legais. Com a finalidade de organizar e sistematizar estes dados e informações coletados foi utilizado o Formulário de Compilação de Informações e Dados por Setor (ANEXO 4). A equipe de pesquisadores de campo recebeu, como suporte, uma relação com sugestões de órgãos e organizações internacionais, federais, estaduais e municipais (ANEXO 5) para serem acionados e investigados, como potenciais fontes secundárias.

## **Etapa 3–Realização dos Grupos Focais (GF) com representantes dos 6 setores investigados**

Com a finalidade de uma primeira aproximação junto ao público-alvo da pesquisa, optou-se pela realização de seis grupos focais com profissionais e empreendedores criativos, identificados como lideranças locais, além de representantes de instituições públicas (órgãos do governo estadual e municipal) e organizações privadas (instituições de ensino superior, organizações não governamentais, Sistema S etc) relacionadas com cada um dos seis setores criativos priorizados para investigação no Rio de Janeiro.

O grupo focal é uma técnica de pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, que é realizada através da condução de um debate, acerca de uma temática específica, junto a um grupo de pessoas, pré-selecionadas e convidadas de acordo com um perfil definido para o público-alvo (RESSEL et al., 2008).

Figura 12: Realização dos Grupos Focais – Mercado Rio Criativo



Fonte: Instituto Alvorada Brasil (2016)

As seis sessões de reuniões ocorreram na sede do CRAB, durante três dias, sendo dois GFs por dia, um pela manhã e outro no turno da tarde. Para cada GF foram convidados entre 20 e 25 pessoas. Considerando-se as ausências, a média de participantes ficou entre 15 a 20 pessoas. Os grupos focais foram conduzidos tomando como base um roteiro de seis questões (ANEXO 6) que abordavam as temáticas principais tratadas nesta tese. De acordo com o desenvolvimento de cada sessão, alguns outros temas emergiam das discussões, sendo incluídos, enquanto outros eram desconsiderados. Todas as sessões foram conduzidas pela autora desta tese com o apoio de relatores, além de gravações de áudio. Após as reuniões os relatores finalizavam os relatórios complementando os registros escritos feitos durante as sessões com o apoio das mídias de gravação.

#### Etapa 4 –Elaboração do Plano Amostral

Com o objetivo de se definir uma amostra representativa para cada um dos seis setores a serem investigados no Rio de Janeiro, foi elaborado um Plano Amostral. Para efeito de dimensionamento da amostra, optou-se pela adoção da metodologia empregada pelo Sebrae no estudo de APLs (CAPORALI; VOLKER, 2004). No ANEXO 3, esta metodologia de cálculo está detalhada, podendo ser verificada. As amostras de empreendimentos a serem pesquisados em cada um dos seis setores criativos priorizados totalizaram o montante de 1.135 (hum mil, cento e trinta e cinco) observações, segmentadas de acordo com o Quadro 6 a seguir:

Quadro 6: Simulação de tamanhos de amostra por estrato

Setor	População formal*(a)	Amostra (b)	% (b/a)
Design de Moda	386	135	34,97%
Festas& Celebrações	3.790	200	5,27%
Filme& Vídeo	9.341	200	2,14%
Gastronomia	12.708	200	1,57%
Música	1.595	200	12,53%
Teatro	4.703	200	4,25%
<b>Total</b>	<b>32.523</b>	<b>1.135</b>	<b>3,48%</b>

Fonte: elaborado pela autora com base no estudo do Sebrae - IAB (2017)

Como não existem bases dados fidedignas que contemplem registros de empreendimentos formais e informais dos setores culturais e criativos, optou-se pela extração de dados relativos aos empreendimentos formais da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)<sup>38</sup> para o ano de 2014. Esta base de dados compreende os registros de empresas formalizadas de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Foi feito então um exercício e um esforço de identificação dos códigos da CNAE relativos aos seis setores investigados (ANEXO 3).

Entretanto, é importante enfatizar que a CNAE não contempla o universo e a diversidade de atividades econômicas desenvolvidas pelos setores culturais e criativos, além de haver códigos que integram múltiplas atividades sem a possibilidade de segregação. Deste modo, a CNAE utilizada para **design de moda**, por exemplo, inclui

---

<sup>38</sup>Ministério do Trabalho (MT).



design de mobiliários e de outros objetos pessoais e domésticos; a CNAE para **festas & celebrações** (Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares) é a mesma utilizada para o setor de **teatro**, estando incluída também como um dos códigos de atividades inseridos para o setor de **música**. O que se evidencia é que existe um longo caminho no sentido de garantir que a CNAE corresponda, pelo menos de um modo mais aproximado, a realidade das atividades econômicas desenvolvidas no campo da economia criativa.

### **Etapa 5 – Articulação com órgãos e organizações públicas e privadas para a obtenção de bases de dados de empreendedores e empreendimentos, formais e informais, dos setores criativos priorizados.**

Com as amostras por setor definidas, o passo seguinte foi a criação de uma base de dados única para identificação e agendamento de entrevistas com potenciais entrevistados. Esta base de dados exigiu um longo trabalho de articulação para acessar um conjunto de bases de dados de diferentes instituições. Com os dados obtidos, partiu-se para a checagem e validação das informações. Só assim foram possíveis os agendamentos e a realização das entrevistas de campo junto aos empreendedores e profissionais do campo criativo na cidade do Rio de Janeiro. Em virtude das dificuldades na construção deste banco de dados fidedigno, a seleção amostral foi não probabilística, sendo utilizada a técnica da “bola de neve<sup>39</sup>” para ampliar as bases de dados e acessar também empreendedores atuantes na informalidade. As instituições e organizações que serviram como fontes para a construção desta base de dados foram: as secretarias de cultura do estado e do município, a junta comercial, o sistema Firjan, associações profissionais e o próprio Sebrae.

### **Etapa 6 – Capacitação da equipe de pesquisadores de campo**

Para a realização da coleta de dados e informações no campo foi feita uma seleção de pesquisadores juniores na cidade partindo-se dos seguintes pré-requisitos: graduado ou estudante universitário (a partir do quarto semestre) nas áreas de Artes, Produção

---

<sup>39</sup>Técnica de amostragem não probabilística onde os indivíduos selecionados para serem estudados convidam novos participantes da sua rede de amigos e conhecidos.

Cultural, Comunicação, Design, Letras, Administração, Economia, Geografia, História, Ciências Sociais ou Estatística; com conhecimentos sobre cultura e linguagens artísticas no Rio de Janeiro; dinâmico, proativo e organizado; com boa comunicação interpessoal; com experiência em pesquisa de opinião (ou similar); com disponibilidade e flexibilidade de horários para entrevistas agendadas; possuir smartphone ou tablete, preferencialmente em sistema *Android*.

Figura 13: Capacitação da equipe de pesquisadores de campo – Mercado Rio Criativo



Fonte: Instituto Alvorada Brasil (2016)

A capacitação da equipe selecionada ocorreu durante quatro dias, nos turnos da manhã e da tarde, cumprido com a seguinte programação: nivelamento conceitual sobre economia criativa; apresentação do projeto de pesquisa; descrição da metodologia; *download* nos *smartphones* ou *tablets* do aplicativo (*Data Goal*), utilizado pelos pesquisadores para a aplicação dos questionários de campo; apresentação da ferramenta *Data Goal*<sup>40</sup>; apresentação e leitura dos questionários; aplicação prática dos questionários junto a profissionais dos seis setores criativos investigados.

## Etapa 7 – Levantamento institucional

O levantamento institucional correspondeu a uma etapa muito importante nesta pesquisa na perspectiva de mapear e identificar organizações públicas e privadas relacionadas com: a infraestrutura educacional (local/regional); a infraestrutura

<sup>40</sup>*Data Goal*: sistema para coleta de dados em campo que trabalha com questionários digitais em *tablets* e *smartphones*, enviando as coletas diretamente do campo para a base de dados das entrevistas. (Vide: <http://datagoal.com.br>)

institucional pública (Sistema S, secretarias governamentais, agências de desenvolvimento, fundações, incubadoras etc) e privada (Associações empresariais, sindicatos de empresas/trabalhadores, cooperativas etc.); a infraestrutura de financiamento (comunitária, municipal, estadual, federal etc); e, por último, a infraestrutura de criação, produção, distribuição (circulação, comercialização) e Consumo/Fruição dos setores investigados. A partir deste levantamento foi possível identificar a densidade institucional e os potenciais arranjos relacionados com cada um dos setores na cidade.

O levantamento foi feito por parte da equipe de campo, que utilizou o Formulário de Levantamento Institucional (ANEXO 7) como instrumento de suporte para a sistematização dos dados e informações. Foram acessados sites institucionais (de organizações educacionais, instituições financeiras, agências de fomento e desenvolvimento, instituições científicas e tecnológicas e plataformas de criação, produção e distribuição) na internet e/ou realizadas entrevistas (telefônicas ou presenciais) com representantes dessas instituições (gestores das instituições públicas e privadas que desenvolvem atividades de suporte aos empreendimentos dos setores culturais e criativos priorizados).

## **Etapa 8 – Entrevistas junto ao público-alvo**

Com o banco de dados construído, checado e validado, foram agendadas as entrevistas com empreendedores e profissionais, atuantes nos setores criativos priorizados, em várias regiões da cidade.

Figura 14: Divulgação da Pesquisa – Mercado Rio Criativo



Fonte: Instituto Alvorada Brasil (2016 / 2017)

Para cada pesquisador de campo foi estabelecida uma meta semanal de entrevistas dentro de uma programação para o cumprimento das amostras setoriais. Foi utilizado como instrumento de coleta de dados um questionário quali-quantitativo (ANEXO 8) voltado para empreendedores, empresários e profissionais criativos atuantes nos setores priorizados. Este questionário foi inserido na plataforma do aplicativo *Data Goal*<sup>41</sup>, citado anteriormente.

### ***Estrutura do questionário***

A primeira parte do questionário corresponde à caracterização dos empreendimentos – nível de formalização, porte, natureza jurídica, localização, atividade econômica, setores relacionados, relacionamentos intersetoriais, longevidade e perfil da liderança, seguida de questões estruturadas em cima de um conjunto de variáveis distribuídas em 4 eixos de análise, conforme pode ser verificado na Figura 19.

Figura 15: Eixos de Desenvolvimento de Sistemas Produtivos e Redes de Economia Criativa Constituintes do questionário voltado para empreendedores criativos



Fonte: Elaborado pela autora com base na pesquisa Mercado Brasil Criativo (SEBRAE; IAB, 2018)

<sup>41</sup>*Data Goal* – algumas funcionalidades: controle de quotas geral; controle de quotas por entrevistador e equipe ou perfil do entrevistado; controle de filtros; permite ou não o recebimento de coletas incompletas ou que excedem a quota; captura a localização via GPS do dispositivo *Android* a cada coleta.

Os eixos e as variáveis pautaram a elaboração das questões investigadas junto ao público-alvo. Segue um detalhamento de cada eixo com suas respectivas variáveis:

### **Eixo 1 | Desenvolvimento Organizacional e Processos de Produção**

Corresponde a aspectos organizacionais - estratégicos, administrativos, comerciais, financeiros, tecnológicos, legais etc. - necessários à gestão e ao desenvolvimento de empreendimentos.

#### Variáveis de identificação:

- Gestão (qualificação do gestor em termos de formação e utilização de serviços de consultoria para o desenvolvimento do empreendimento)
- Inovação (aperfeiçoamento ou criação de um novo produto ou processo para acesso e ampliação de mercado)
- Tecnologias (utilização de técnicas e instrumentos que auxiliam na criação, produção e distribuição do produto)
- Formalização (formal / informal)
- Acesso a Financiamentos (facilidade/dificuldade, tipos e finalidades)
- Pessoal Ocupado (quantidade e tipos de ocupações geradas pelo empreendimento)
- Práticas de Planejamento (uso de métodos e ferramentas de planejamento para o desenvolvimento do empreendimento)

### **Eixo 2 | Informação e Acesso a Mercados**

Corresponde às práticas de acesso a mercados (nacionais e/ou internacionais), além de estratégias de busca por informações (bens e serviços demandados, consumo, infraestrutura e concorrência) relativas aos mercados de atuação e em prospecção.

#### Variáveis de identificação:

- Participação em feiras, rodadas de negócios, festivais, circuitos, mostras, *road shows*, entre outros, nos mercados nacionais e/ou internacionais.
- Prática de prospecção de mercados em aspectos relacionados à concorrência, a canais de distribuição e ao consumo de bens e serviços culturais e criativos.

### **Eixo 3 | Identidades Culturais**

Relacionam-se com a existência de identidades compartilhadas e reconhecidas tanto por aqueles que constituem as redes como por aqueles que com elas se relacionam.

#### Variáveis de identificação:

- Sentimento de pertença (reconhecimento de identidades culturais compartilhadas com os demais membros da rede da qual o empreendimento faz parte no espaço físico ou virtual)
- Vocações culturais (dimensão simbólica agregada aos bens e serviços culturais e criativos produzidos pelos empreendimentos da rede)

### **Eixo 4 | Dinâmica Espacial**

Representa o tipo e a intensidade das conexões que se estabelecem no interior das redes e sistemas produtivos e destas com os mais diversos agentes externos, delimitados em um espaço físico e/ou virtual.

#### Variáveis de identificação:

- Mobilização (capacidade de articulação entre os membros da rede em função de objetivos e causas de interesse coletivo)
- Associativismo (práticas de trabalhos colaborativos)
- Institucionalização (reconhecimento e representatividade da rede, existência ou não de estrutura de governança)
- Delimitação do espaço (físico e virtual) de atuação das redes
- Conectividade (intensidade das relações/conexões econômicas e produtivas estabelecidas por cada empreendimento/profissional nas redes).

O processamento e a tabulação dos dados e informações coletados a partir deste questionário (ANEXO 8) ocorreu de acordo com a descrição do Quadro 7, logo abaixo:

Quadro 7: Blocos temáticos do questionário X método de processamento para análise

Blocos	Método
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterização do Empreendimento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise estatística descritiva dos gráficos gerados (softwares empregados: SPSS e Planilha Excel).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento Organizacional e Processos de Produção</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise estatística descritiva dos gráficos gerados (softwares empregados: SPSS e Planilha Excel).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação e Acesso a Mercados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise estatística descritiva dos gráficos gerados (softwares empregados: SPSS e Planilha Excel)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidades Culturais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise estatística descritiva dos gráficos gerados (softwares empregados: SPSS e Planilha Excel) e análise de discurso das respostas qualitativas (software empregado: NVivo).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinâmica Espacial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise estatística descritiva dos gráficos gerados (softwares empregados: SPSS e Planilha Excel) e análise de 1 Grafo das redes intersetoriais (software empregado: Gephi) e de suas métricas estatísticas gerados a partir das conexões identificadas entre os diversos atores dos ciclos econômicos dos setores investigados.</li> </ul>

Fonte: criado pela autora.

É importante destacar que o Grafo gerado para a análise da Dinâmica Espacial é denominado como “Grafo não-orientado”. Este corresponde a um conjunto de atores conectados em uma rede onde o sentido da conexão não é definida ou orientada em um sentido específico. Não é, portanto, relevante onde se deu o início da conexão, importando apenas o fato dela existir entre dois ou mais atores. Outro ponto importante é que o Grafo gerado é de natureza estática, representando um recorte transversal das conexões identificadas na composição das Redes analisadas.

Os perfis dos respondentes entrevistados nesta pesquisa foram de empreendedores e profissionais relacionados com o núcleo criativo<sup>42</sup> de cada um dos setores investigados. Em cada um dos setores foi feita uma categorização dos respondentes de acordo com as atividades por eles relatadas como sendo atividades principais desenvolvidas para a sustentabilidade dos seus empreendimentos. Essas categorias tiveram suas conexões computadas de acordo com o tipo de relacionamento estabelecido entre os atores constituintes dos sistemas produtivos dos setores pesquisados, o que possibilitou e serviu como base para a geração do Grafo e dos esquemas gráficos, relacionados a seguir:

<sup>42</sup>Núcleo criativo: corresponde ao conjunto de profissionais do setor cuja atividade principal está diretamente relacionada com a etapa de criação.

- Grafo baseado nas conexões intersetoriais;
- Esquemas gráficos baseados no ciclo econômico de cada setor, identificando as conexões firmadas nas etapas de criação, produção, divulgação e distribuição.

Dentre as limitações da pesquisa, podem ser elencadas algumas que considera-se importante destacar: (a) a dificuldade na construção de um banco de dados dos potenciais respondentes, fidedigno e atualizado, posto que muitos setores atuam na informalidade ou não possuem atividades econômicas reconhecidas na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE); (b) a dificuldade na seleção de profissionais para o levantamento de campo voltado a uma temática nova que exige compreensão tanto de aspectos culturais quanto econômicos; (c) o contexto de descrença do campo cultural brasileiro no aparato institucional que tem interface com as atividades desenvolvidas pelos agentes culturais, o que resultou em baixa disponibilidade desses agentes para responder o questionário da pesquisa; (d) A ausência de pesquisas anteriores voltadas para a análise de aspectos econômicos da maioria dos setores analisados.

A seguir, nos capítulos 3 e 4 podem ser verificados os dados levantados no campo. Enquanto o primeiro se relaciona diretamente com a análise dos sistemas produtivos e redes de economia criativa na cidade do Rio de Janeiro; o segundo apresenta as políticas públicas implementadas recentemente, apontando para uma proposta de fortalecimento de redes e sistemas produtivos a partir de uma lógica de estado-rede.



## Capítulo 3. Análise de sistemas produtivos e redes de economia criativa

### 3.1 Contexto da economia criativa no Rio de Janeiro

O Rio de Janeiro é a “cara do Brasil”, uma cidade que carrega uma marca rica em significados que refletem um jeito de ser e viver traduzido nas expressões culturais do seu povo. Sua vocação cultural é evidente, mas ainda são frágeis os investimentos públicos e privados nos setores culturais e criativos como estratégia de desenvolvimento, para a geração de trabalho e renda e para a promoção da qualidade de vida dos seus habitantes e visitantes. Nas poucas pesquisas sobre economia criativa existentes no Brasil, o Rio de Janeiro figura sempre entre os primeiros estados em termos de produção, ocupação e remuneração.

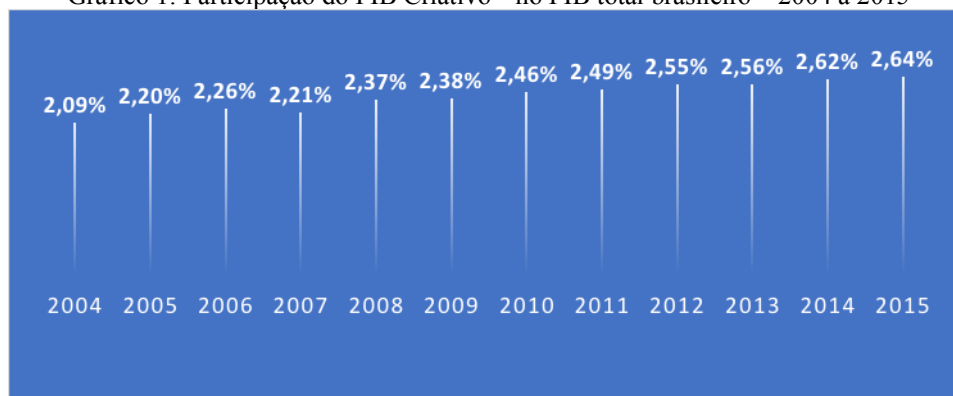
A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN, em 2008, realizou um estudo pioneiro denominado “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”<sup>43</sup> num primeiro exercício de projeção de dados econômicos, realizado a partir de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE e de dados extraídos da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS (Ministério do Trabalho e Emprego). Este estudo foi atualizado em 2012, 2014 e, por último em 2016.

Nesta última edição, o Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil apresenta informações e dados que demonstram a evolução do campo criativo no Brasil no período de 2004 a 2015. A participação do PIB dos setores criativos no PIB total brasileiro, nesta década, teve um crescimento gradativo, mesmo em tempos de crise, e atingiu a participação de 2,64% no ano de 2015, gerando uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões. A Figura 16 a seguir apresenta a evolução do PIB criativo de 2004 a 2015.

---

<sup>43</sup>A Firjan foi pioneira na produção de dados econômicos relativos às indústrias criativas no Brasil. No entanto, é importante enfatizar que esta tese não adota o *framework* adotado por esta instituição, conforme pode ser observado no Capítulo 1 (sub-tópico 1.1.2). O *framework* assumido nesta tese corresponde ao apresentado na Figura 4 neste mesmo sub-tópico, que não inclui a categoria Tecnologia do modo como a Firjan define: P&D, Biotecnologia e TIC. As TIC nesta tese são concebidas como um setor transversal a todos os outros, não sendo tratado separadamente. Para acessar os mapeamentos realizados pela Firjan, vide: <http://www.firjan.org.br/economiacriativa/pages/default.aspx>.

Gráfico 1: Participação do PIB Criativo<sup>44</sup> no PIB total brasileiro – 2004 a 2015



Fonte: FIRJAN (2016)

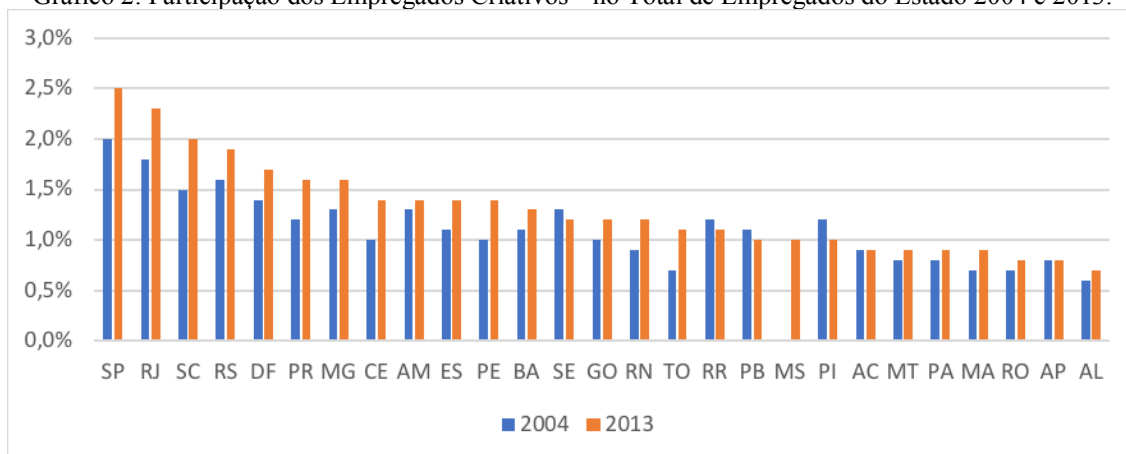
No Rio de Janeiro, a participação do PIB criativo no PIB total do estado é de 3,7% em 2015, perdendo apenas para São Paulo, cujo PIB criativo atinge 3,9% no mesmo ano (FIRJAN, 2016). Considerando-se que o estudo da FIRJAN se baseia em dados da economia criativa formal, acredita-se que o percentual de participação do PIB criativo é ainda maior caso fossem considerados dados obtidos da economia informal dos setores produtivos. De qualquer modo, os dados da formalidade são significativos e já demonstram a força de uma economia que só tem crescido.

O Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, publicado em 2014, apresenta informações relevantes, que merecem destaque, relativas à participação dos empregados dos setores criativos no total de empregados e a remuneração média mensal dos profissionais por unidade federativa do país, fazendo um comparativo entre os anos de 2004 e 2013. De acordo com o Gráfico 2, os dois estados com maior percentual de participação, como era de se esperar, são Rio de Janeiro e São Paulo. Em ambos, houve um crescimento percentual de profissionais empregados neste período.

---

<sup>44</sup>O PIB Criativo calculado pela Firjan contempla as seguintes Categorias (Indústrias Criativas): Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC).

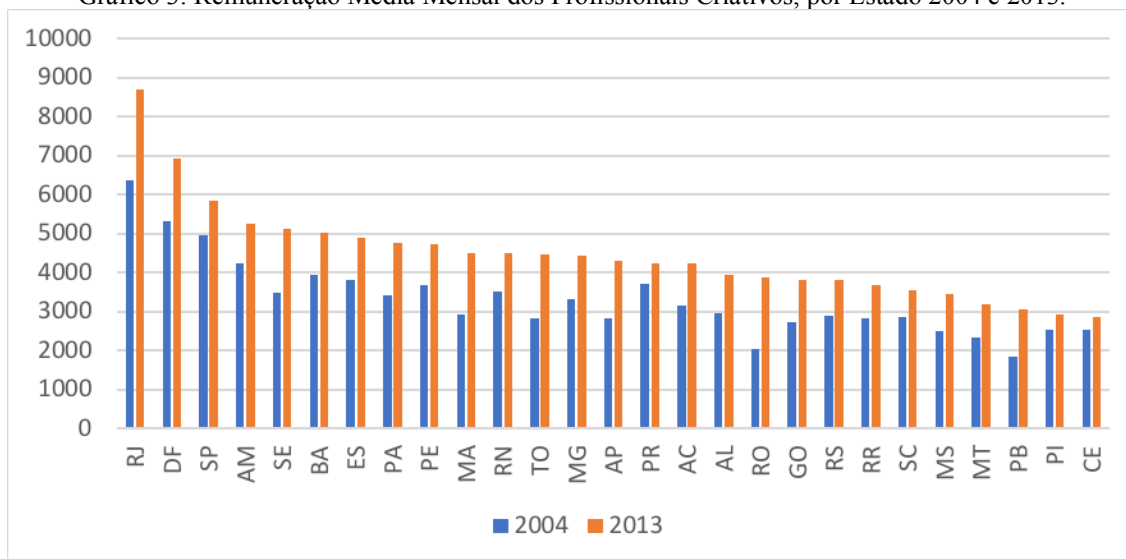
Gráfico 2: Participação dos Empregados Criativos<sup>45</sup> no Total de Empregados do Estado 2004 e 2013.



Fonte: FIRJAN (2014)

Com relação a remuneração média mensal dos profissionais dos setores culturais e criativos brasileiros, o Gráfico3 demonstra que houve um aumento significativo em praticamente todos os Estados entre os anos de 2004 e 2013.

Gráfico 3: Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos, por Estado 2004 e 2013.



Fonte: FIRJAN (2014)

O Rio de Janeiro é o estado brasileiro que apresenta a maior média salarial, seguido pelo Distrito Federal e por São Paulo. Entretanto é importante ressaltar que essa média é elevada em função do impacto da remuneração dos profissionais atuantes no

<sup>45</sup> Mercado formal de trabalho, contemplando profissionais criativos, independentemente do lugar onde trabalham, seja na indústria criativa, na clássica, ou em qualquer outra atividade econômica.

campo das Tecnologias (P&D, Biotecnologia e TIC), que são computados no cálculo realizado pela FIRJAN.

A pesquisa publicada pela FIRJAN em 2016 vem complementar essas análises para o período entre 2013 e 2015. Nela, é apresentada uma tabela comparativa destes dois anos com a distribuição do número de profissionais empregados e sua remuneração média correspondente por setor mapeado. A seguir, na Tabela 1, verificamos os dados relativos às categorias dos setores investigados neste estudo, incluindo dados referentes ao período de 2004 – design de moda na categoria Consumo; gastronomia dentro de expressões culturais, teatro dentro de artes cênicas, festas & celebrações dentro de patrimônio e artes e música na categoria Cultura; e filme & vídeo, dentro de audiovisual, na categoria Mídia.

Tabela 1: Comparativo do número de empregados e da remuneração média nos setores criativos no Brasil – 2004, 2013 e 2015

Área/Setor	Empregos (milhares)					Salários (R\$1,00)				
	2004	2013	Var.%	2015	Var.%	2004	2013	Var.%	2015	Var.%
<b>Consumo<sup>46</sup></b>	211,5	380,8	80,0	376,3	-1,2	R\$ 3.619	R\$ 5.620	55,3	R\$ 5.411	-3,7
Publicidade	45,7	112,7	146,5	131,7	16,9	R\$ 5.701	R\$ 6.638	16,4	R\$ 6.276	-5,5
Arquitetura	62,7	124,5	98,5	113,5	-8,8	R\$ 5.354	R\$ 8.157	52,4	R\$ 7.736	-5,2
Design	42,6	87,0	104,2	81,9	-5,9	R\$ 2.556	R\$ 3.250	27,2	R\$ 3.010	-7,4
Moda	60,5	56,7	-6,3	49,2	-13,2	R\$ 993	R\$ 1.663	67,5	R\$ 1.724	3,7
<b>Cultura</b>	43,2	62,1	43,8	66,5	7,1	R\$ 1.962	R\$ 2.976	51,7	R\$ 2.898	-2,6
Expressões Culturais	18,3	22,5	22,9	26,8	19,2	R\$ 1.146	R\$ 1.776	55,0	R\$ 1.852	4,3
Patrimônio e Artes	10,2	16,4	61,0	16,0	-2,6	R\$ 2.880	R\$ 4.381	52,1	R\$ 4.383	0,0
Música	7,5	12,0	60,3	12,0	-0,3	R\$ 1.662	R\$ 2.609	57,0	R\$ 2.860	9,6
Artes Cênicas	7,2	11,2	55,3	11,7	4,8	R\$ 3.047	R\$ 3.717	22,0	R\$ 3.304	-11,1
<b>Mídias</b>	64,1	101,4	58,2	95,1	-6,2	R\$ 2.670	R\$ 3.628	35,9	R\$ 3.590	-1,0
Editorial	27,8	50,8	82,8	48,9	-3,7	R\$ 3.829	R\$ 4.468	16,7	R\$ 4.332	-3,0
Audiovisual	36,3	50,6	39,3	46,2	-8,7	R\$ 1.782	R\$ 2.784	56,2	R\$ 2.805	0,8

Fonte: Adaptado pela autora (FIRJAN, 2014 e 2016)

Analisando-se a tabela acima, alguns dados merecem destaque: expressões culturais, patrimônio e artes, música, artes cênicas e audiovisual cresceram entre 2004 e 2013, sendo com maior impacto (mais de 50%) nos casos de patrimônio e artes, música e artes cênicas. Em termos de remuneração média, o crescimento se deu em todos os

<sup>46</sup>Categoria Consumo, definida no framework da Firjan, contempla os setores criativos da categoria Criações Funcionais definida no framework da UNCTAD.

setores no mesmo período. Nos dois anos subsequentes (de 2013 a 2015), dentre os segmentos analisados nesta tese apenas os que compõem o campo das artes cênicas (-11%) sofreram queda na sua remuneração média.

Analisando-se estes dados para o estado do Rio de Janeiro na Tabela 2 a seguir, constatamos que a área de cultura (expressões culturais, patrimônio, música e artes cênicas) foi a única com aumento de empregos entre 2013 e 2015, da mesma forma que o restante do país, ainda que tenha tido a maior queda em termos de remuneração média.

Tabela 2: Comparativo do número de empregados e da remuneração média nos setores criativos no Rio de Janeiro – 2013 e 2015

Área	Empregos (em milhares)			Salários (R\$,1,00)		
	2013	2015	Var.%	2013	2015	Var.%
<b>Consumo</b>	39,8	36,9	-7,3	R\$ 7.888	R\$ 7.183	-8,9
<b>Cultura</b>	7,5	8,1	8,6	R\$ 5.424	R\$ 4.927	-9,2
<b>Mídias</b>	10,2	9,4	-7,1	R\$ 6.161	R\$ 6.196	0,6

Fonte: Adaptado pela autora (FIRJAN, 2016)

Conforme a Tabela 3, logo abaixo, as remunerações médias dos setores criativos do Rio de Janeiro que mais se destacam são as referentes aos setores de publicidade, arquitetura, patrimônio e artes, artes cênicas e audiovisual.

Tabela 3: Remuneração média nos setores criativos no Rio de Janeiro –2015

Setor	Salários 2015
<b>Consumo</b>	
Publicidade	R\$ 6.923
Arquitetura	R\$ 10.155
Design	R\$ 3.420
Moda	R\$ 2.217
<b>Cultura</b>	
Expressões Culturais	R\$ 2.023
Patrimônio e Artes	R\$ 6.219
Música	R\$ 3.565
Artes Cênicas	R\$ 9.010
<b>Mídias</b>	
Editorial	R\$ 5.977
Audiovisual	R\$ 6.453

Fonte: Adaptado pela autora (FIRJAN, 2016)

É importante também chamar a atenção para o fato de que no estado do Rio de Janeiro, do total de Micro e Pequenas Empresas (MPE) de todos os setores produtivos em 2010, 13% correspondiam a empresas dos setores criativos, este percentual sobe para 16% quando analisados os dados para a região metropolitana (IETS, 2012). Outro dado relevante, proveniente do estudo do IETS (2012), é que do total das empresas dos setores criativos no Estado do Rio, considerando-se todos os portes, 99,6% eram constituídas como MPE<sup>47</sup> em 2010. Isto demonstra que esta é uma economia dominada pelas MPE em termos de ocupação, inclusive. Vale também destacar que a taxa de crescimento da quantidade de micro e pequenas empresas dos setores criativos no período entre 2006 e 2010 no estado do Rio de Janeiro chegou a 15%, um percentual significativo de crescimento, embora inferior a média nacional de 20% de crescimento (IETS, 2012).

De 2010 para cá, ainda que existam muitos profissionais e empreendimentos criativos atuando na informalidade, o número de empreendedores formalizados só aumentou em virtude da instituição, em julho de 2009, da figura jurídica do microempreendedor individual (MEI). O MEI veio desburocratizar e facilitar o acesso de profissionais autônomos e de empreendedores informais à formalização das suas atividades<sup>48</sup>. Segundo dados do Sebrae (2016), o número total de microempreendedores individuais no Brasil cresceu de 771.715 em 2010 para 5.680.614 em 2015. Só no Rio de Janeiro, em dezembro de 2015, foi atingido o número total de 690.106.

É evidente que, dentro desse processo de formalização, houve um aumento do nível de institucionalidade necessário e fundamental para o desenvolvimento de qualquer setor. Entretanto, quando é analisada a realidade dos empreendimentos criativos, percebe-se que a formalização ainda é um passo muito pequeno frente a tantos desafios que necessitam ser enfrentados para o seu fortalecimento, conforme poderá ser verificado nos sub-tópicos seguintes.

Enfim, a força e o potencial da economia criativa brasileira e na cidade do Rio de Janeiro tem se mostrado com evidência. O desenvolvimento desta capital pede que se dê

---

<sup>47</sup>Base de dados da Relação Anual de Informações Sociais - RAIS/ Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, considerando-se os empreendimentos com até 99 vínculos.

<sup>48</sup>A Lei Complementar nº 128/08 criou a figura jurídica do empreendedor individual e a lista das atividades econômicas contempladas por esta figura jurídica. Ainda que contemple uma certa diversidade de atividades, a lista é restrita no que se relaciona às atividades associadas aos setores criativos, sendo em muitos casos relacionadas com atividades de apoio em vez daquelas que compõem o núcleo criativo. Considerando-se os setores investigados nesta pesquisa, destacam-se algumas atividades relacionadas com design de moda (ex.: bordadeira, estampador, reparador de vestuário, tricoteira etc), festas & celebrações (promotor de eventos), filme & vídeo (ex.: editor de vídeo), gastronomia (ex.: proprietários de bares e restaurantes / vendedores ambulantes) e música (ex.: cantor/músico independente, DJ/VJ).

um passo fundamental em direção desta economia que ainda, de modo incipiente, tem se fortalecido gradativamente. A formulação de políticas públicas neste campo demanda uma perspectiva sistêmica, numa abordagem territorial e setorial que compreenda as diferenças de estágios de desenvolvimento econômico e aspectos próprios da diversidade cultural presente no território. Os diferentes níveis de institucionalidade e formalização, da estrutura e da precariedade dos empreendimentos e de seus mecanismos de fortalecimento, precisam ser investigados neste sentido. A seguir, serão apresentados e analisados os resultados da pesquisa de campo realizada sobre os sistemas produtivos e as redes de economia criativa por meio da análise de seis setores na cidade do Rio de Janeiro: design de moda, de festas & celebrações, de filme & vídeo, de gastronomia, de música e de teatro.

## **3.2 Sistemas produtivos e redes de economia criativa**

### **3.2.1 Distribuição geográfica e relações intersetoriais**

O recorte geográfico desta pesquisa foi delimitado preferencialmente na cidade do Rio de Janeiro, com algumas incursões em municípios limítrofes dentro da Região Metropolitana. Como uma megacidade de um país em desenvolvimento, o Rio de Janeiro se apresenta de forma múltipla e assimétrica, reproduzindo formas de acumulação e divisão de trabalho próprias das lógicas hegemônicas em um território prenhe de uma diversidade cultural, impactada por um jogo de tensões entre um modelo excludente e extremamente competitivo e novos modelos que tem sido discutidos a partir de novos modos e vivências, colaborativas e solidárias (SANTOS, 2001). A cidade do Rio se constrói então entre as forças de um mercado global hegemônico e as potências e resistências nos territórios, que serão verificadas mais adiante.

Como locus privilegiado para a análise dos sistemas produtivos e redes de economia criativa, a cidade emerge nesta pesquisa como um espaço de forte vocação cultural, como um território constituído a partir de múltiplas influências e interferências voltadas para a construção de ideias, utopias e projetos concretos, dentre tantos já elaborados e formulados (HALL, 2013). O Rio de Janeiro desponta como uma cidade de múltiplas faces, construída e desconstruída por projetos e investimentos, na maioria das

vezes, descoordenados e não estruturantes dos seus processos de desenvolvimento no médio e longo prazos. A cidade pode ser analisada em parte como a “Cidade do Empreendimento” e a “infocidade”, descritas por Peter Hall (2013), ou como a “cidade criativa” debatida criticamente por Seldin (2016). Neste sentido, a título de exemplo e considerando-se a temática desta tese e o passado recente dos projetos de intervenção na cidade, vale destacar o projeto de criação do “Distrito Criativo do Porto”, dentro do Porto Maravilha.

A criação do “Distrito Criativo do Porto” (SELDIN, 2016) contemplou um grande investimento na requalificação cultural do espaço urbano da região portuária da cidade, por meio da implantação de grandes equipamentos culturais, com vistas a criação de um cluster de economia criativa com grande atratividade para o desenvolvimento de negócios criativos e para ampliação da visitação de turistas. Grande parte desse investimento se deveu à construção de parcerias público-privadas (PPP) pela Prefeitura da cidade (MELO, 2017). Como uma espécie de laboratório de inovação para a construção de uma cidade inteligente<sup>49</sup>, a PPP da Prefeitura com a CISCO<sup>50</sup> teve como fruto o desenvolvimento de uma Plataforma Urbana Conectada Wi-Fi, constituída por 15 soluções urbanas inteligentes relacionadas com questões de segurança, acessibilidade, saúde e meio ambiente (MELO, 2017) na região, buscando a promoção do uso das tecnologias dentro de um processo de apropriação social.

Se, por um lado, o Porto Maravilha figura como um projeto de requalificação de um espaço degradado da cidade, relevante para o estímulo ao desenvolvimento de atividades econômicas relacionadas com o turismo, a cultura, o entretenimento e as compras, tal qual a “Cidade do Empreendimento” descrita por Hall (2013); por outro, o projeto foi quase nulo nas contrapartidas à população residente, sendo desenvolvidas ações pouco significativas e incluídas das comunidades, desconsiderando aspectos importantes relacionados à uma área tombada, rica em referências da cultura negra da cidade, provocando processos de gentrificação. A lógica *top-down* do projeto ainda está longe de gerar processos colaborativos e de cooperação efetivas para o desenvolvimento da cidade, na perspectiva de um desenvolvimento local (FURTADO, 2008) e de adotar

---

<sup>49</sup>O conceito de “Cidade Inteligente” dentro do Programa “Rio Inteligente – cidade da inovação e do conhecimento” da Prefeitura do Rio de Janeiro corresponde a cidade construída nas seguintes bases: cidade digital, relacionada com a infraestrutura de conectividade; cidade inteligente, associada aos sistemas de gestão e monitoramento da cidade a partir da incorporação das TIC; e comunidade inteligente, referente à apropriação social das tecnologias digitais (MELO, 2017).

<sup>50</sup>CISCO – empresa líder mundial em TI e redes (vide: [https://www.cisco.com/c/pt\\_br/index.html](https://www.cisco.com/c/pt_br/index.html))



um modelo de governança democrático e autossustentável, dentro do conceito de cidade criativa defendido por Reis (2011), acabando por sucumbir a uma lógica do marketing urbano.

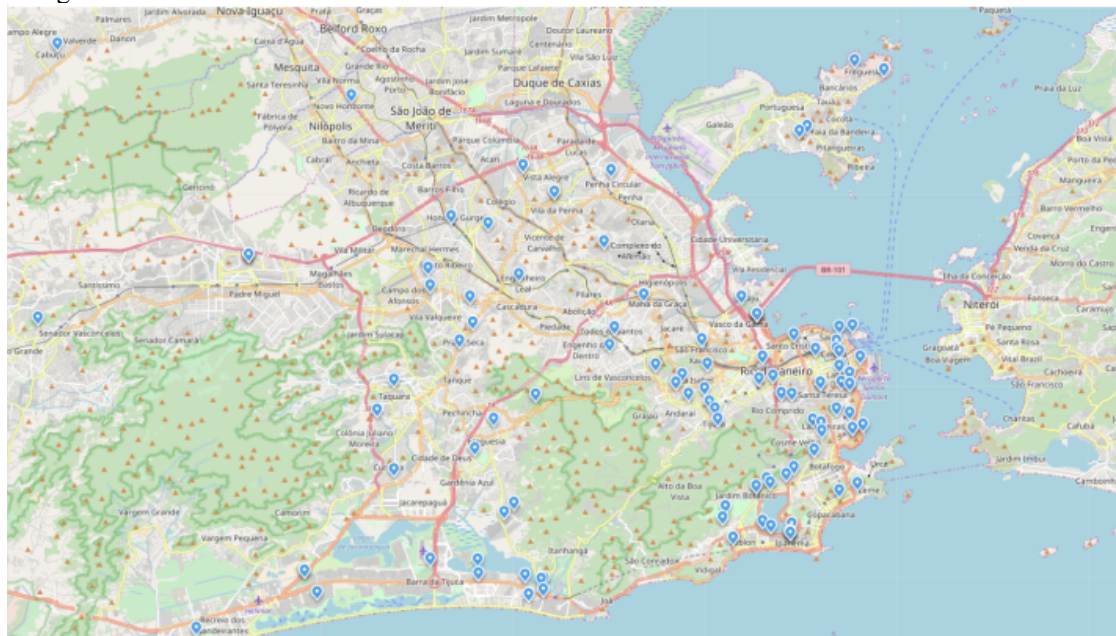
A pesquisa, ora apresentada, se propõe então a uma investigação ampliada, contemplando empreendedores criativos distribuídos em todas as regiões da cidade com vistas a garantir a obtenção de resultados representativos das diferenças e pluralidades do território. Uma cidade do porte da cidade do Rio de Janeiro, conforme defendido por Scott e Storper (2003), é favorável ao surgimento de aglomerações em virtude da existência de uma infraestrutura urbana que dá suporte ao desenvolvimento das atividades econômicas gerando adensamentos de serviços e estruturas institucionais e profissionais. Matos (2011) ratifica essa percepção, chamando atenção para o fato de que em grandes regiões metropolitanas as atividades culturais se desenvolvem em múltiplas aglomerações espalhadas em diferentes regiões, conforme poderá ser observado na Figura 16 relativa aos mapas georreferenciados dos empreendimentos pesquisados.

Como um sistema territorial, o Rio de Janeiro abrange todo um conjunto de redes econômicas e de conhecimento inter-relacionadas, distribuídas por diferentes regiões, traduzidas em malhas de conexões sobrepostas de empreendedores, empreendimentos, organizações, empresas e o estado, em consonância com o conceito de sistema territorial de Raffestin (1993). Considerando-se o território nesta perspectiva sistêmica, a formulação de políticas públicas voltadas para os setores criativos nos territórios devem levar em conta as dimensões políticas, econômicas, sociais e culturais vivenciadas pela população.

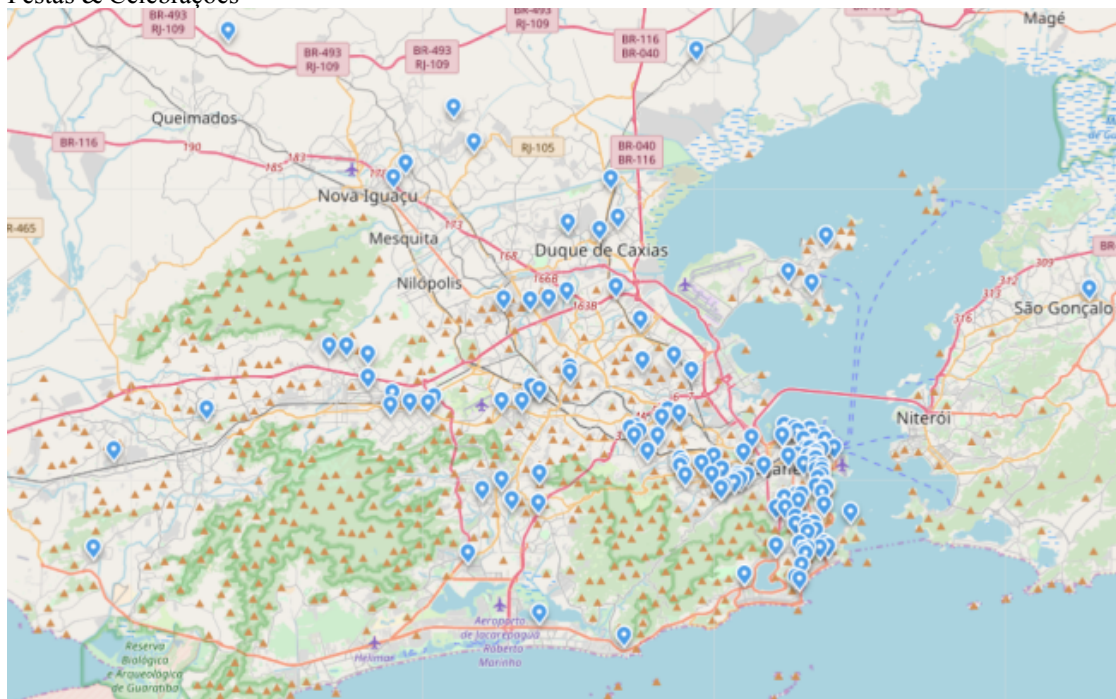
A Figura 16, a seguir, apresenta seis mapas da cidade do Rio de Janeiro com o georreferenciamento dos empreendimentos investigados nesta pesquisa por cada um dos setores criativos priorizados – design de moda, festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia, música e teatro. Neles, percebe-se que os empreendimentos estão distribuídos em todas as regiões da cidade. No entanto, observa-se que os empreendimentos dos setores de design de moda, filme & vídeo, gastronomia e teatro estão mais concentrados nas zonas central e sul, enquanto música e festas & celebrações, além das zonas central e sul, também tem uma concentração significativa nas zonas norte e oeste.

Figura 16: Mapas do Rio de Janeiro com o georreferenciamento dos empreendimentos investigados por setor criativo analisado

### Design de Moda



### Festas & Celebrações



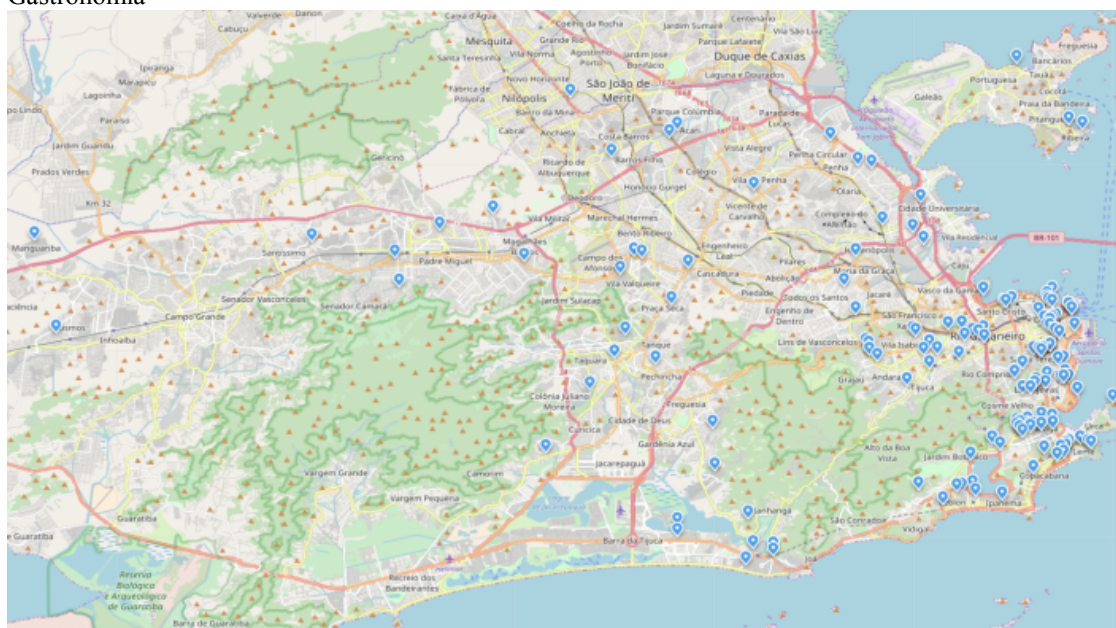
Fonte: elaborado pela autora.

Figura 16: Mapas do Rio de Janeiro com o georreferenciamento dos empreendimentos investigados por setor criativo analisado (continua)

### Filme & Vídeo



### Gastronomia

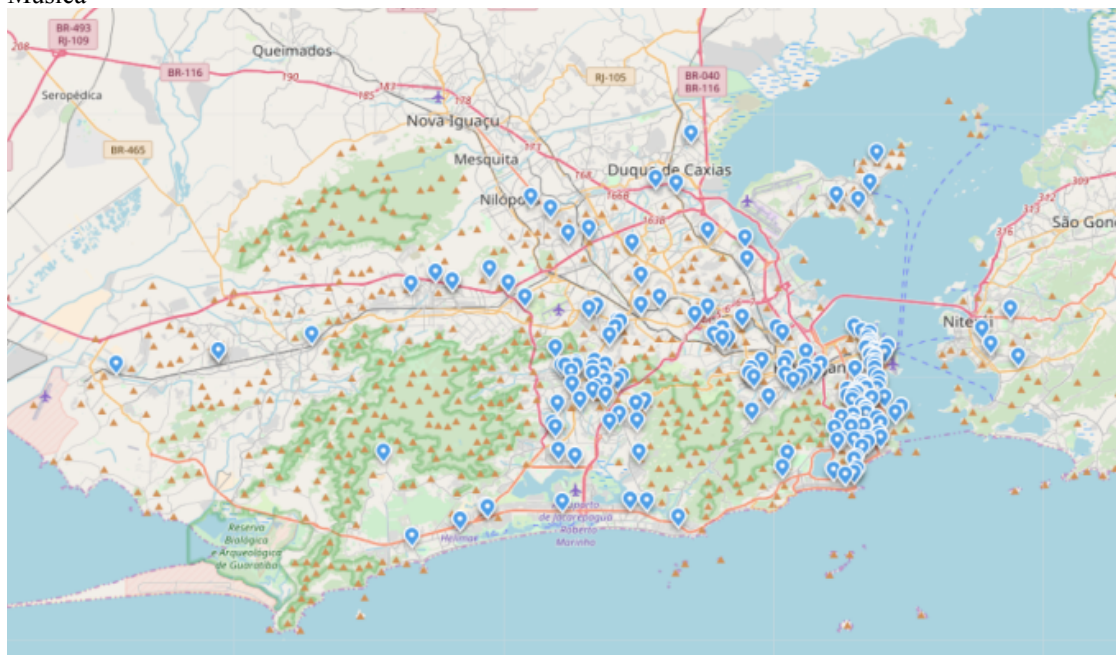


Fonte: elaborado pela autora.

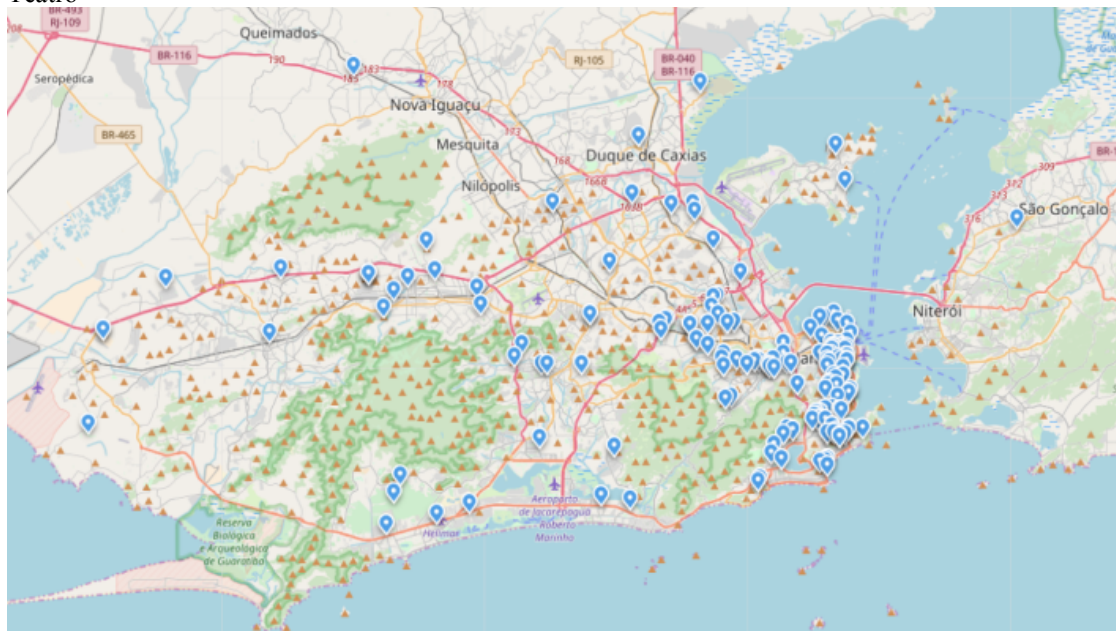


Figura 16: Mapas do Rio de Janeiro com o georreferenciamento dos empreendimentos investigados por setor criativo analisado (continua)

### Música



### Teatro



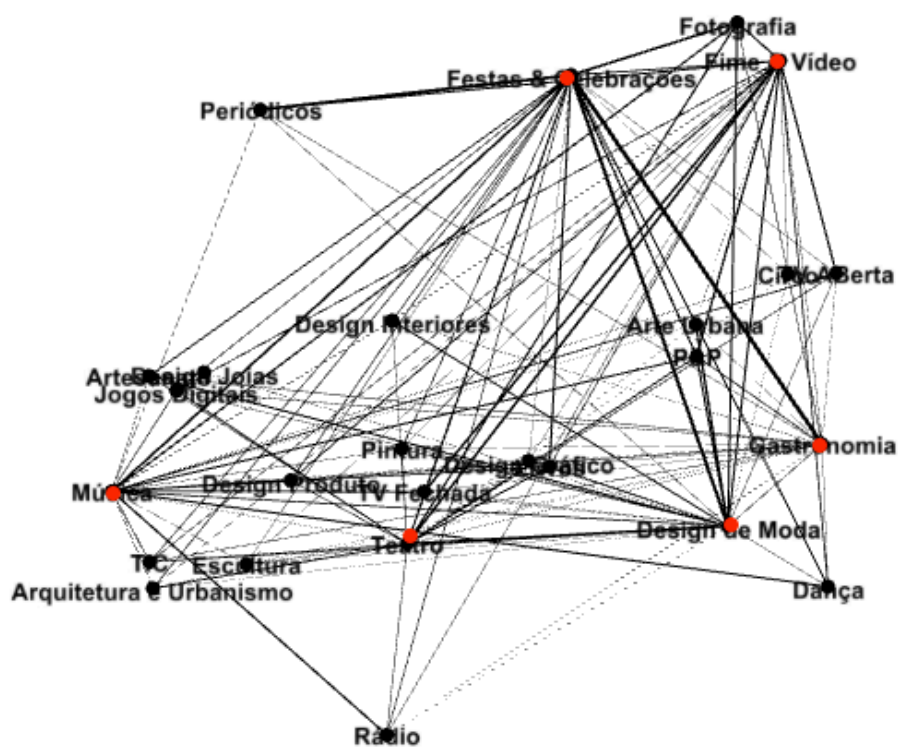
Fonte: elaborado pela autora.

Mais do que distribuídos e sobrepostos em várias regiões da cidade, os empreendimentos dos setores criativos analisados se integram e se conectam num processo espontâneo relacionado com o desenvolvimento de suas atividades econômicas. Nenhum setor funciona de modo isolado e quase a totalidade dos empreendedores desenvolve atividades profissionais múltiplas relacionadas a mais de um setor.

Esta conclusão foi fruto de um questionamento levantado junto aos empreendedores entrevistados. A eles foi perguntado se seu empreendimento se envolvia com atividades econômicas fora do seu setor principal de atuação e com quais setores eles se relacionavam, ainda que de modo secundário. O que pôde ser verificado é que a maioria dos empreendedores se envolve em múltiplas atividades com outros setores, seja prestando serviços relacionados com sua atividade principal ou trabalhando em outras atividades próprias aos outros setores.

Os relacionamentos intersetoriais foram então constatados de modo concreto e podem ser verificados no Grafo 1, representativo destas conexões. Como a pesquisa priorizou a análise de empreendimentos de seis setores, estes acabaram por centralizar a maior parte das conexões, entre eles ou entre eles e os demais setores não priorizados. No entanto, percebe-se que as conexões se estabelecem entre praticamente todos os setores, ratificando a sobreposição das malhas constituidoras de tessituras nos sistemas territoriais descritos por Raffestin (1993). As arestas são mais espessas ou mais finas em função do volume de conexões, assim como a distribuição e a proximidade entre os setores tem relação com a frequência destas relações.

Grafo1: Conexões estabelecidas entre os setores criativos na cidade do Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pela autora

Fruto então da intensidade das relações geradas entre os empreendimentos dos setores criativos, o Grafo acima é complementado com o Quadro 8 a seguir que apresenta a frequência das relações intersetoriais traduzidas em percentuais. Deste modo, quanto maior o percentual identificado maior a frequência de conexões entre os setores. O Quadro 8 apresenta, portanto, uma matriz de identificação das frequências de relacionamentos intersetoriais a partir dos seis setores priorizados nesta pesquisa com relação aos demais setores relacionados.

Quadro 8: Intensidade de conexão entre os setores criativos investigados e os demais setores

Setores Investigados \ Demais Setores	Design de Moda (%)	Festas & Celebrações (%)	Filme & Vídeo (%)	Gastronomia (%)	Música (%)	Teatro (%)
Artesanato	43	35	8	19	12	18
Arte Urbana	58	10	5	6	4	4
Arquitetura e Urbanismo	6	26	8	3	14	38
Circo	5	7	11	5	10	3
Dança	14	41	32	11	46	0
Design de Moda	100	60	18	8	32	60
Design Gráfico	6	8	10	4	5	7
Design de Interiores	38	24	12	8	12	14
Design de joias	9	0	0	0	0	0
Design de Produto	8	26	35	14	29	24
Escultura	8	14	7	4	9	15
Festas & Celebrações	26	100	35	57	61	44
Filme & Vídeo	28	0	100	0	0	53
Fotografia	45	62	44	22	45	45
Gastronomia	11	47	12	100	17	9
Jogos Digitais	14	23	29	16	24	35
Música	0	0	0	0	100	0
Livros	31	47	26	11	33	40
Periódicos	13	78	42	14	11	0
Pintura	19	25	14	8	13	19
Publicidade & Propaganda	46	48	53	29	42	37
Rádio	3	24	15	4	48	19
Teatro	1	3	10	0	6	100
TICs	26	23	19	17	26	20
TV Aberta	16	11	48	8	32	23
TV Fechada	10	7	60	9	34	22

Fonte: elaborado pela autora.

Se por um lado, há uma certa obviedade na conexão entre alguns setores, por outro, há um certo estranhamento. Seja porque o setor em questão tem uma conexão direta em função da sua atividade principal ou mesmo porque os empreendedores entrevistados atuam em mais de uma atividade, o que é comum no campo cultural e criativo. O relacionamento do design de moda com a arte urbana, com a publicidade & propaganda,

com a fotografia e o artesanato são facilmente compreendidas. Já a intensa relação entre festas e celebrações com o setor de periódicos, apesar de não ser explícita, se deve ao fato de muitos dos produtores culturais entrevistados também atuarem na produção de projetos para o campo da comunicação.

É interessante perceber, na análise do Quadro 8, que muitas das habilidades profissionais desenvolvidas e relacionadas como atividades específicas, dentro de um setor, também tem funcionalidade em outros setores, como no caso da relação entre teatro e audiovisual, assim como entre música e festas & celebrações. Este dado demonstra como os setores criativos não se encerram e si mesmos mas se desenvolvem dentro de uma dinâmica sistêmica intersetorial. Deste modo, a economia criativa da cidade só se desenvolverá e se fortalecerá na medida que a formulação de políticas públicas se constitua por meio de uma visão sistêmica.

Segundo a pesquisa, as relações entre os setores de gastronomia e festas & celebrações tem se destacado na cidade, seja em função da realização de festivais de comidas típicas ou da criação de parques e circuitos gastronômicos de rua. Para além do simples ato de comer, os empreendimentos gastronômicos têm se voltado para a criação de múltiplas experiências em torno da mesa, com iniciativas catalisadoras de outros segmentos, como o artesanato, a dança, a literatura, a música, o *design*, a arquitetura, entre outros. Os eventos de música, principalmente as festas, tem se configurado como espaços de integração de múltiplos setores, incluindo a gastronomia, o artesanato, a dança, a performance, o audiovisual e a poesia. Deste modo, projetos de rua tem se multiplicado e sido fortalecidos na cidade, ampliando o mercado e as alternativas de trabalho para os profissionais dos setores criativos.

Vale destacar também os impactos para além dos setores criativos. O setor de festas & celebrações, por exemplo, impacta diretamente em setores relacionados com a cadeia produtiva do turismo, como as redes hoteleiras da cidade e o comércio local.

De modo complementar à leitura da distribuição dos empreendimentos na cidade e de suas conexões intersetoriais, os tópicos, a seguir, relativos à análise dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa dos setores investigados permitirão uma compreensão mais clara das suas configurações e dinâmicas mantidas nos territórios.



### 3.2.2 Configurações dos sistemas produtivos e suas redes econômicas

Ao analisar a Rede da Economia do *design* de moda, de festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia, música e teatro do Rio de Janeiro, alguns aspectos foram considerados como fundamentais para identificação dos seus atores – profissionais, organizações e instituições – e para a compreensão dos relacionamentos mantidos entre eles. O primeiro aspecto buscou identificar quem compunha a Rede e como se estabelecem os relacionamentos, se de modo formal ou informal; o segundo aspecto buscou identificar em quais etapas do ciclo econômico do setor – criação, produção, divulgação e distribuição – se dá essa relação com cada um dos atores identificados; o terceiro aspecto verificou a frequência dos relacionamentos – se diária, semanal, mensal ou outra – entre os atores da Rede no sentido de analisar a intensidade da conexão entre os profissionais, empreendimentos e organizações envolvidas no sistema produtivo do setor; e, por último, o quarto descreveu a amplitude da Rede, verificando se os relacionamentos econômicos se restringiam à cidade, ao estado ou se tinham um escopo ampliado para outros estados da federação ou mesmo para outros países.

Esta reflexão tem como objetivo analisar as configurações dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa no Rio de Janeiro, tomando o conceito de campo criativo, defendido por Scott (2006), como referência, identificando as diferentes redes e arranjos organizacionais, incluindo dinâmicas econômicas e de natureza institucional. Nesta perspectiva, a pesquisa identificou o empreendedor como agente mobilizador e integrador das redes, como protagonista e fruto das conexões associadas a processos econômicos, de geração de conhecimento e de inovação, dimensões que serão aprofundadas nos sub-tópicos seguintes. No decorrer das figuras e dos gráficos analisados neste sub-tópico, percebe-se que os atores identificados como componentes das Redes não necessariamente se restringem a um único tipo de relacionamento (formal ou informal) ou a um tipo de etapa do ciclo econômico (criação, produção, divulgação e distribuição) do setor, podendo estar em um, em mais de um ou em todos os tipos de conexões ou relacionamentos. Isso se deve ao fato dos entrevistados terem identificado nestas conexões tipos de relações que se estabelecem de modo diferente, seja em função da natureza da atividade desenvolvida, seja em função do contexto no qual se deu a conexão. As articulações e as conexões em rede são geradoras de sinergias que

garantem a continuidade e o desenvolvimento das atividades econômicas, integrando empresas e organizações, públicas ou privadas (Scott, 2006).

Um dado comum a todos os setores analisados, é que há uma significativa coincidência entre os atores identificados nas redes que mantém conexões formais e informais junto aos empreendimentos investigados. Isto porque, a depender do tipo de relacionamento estabelecido, se faz necessária ou não a formalização<sup>51</sup> da relação. Deste modo, os relacionamentos podem se dar informalmente por vários motivos, sendo os mais comuns segundo os entrevistados: a necessidade de redução de custos das operações da empresa, a contratação de profissionais sem registros formais ou mesmo em virtude de práticas colaborativas e associativas que não envolvam transações de valores monetários.

A partir da descrição dos entrevistados sobre as atividades econômicas principais desenvolvidas pelos seus empreendimentos, foi possível então a realização de uma categorização destes de acordo com as convergências e as similaridades existentes entre os seus empreendimentos. Esta categorização pode ser identificada no Quadro 9 logo abaixo.

Quadro 9: categorias de profissionais entrevistados na pesquisa por setor

Design de Moda	Festas & Celebrações	Filme & Vídeo
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Designer</i> Acessórios</li> <li>- <i>Designer</i> Moda</li> <li>- Comércio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arte-educador</li> <li>- Assessoria de Eventos</li> <li>- Coletivo Cultural</li> <li>- Produtor Cultural</li> <li>- Produtor Eventos</li> <li>- Produtor Festivais</li> <li>- Produtor Carnaval</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produtor Animação</li> <li>- Produtor Filme</li> <li>- Produtor Audiovisual - Publicidade</li> <li>- Produtor Curtas</li> <li>- Produtor Filmes Educativos</li> <li>- Produtor Longas</li> <li>- Produtor Roteiros</li> <li>- Produtor <i>Webseries</i></li> <li>- Produtor Filme - Teatro</li> </ul>
Gastronomia	Música	Teatro
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alambique artesanal</li> <li>- Boteco <i>gourmet</i></li> <li>- <i>Buffet</i></li> <li>- Café e bistrô</li> <li>- Cerveja artesanal</li> <li>- Culinária <i>gourmet</i></li> <li>- Culinária natural</li> <li>- Culinária vegetariana</li> <li>- Doces <i>gourmet</i></li> <li>- <i>Foodtruck</i></li> <li>- Restaurantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produtor Espetáculos</li> <li>- Produtor Musical</li> <li>- Cantor / Compositor</li> <li>- Escola de musica</li> <li>- Coletivo cultural</li> <li>- Distribuidor</li> <li>- Produtor cultural</li> <li>- Grupo/Conjunto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arte educador - Ator/Atriz</li> <li>- Companhia Teatral</li> <li>- Diretor e Ator</li> <li>- Diretor teatral</li> <li>- Produtor Cultural</li> </ul>

Fonte: elaborado pela autora.

<sup>51</sup> Neste caso, deve-se entender como relações formalizadas aquelas que são efetivadas mediante contrato formal e/ou emissão de nota fiscal (NF).

Estas categorias de profissionais/empreendimentos relacionadas acima coincidem com aquelas com o maior número de conexões verificadas tanto nas redes de conexões formais como nas redes de conexões informais de cada um dos setores. Isto se deveu ao fato destas categorias corresponderem ao perfil dos empreendedores investigados como componentes nucleares das redes identificadas.

A seguir será feita uma descrição e uma análise dos sistemas produtivos e das redes econômicas identificadas para cada um dos setores investigados, relacionando seus múltiplos atores (profissionais, empresas, organizações, órgãos públicos, entidades representativas, fontes de financiamento e instituições de fomento técnico e formação). Cada uma destas redes econômicas se estabelece enquanto rede social (LIMA, 2009), num conjunto de conexões, fortes ou fracas, que impactam diretamente na configuração de suas dinâmicas. Em convergência com Britto (2017), as redes de empreendimentos ou firmas dos setores analisados contemplam redes e arranjos interorganizacionais que interagem em virtude de suas interdependências produtivas e tecnológicas que caracterizam os ambientes econômicos e seus sistemas produtivos.

Conforme poderá ser observado nos sub-tópicos a seguir, no centro das redes econômicas identificadas e apresentadas para cada um dos setores analisados, foram destacadas as categorias profissionais dos empreendedores entrevistados, posto que o sistema produtivo está sendo pensado a partir destes atores, nucleares nas atividades criativas em cada um dos seus setores, essenciais ao processo de criação e produção mas que, na maioria dos casos, se envolvem em todas as etapas do ciclo econômico da sua atividade – criação, produção, divulgação e difusão/distribuição/comercialização. Em consonância com o afirmado por Vale et al. (2008), estes empreendedores funcionam como os articuladores das redes identificadas, como agentes de conexão e inovação, identificando oportunidades, arranjos e combinações de recursos.

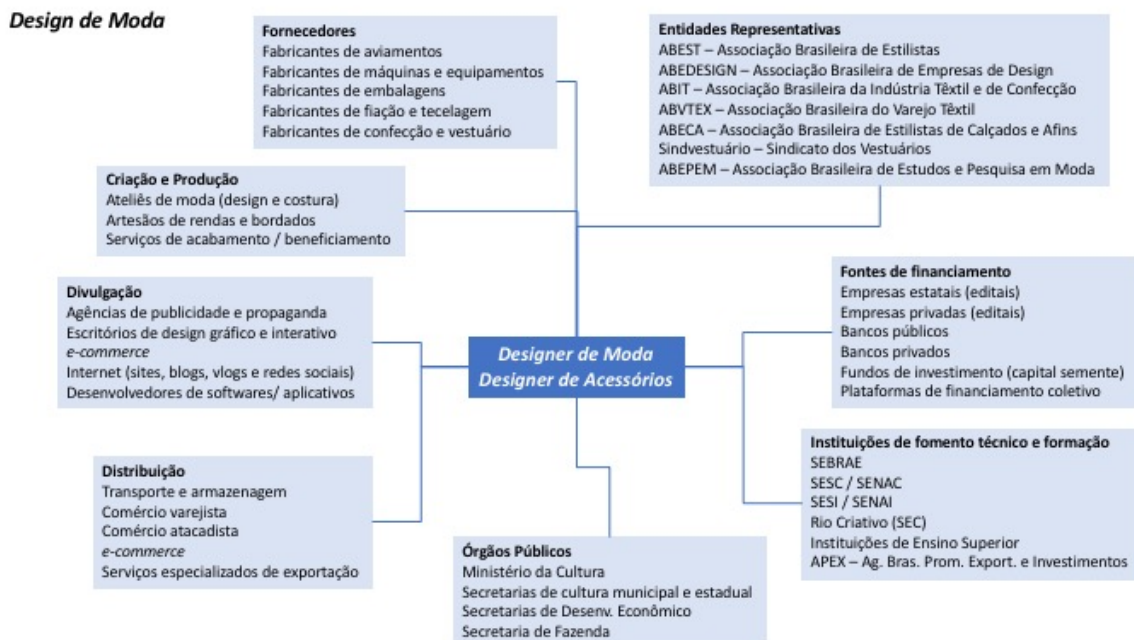
Os relacionamentos com as fontes de financiamento serão aprofundados no tópico 3.2.3, referente à estrutura dos empreendimentos, enquanto os relacionamentos com entidades representativas serão tratados no tópico 3.2.5, relativo às questões de colaboração e cooperação.

### 3.2.2.1 Design de Moda

Na Pesquisa, o *Design* de Moda foi tratado, não na perspectiva da indústria têxtil e de confecção (vestuário, acessórios e calçados), voltada para uma produção em larga escala com baixo valor agregado, mas como um setor cuja atividade principal está associada à dimensão simbólica da indústria da moda, estando presente nos ateliês e nos micro e pequenos empreendimentos do segmento no Rio de Janeiro. Os empreendimentos liderados por profissionais voltados ao desenvolvimento de uma moda autoral de alto valor agregado foram então priorizados, não sendo contemplados os profissionais atuantes como empregados contratados ou, ainda, os prestadores de serviços da grande indústria. Deste modo, a amostra analisada correspondeu a uma rede de empreendimentos, liderados, prioritariamente, por *designers* de moda e acessórios.

O sistema produtivo e a rede econômica do design de moda na cidade do Rio de Janeiro se constitui pela rede de empreendimentos e organizações identificados na Figura 17 logo abaixo.

Figura 17: Sistema produtivo e rede econômica do design de moda no Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pela autora.

Analisando-se a Figura acima, percebe-se a multiplicidade de profissionais envolvidos no setor do design de moda no Rio de Janeiro. Cada um destes, ainda que

assuma uma função predominante dentro destas relações, acaba por se envolver em múltiplas frentes. Os designers junto aos ateliês, aos artesãos de rendas e bordados e aos prestadores de serviços de acabamento e beneficiamento são os responsáveis diretos pelos processos de criação e participam ativamente da produção, se relacionando de modo estreito com os fabricantes (de fiação e tecelagem, de aviamentos, de confecção e vestuário, de máquinas e equipamentos e de embalagens). Estes interferem no processo criativo em função das tecnologias desenvolvidas para a fabricação e seus respectivos limites para a produção, impactando também diretamente nos custos. Dependendo do tipo e da qualidade do tecido ou aviamento fornecido, por exemplo, será ou não possível uma determinada modelagem de roupa, uma determinada aplicação no tecido; as máquinas interferem diretamente na construção de peças que podem ser desenvolvidas de modo totalmente ou parcialmente artesanal o que influencia na produtividade e na qualidade final dos produtos; as embalagens tem sido desenvolvidas não apenas com o objetivo de transportar ou assegurar a qualidade dos produtos mas também como elemento conceitual relacionado às marcas. Deste modo, o processo de criação só se concretiza num produto se levar em conta as possibilidades e os limites da produção.

O processo de criação sofre impacto direto do seu público e das tendências de mercado associadas aos interesses e padrões de consumo, assim como às causas sociais ou ambientais e a discursos e visões de mundo. O acesso a sites, vlogs, blogs e redes sociais, além do contato com o comércio tem apontado interesses e tendências, conforme poderá ser verificado em tópico mais adiante.

A divulgação no setor, em virtude das tecnologias digitais, tem se ampliado, envolvendo agências de publicidade e marketing, escritórios de design gráfico e interativo, plataformas de *e-commerce*, desenvolvedores de softwares e aplicativos, assim como os já citados sites, vlogs, blog e redes sociais. No caso dos empreendedores entrevistados, os canais tradicionais (radio, TV e jornais impressos) não são utilizados pelos seus empreendimentos, sendo priorizados canais digitais, mais baratos e com possibilidades e ações direcionadas para os seus públicos. Para além das estratégias de comércio tradicional, via comércio atacadista e varejista, foi constatado o uso de pontos de venda virtuais por meio de plataformas de *e-commerce*, além das relações que tem sido estabelecidas com prestadores de serviços especializados em processos de exportação. Neste último caso, a APEX é apontada como relevante para o acesso a canais de promoção e internacionalização do produto da moda.

As instituições de fomento técnico e de formação (Sesc/Senac, Sesi/Senai, Sebrae, Rio Criativo e as IES) foram identificadas por parte dos entrevistados tanto como espaços e laboratórios para a criação, a partir de programas e projetos voltados para o setor, quanto como suporte para o desenvolvimento dos empreendimentos, capacitando profissionais e empreendedores. Todavia, os empreendedores participantes dos grupos focais realizados se reconhecem pouco assistidos por estas instituições.

Na etapa da produção, os relacionamentos com os fornecedores são cruciais pois impactam tanto na qualidade final do produto quanto no seu custo de produção. Segundo os entrevistados, a compra de matérias-primas em pequenas quantidades emerge como um problema para o microempreendedor que, em função do seu baixo poder de barganha, acaba por ter custos elevados, o que impacta diretamente no preço final do seu produto. Outro problema levantado pelos entrevistados refere-se a baixa oferta de profissionais de modelagem no mercado, fato que impacta diretamente na qualidade do produto final. As Secretarias de Cultura, da Fazenda e de Desenvolvimento Econômico (do estado e do município) contribuem na etapa de produção e da distribuição seja por meio da oferta de linhas ou mecanismos de financiamento ou através do desenvolvimento de programas de apoio técnico à produção ou da realização de feiras. Por serem empreendimentos com estruturas muito enxutas, conforme poderá ser verificado no tópico 3.2.3, foi apontado como prática comum, pelos empreendedores, a execução de múltiplas funções, desde a criação até a venda dos produtos.

A pesquisa também investigou junto aos empreendedores do setor a frequência dos relacionamentos de acordo com cada ator da sua rede econômica e identificou que os atores da Rede de Design de Moda com maior frequência de relacionamento correspondem a aqueles que atuam tanto na produção, fabricante de confecção e vestuário (71%), serviços de acabamento (69,8%), quanto na divulgação/distribuição, com destaque para sites, blogs, vlogs e redes sociais (94,3%), plataformas de comércio eletrônico (86,7%), transporte e armazenagem (77,5%), comércio varejista (75%), desenvolvedores de softwares e aplicativos (75%).

Um exemplo interessante de ser destacado neste campo de atuação é o da Malha<sup>52</sup>, rede de empreendedores criativos de moda situados num espaço-plataforma comum voltado para uma moda colaborativa, sustentável, local e independente. Com quase 2 anos de funcionamento, a Malha congrega uma rede de 29 empreendimentos residentes num

---

<sup>52</sup>MALHA – vide: <https://www.malha.cc>

galpão situado no bairro de São Cristóvão, onde funciona como um espaço de *coworking*, com o compartilhamento de uma fábrica (Cofábrica) para a produção das roupas e acessórios, uma escola que promove palestras e workshops voltados para o ensino técnico, de estilo e o negócio de moda, um laboratório compartilhado (*FashionLab*) voltado para aprendizagem, prototipagem, experimentação e pesquisa (do artesanal ao digital), um estúdio para o desenvolvimento de conteúdo audiovisual para as marcas residentes e clientes de fora, uma área de promoções (Promo) com a disponibilização de uma rede de canais para alavancar vendas (*e-commerce, pop-ups, feiras etc*), um espaço para a realização de eventos e um restaurante. A Malha é um exemplo de aposta e construção de um novo modelo de negócio colaborativo. Em seu curto tempo de existência tem se deparado com dificuldades associadas tanto às práticas coletivas e questões de governança quanto às estratégias de sua sustentabilidade como negócio colaborativo (GANDINI, 2015). Como pioneiros neste processo, tem sofrido e vivido a fase heroica de quem desbrava o novo e experimenta lógicas e processos ainda não incorporado a uma cultura cotidiana.

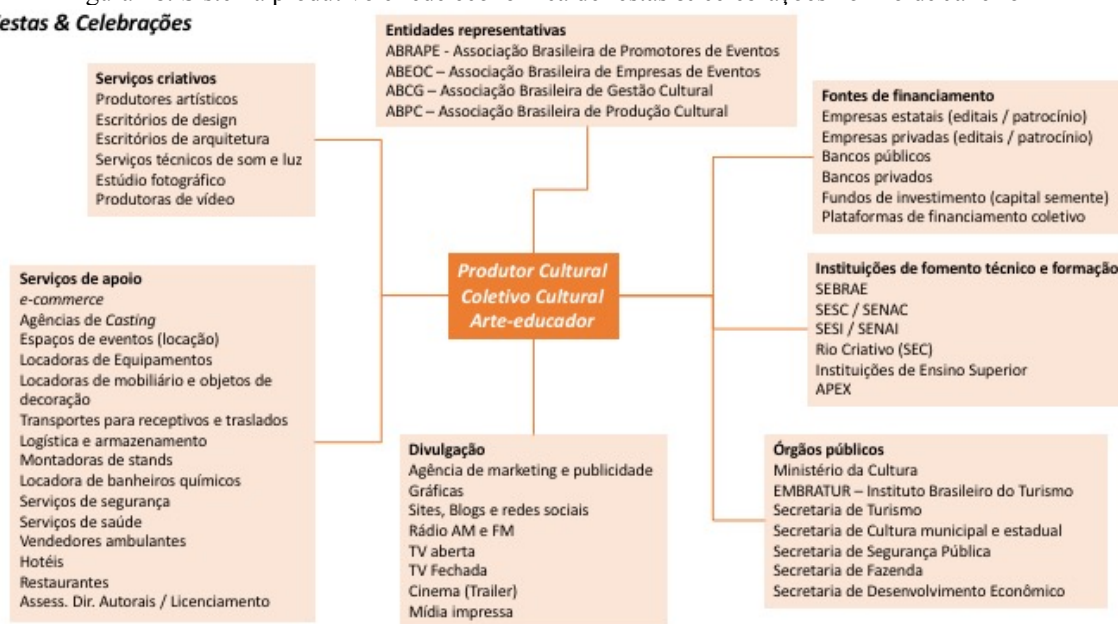
### **3.2.2.2 Festas & Celebrações**

A economia das festas e das celebrações envolve múltiplos atores de vários setores e, por isso, é bastante complexa e difusa, contemplando artistas, produtores, casas de espetáculos, bares, restaurantes, hotéis, vendedores ambulantes, empresas de segurança, de transporte e de logística, técnicos de som e de iluminação, instituições de fomento e formação, órgãos públicos, entre outros. Nesta pesquisa, optou-se por investigar o setor, a partir do olhar dos profissionais que atuam como produtores destes eventos. A visão destes informantes garantiu uma percepção macro das redes de atores e das engrenagens que movimentam o setor. Foram contemplados nesta investigação, profissionais atuantes em festas tanto de natureza privada quanto pública, incluindo as festas populares e de rua.

O sistema produtivo e a rede econômica do setor de festas & celebrações na cidade do Rio de Janeiro se constitui pela rede de empreendimentos e organizações identificados pelos entrevistados na Figura 18 logo abaixo.

Figura 18: Sistema produtivo e rede econômica de festas & celebrações no Rio de Janeiro

**Festas & Celebrações**



Fonte: elaborado pela autora.

Conforme pode ser constatado, as dinâmicas econômicas do setor envolvem uma rede de profissionais bastante diversa. Os produtores culturais, os coletivos culturais e os arte-educadores entrevistados figuram como elos centrais para a criação e a produção das festas, se envolvendo em todas as etapas do ciclo econômico, mobilizando profissionais dos mais diversos serviços, realizando articulações junto a instituições e órgãos públicos e acessando diferentes fontes de financiamento.

Os blocos de carnaval, as folias de reis, as festas juninas, as festas temáticas, as cerimônias comemorativas, as festas relacionadas com a economia da noite ou os festivais multilinguagens, ainda que diferentes em muitos aspectos, mobilizam profissionais comuns às etapas que vão da criação à realização dos eventos.

Na etapa de criação, o núcleo criativo é constituído, predominantemente, pelos produtores culturais responsáveis pelos eventos juntos aos profissionais prestadores de serviços criativos (produtores artísticos, escritórios de design, escritórios de arquitetura, serviços técnicos de som e iluminação, produtoras de vídeo e estúdios fotográficos), fundamentais para o desenvolvimento e realização dos projetos. Patrocinadores, públicos ou privados, também influenciam a etapa de criação, podendo seu envolvimento ser maior ou menor, de acordo com o volume de recursos investidos ou com o fato de ser o contratante do serviço realizado.



A criação das estratégias de comunicação e comercialização ocorrem de modo quase simultâneo e são reconhecidas como essenciais para que os eventos sejam bem sucedidos. Deste modo, junto aos produtores culturais, as agências de publicidade e marketing elaboram e desenvolvem conceitos para as campanhas de divulgação formulando estratégias de comunicação que envolvem diferentes canais, desde sites, *blogs*, *vlogs* e redes sociais até rádios AM e FM, canais de TV aberta e fechada, redes de cinemas (trailers), gráficas e mídias impressas. O envolvimento destes canais de divulgação estão diretamente associados à capacidade financeira para a realização dos eventos, aos apoios institucionais obtidos e aos públicos a serem atingidos. Como grande parte dos empreendedores entrevistados correspondem a micro e pequenos empreendedores, além de microempreendedores individuais, a divulgação acaba por incorporar uma rede de profissionais, empresas, organizações e órgãos públicos que de algum modo se relacionam com o evento, como hotéis, restaurantes, vendedores ambulantes, secretarias municipais de cultura e turismo, entre outros.

Considerando-se os produtores envolvidos na produção de festas com caráter público e popular, foi dado destaque ao envolvimento de órgãos públicos seja no que diz respeito às autorizações de funcionamento, às questões de segurança ou mesmo quando os próprios órgãos públicos aparecem como demandantes das produções ou como apoiadores.

No que se refere à frequência dos relacionamentos de acordo com cada ator da rede econômica de festas & celebrações, foram identificados com maior frequência aqueles que atuam tanto em serviços de apoio e de provimento de infraestrutura, como no caso dos espaços de eventos (61,7%), escritórios de arquitetura (60%) e serviços técnicos de som e luz (55,3%), quanto na divulgação e na realização dos eventos. Nestas últimas etapas, 100% dos entrevistados destacaram o SESC e o SENAC como parceiros frequentes. Observou-se, ainda, frequências elevadas no relacionamento .

Como um exemplo emblemático das festas populares cariocas que tem se articulado e se institucionalizado enquanto rede, merece destaque a experiência recente de criação da Rede Carioca de Rodas Samba<sup>53</sup> (RS), uma organização da sociedade civil, fruto de um debate iniciado no final de 2014, entre sambistas e produtores culturais da cidade do Rio de Janeiro, com os objetivos de: “promover a valorização dos sambistas; fortalecer as Rodas de Samba na Cidade; e potencializar as Rodas de Samba

---

<sup>53</sup>Rede Carioca de Rodas de Samba – vide: <http://vempraroda.org>

através do seu valor estratégico como Patrimônio Cultural e Ativo Econômico da Cidade”. Numa ação articulada entre sambistas e produtores culturais com a interlocução do Instituto Eixo Rio, vinculado a Secretaria Municipal de Cultura, tratou-se de questões fundamentais associadas às dificuldades na produção dos eventos e nas relações com o poder público. Grand Jr<sup>54</sup> (2017), pesquisador-participante deste processo, contribuiu de modo efetivo no levantamento e na análise de dados e informações que deram suporte à construção do mapeamento das rodas de samba na cidade, hoje disponibilizado na plataforma digital da RS. Em 1º de dezembro de 2015, foi assinado o decreto municipal nº 41.036 que criou o Programa de Desenvolvimento Cultural Rede Carioca de Rodas de Samba. As rodas de samba como patrimônio cultural e ativo econômico da cidade tem um impacto direto na identificação de novos talentos para a renovação do samba e na geração de trabalho e renda para uma rede de artistas, técnicos de shows/espetáculo, além de profissionais de bares, restaurantes e do comércio de rua, repercutindo também na economia do turismo da cidade. Muitas das rodas de sambas estão ligadas e se integram às escolas de samba da cidade. Como um produto de exportação as escolas de samba cariocas são as responsáveis pelo grande espetáculo dos desfiles que acontecem no período do carnaval no Sambódromo. A economia gerada pelas escolas envolve e emprega profissionais durante o ano inteiro e tem impacto direto no turismo da cidade, repercutindo na ocupação dos hotéis, no consumo de bares e restaurantes, enfim, em toda uma rede de comércio e serviços locais (MATOS, 2007).

### **3.2.2.3 Filme & Vídeo**

O Rio de Janeiro já foi o maior produtor de filmes do país mas foi superado por São Paulo em 2014, sendo o elevado custo de produção um dos grande fatores<sup>55</sup>. De qualquer forma, estar na segunda colocação ainda é bastante significativo. Numa cidade concentradora da grande indústria audiovisual nacional, o relato dos empreendedores entrevistados destaca o fato de que a maioria das micro e pequenas empresas mantém uma forte relação de dependência com esta grande indústria, funcionando como satélites de uma dinâmica econômica mais ampla. Esta afirmação ratifica a descrição de Matos

---

<sup>54</sup>Grand Jr refletiu na sua tese de doutorado sobre as dinâmicas de proximidade no território no contexto das rodas de samba, identificando arranjos produtivos e institucionais, seus impactos culturais e econômicos para o desenvolvimento da cidade do Rio de Janeiro.

<sup>55</sup>Vide: <https://oglobo.globo.com/rio/rio-perde-posto-de-maior-produtor-de-cinema-do-pais-17939248>

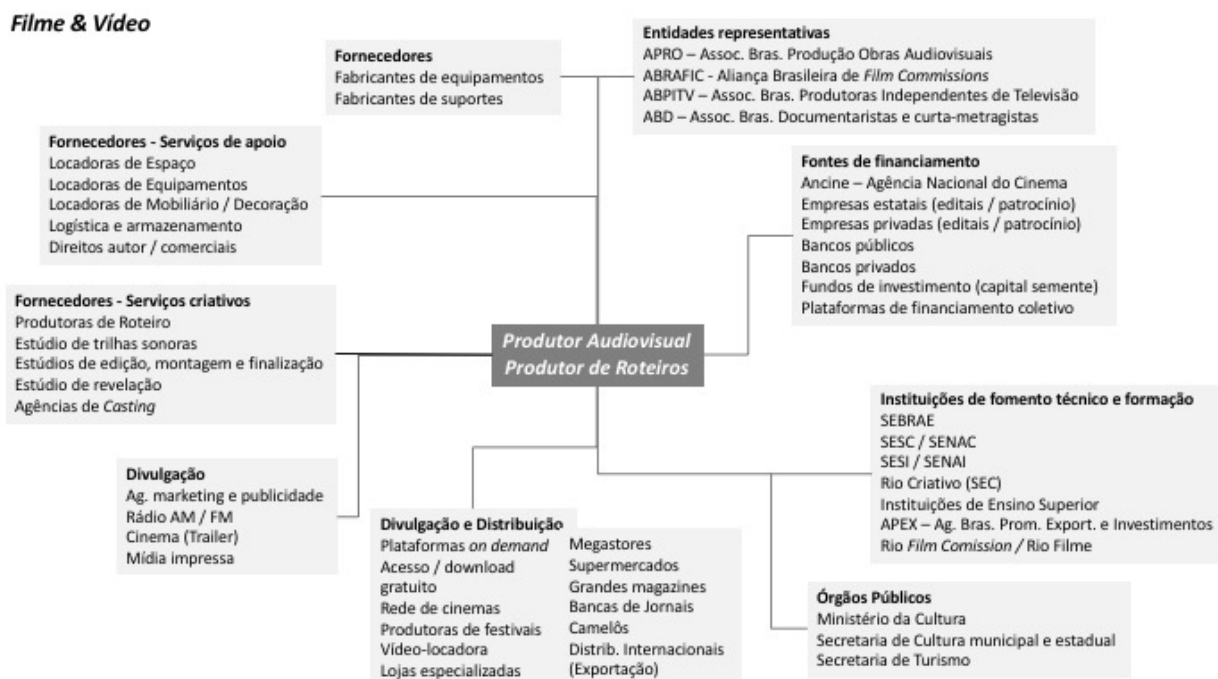
(2011) no Capítulo 1, quando descreve a dimensão espacial das atividades culturais, chamando a atenção para uma predominância de empreendimentos de micro e pequeno portes operando à parte ou de forma agregada às grandes empresas.

Deste modo, ainda segundo os empreendedores entrevistados, o sistema produtivo de filme e vídeo se baseia em dois perfis diferentes de empreendimentos nucleares: o primeiro é composto por poucas empresas, detentoras da maior parte do capital investido no setor e que, por consequência, corresponde aos que mais se beneficiam dos fomentos públicos e privados; o segundo com um perfil composto por pequenos produtores que, devido as dificuldades encontradas, acabam por atuar de modo cooperativo, uns com os outros, como forma de enfrentar as suas fragilidades na execução de projetos audiovisuais. O foco desta pesquisa está no segundo perfil, pois corresponde à realidade da maioria dos empreendimentos atuantes na economia criativa de países em desenvolvimento e, conforme pôde ser verificado no tópico 3.1 deste capítulo, correspondem a 99,6% dos empreendimentos criativos do estado do Rio de Janeiro (IETS, 2012).

A amostra de empreendimentos do setor de Filme & Vídeo, analisados nesta pesquisa, correspondeu à seguinte tipologia: produtoras de animação, produtoras de filmes de ficção (curta e longa metragem), documentaristas, produtoras de audiovisual para publicidade, produtoras de filmes e vídeos educativos e produtoras de *webseries*. Ainda que componha o campo do audiovisual, o setor de jogos digitais não foi incluído por não ter sido priorizado pelo campo.

O sistema produtivo e a rede econômica do setor na cidade do Rio de Janeiro se constitui então pela rede de empreendimentos e organizações identificados na Figura 19 logo a seguir.

Figura 19: Sistema produtivo e rede econômica de filme & vídeo no Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pela autora.

Como principais atores do núcleo de criação, destacam-se os produtores audiovisuais, as produtoras de roteiros/roteiristas, os estúdios de trilha sonora, os estúdios de edição, montagem e finalização, os estúdios de revelação e as agências de *casting*<sup>56</sup>. Na etapa de produção, juntam-se a estes atores uma série de fornecedores de serviços de apoio (locadoras de espaço, de equipamentos e de mobiliário/decoração, serviços de logística e armazenamento e assessorias jurídicas de direitos autorais e de licenciamento) e de fornecedores de equipamentos e suportes. Estes últimos tem um impacto direto nos custos de produção e na qualidade técnica dos filmes, embora, nos últimos anos tenha havido uma queda significativa dos preços destes itens para as produções. Segundo os entrevistados, os melhores equipamentos ainda são de fabricantes estrangeiros. De qualquer modo, os empreendedores identificaram as locadoras de equipamentos como uma alternativa efetiva utilizada dentro da dinâmica de produção na cidade.

<sup>56</sup>As agências de *casting* agenciam atores e atrizes para produções audiovisuais, prestando um serviço fundamental de apoio e assessoramento na seleção de elencos. Um exemplo interessante é a plataforma Elenco Digital que funciona como “um ambiente profissional integrado que oferece ferramentas eficientes para acervo, pesquisa e seleção de *casting* para produções audiovisuais em cinema, publicidade e televisão” (Vide: <https://elencodigital.com.br/sobre>).

Dentro da etapa de divulgação, os produtores audiovisuais identificaram múltiplos agentes, relacionados com as agências de publicidades, com canais de comunicação, além dos próprios distribuidores físicos (das *megastores* aos camelôs) ou virtuais, como nos casos dos canais de compartilhamento de vídeos (*YouTube, Vimeo, etc*), das plataformas de vídeo sob demanda (*vídeo on demand – VoD*, como o *Netflix*) e das plataformas de *download* de vídeos e filmes.

Para além do relacionamento com as agências de publicidade para a divulgação dos filmes, os produtores também se relacionam como prestadores de serviço na produção de conteúdos audiovisuais para campanhas desenvolvidas pelas agências.

As organizações de fomento técnico e de formação (Sistema S, Rio Criativo e IES) foram identificadas como participantes em múltiplas etapas do ciclo econômico. A *Rio Film Commission*<sup>57</sup> foi identificada e reconhecida pelo grupo como um ator importante no suporte às etapas de criação, produção e distribuição na cidade.

No caso específico de animação, o grupo pesquisado chamou atenção para o grande potencial que o país tem neste gênero, embora não haja investimento efetivo na ampliação do acesso a canais de distribuição, comercialização e exibição; o gênero é raramente previsto em editais, festivais e cursos.

No que se refere à frequência dos relacionamentos (diária, semanal, mensal ou outra), os entrevistados informaram que, de modo geral, os relacionamentos com os atores da rede não são tão intensos, mas fizeram questão de destacar a importância e a intensidade da frequência das relações com os bancos privados (45%), a Ancine (33,3%), os serviços de acesso à internet (50%), as plataformas *on demand* (42,7%), as locadoras de espaço (37,4%) e as produtoras de roteiros (35,8%).

Como exemplos de iniciativas para o fortalecimento do campo do audiovisual no Rio de Janeiro, podem ser destacados três: o *Rio Content Market*<sup>58</sup>, evento realizado

---

<sup>57</sup>“A *Rio Film Commission* (RFC) é o escritório oficial do Rio de Janeiro para apoio à produção de conteúdo audiovisual (cinema, programas de TV, documentários, filmes publicitários e web). Seus objetivos principais são o atendimento eficiente a produtores para questões logísticas e a promoção da cidade e do estado como destinos privilegiados para filmagens, finalidades que contribuem com o desenvolvimento econômico e a criação de empregos. Atua como balcão único capaz de oferecer o suporte completo para a realização de produções em todo o estado do Rio”. A *Rio Film Commission* compõe a estrutura da Rio Filme, empresa distribuidora de filmes, da Prefeitura do Rio de Janeiro, vinculada à Secretaria Municipal de Cultura (vide: <http://www.rio.tj.gov.br/web/riofilme/35>).

<sup>58</sup>*Rio Content Market*—em sua 8ª edição em 2018, o *Rio Content Market* é um evento anual realizado pela Brasil Audiovisual Independente (BRAVI) com a curadoria da Esmeralda Produções, com a proposta de servir como um espaço de encontro entre produtores independentes, profissionais de televisão e mídias digitais, num mercado internacional dedicado à produção de conteúdo audiovisual aberto a toda a indústria

anualmente no Rio de Janeiro, em parceria com a APEX e a RioFilme, com a finalidade de promover o acesso de produções independentes aos mercados internacionais; e o *YouTube Space Rio*<sup>59</sup>, inaugurado pela Google em 2017 na região portuária da cidade, num prédio de 3 mil metros quadrados, com a finalidade de proporcionar aos *youtubers* cariocas um espaço para aprender, conectar e criar, com o suporte de ilhas de edição, estúdios de gravação e equipamentos com softwares de ponta para a edição e a finalização de conteúdos; e o Polo Rio Cinema e Vídeo<sup>60</sup>, situado na Zona Oeste da cidade, que conta com uma estrutura de oito estúdios, com escritórios para locação de produtoras em sistema de condomínio, e espaço para a realização de workshops voltados para formações técnicas relacionadas ao campo. O nascedouro do Polo se deu na gestão do então prefeito Saturnino Braga, nos idos de 1988, sendo inaugurado no início dos anos 1990 com o intuito de assumir um papel relevante na consolidação do Rio de Janeiro como o principal polo de cinema do país. De lá pra cá, o Polo tem funcionado, tendo sido ocupado por produções voltadas para o mercado publicitário, estando aquém das suas potencialidades, o que não tira a sua importância para o que pode vir a se constituir. Cada uma destas iniciativas correspondem a iniciativas de fomento técnico que atingem diretamente a produção audiovisual independente na cidade, seja na promoção do acesso a mercados internacionais, na qualificação da produção de conteúdos audiovisuais para a internet ou na disponibilização de infraestrutura para a produção e o desenvolvimento do setor.

#### 3.2.2.4 Gastronomia

O Rio de Janeiro se destaca como o principal destino turístico do país e a Gastronomia é um convite para a descoberta dos sabores da cidade, que oferece um imenso leque de opções: da comida de rua e de boteco até a gastronomia internacional e contemporânea. Na Pesquisa, a amostra de empreendimentos analisados buscou contemplar essa diversidade, mantendo como fio condutor a criação e produção de uma gastronomia com alto valor agregado, fugindo da lógica do “prato feito”, do *self-service* e de lanchonetes *fast-food*.

---

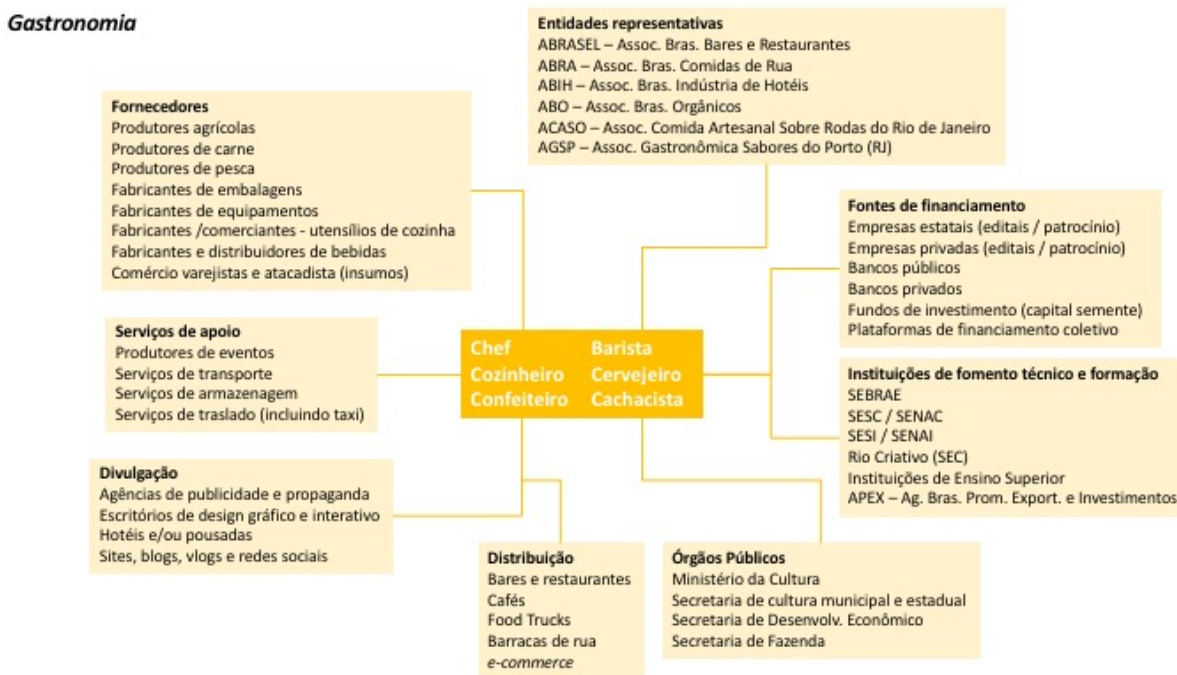
de televisão e mídias digitais. Na edição deste ano, houve uma ampliação do evento para música e inovação. Entre os seus mais importantes parceiros, a RioFilme e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) são pilares fundamentais para a sua realização. Na última edição em 2017, foram 3.700 participantes, provenientes de 36 países, com 1.180 rodadas de negócios. (vide: <http://rio2c.com>)

<sup>59</sup> *YouTube Space Rio* - Vide: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/space/rio/>

<sup>60</sup> Polo Rio Cinema e Vídeo – site: <http://polorio.com.br/#people> / matérias: <https://oglobo.globo.com/rio/prefeitura-fara-concessao-de-polo-rio-cine-video-8290041> / <http://www.filmeb.com.br/noticias/nacional/polo-da-barras-inicia-expansao-em-janeiro>.

O sistema produtivo e a rede econômica da gastronomia na cidade do Rio de Janeiro se constitui pela rede de empreendimentos e organizações identificados na Figura 20 logo a seguir.

Figura 20: Sistema produtivo e rede econômica de gastronomia no Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pela autora.

Ratificando o que pôde ser percebido na análise da Figura 16 (no mapa georreferenciado dos empreendimentos de gastronomia investigados na cidade), os empreendedores entrevistados afirmaram que tanto restaurantes da alta gastronomia quanto botecos e bares estão espalhados por todas as regiões da cidade, embora exista uma maior concentração destas ofertas em determinadas áreas, como no caso da zona sul e do centro da cidade.

O Rio de Janeiro, como a grande metrópole que é, sofre com diversos gargalos em seu sistema produtivo. Entre estes gargalos, mereceu destaque dos empreendedores o distanciamento entre os elos da cadeia produtiva, onde o produtor final (bares e restaurantes) tem dificuldades de se relacionar com o produtor agrícola. Por outro lado, o provedor da matéria-prima sente dificuldades em escoar sua produção na caótica logística da cidade. O sistema produtivo da gastronomia envolve, portanto, pequenos e grandes produtores, oriundos principalmente de outras regiões do estado, como no caso da região serrana. A grande biodiversidade fluminense permite o cultivo de diferentes alimentos

sazonais. A produção familiar local tem abastecido empreendimentos da capital, em um movimento promissor, devido ao apoio de iniciativas coletivas e de grupos organizados, que vêm impulsionando as dinâmicas de produção e distribuição. A cidade possui uma grande rede de distribuidores de insumos em maior escala, como redes hortifrutigranjeiras, indústrias e mercados municipais. Mas, para além destes canais de distribuição tradicional, os circuitos de feiras orgânicas têm se fortalecido nos últimos anos, favorecendo o mercado de proximidade do produtor com o consumidor. A etapa de criação do ciclo econômico da gastronomia é então fortemente influenciada pela cadeia de produção e comercialização dos seus insumos que se inicia no campo.

Nesta pesquisa, os chefs, cozinheiros, baristas, cervejeiros e cachacistas<sup>61</sup> entrevistados correspondem ao núcleo criativo principal do setor, sendo impactados na etapa de criação pelos produtores de eventos, demandantes e contratantes dos seus serviços; pelos sites, blogs, vlogs e redes sociais, que indicam inovações e tendências da área; pelos fabricantes de embalagens, essenciais nos serviços de delivery ou de *catering*<sup>62</sup>; pelas agências de publicidade & propaganda e design gráfico e interativo (aplicativos para dispositivos móveis) no desenvolvimento de conceitos, campanhas e plataformas de *e-commerce* associados a sua atividade; pelas instituições de fomento técnico e de formação (Sistema S e IES).

Como nos setores descritos anteriormente, os profissionais envolvidos na criação se envolvem em todas as etapas do ciclo econômico do setor. Na produção se associam a uma ampla rede de profissionais fundamentais atuantes nos bares, restaurantes, hotéis e pousadas, além de manterem conexões junto a organizações de fomento técnico e de formação e aos órgãos públicos que desenvolvem políticas, programas e projetos de fortalecimento do setor.

Como esta pesquisa apresenta o cenário de micro e pequenos empreendedores, a etapa de divulgação inclui atores para além daqueles associados diretamente a processos de comunicação. Toda a rede de profissionais relacionados com os bares, restaurantes e *foodtrucks* acabam por se envolver de algum modo na divulgação das atividades. A distribuição supera os canais tradicionais inserindo toda uma rede eventos, circuitos e feiras gastronômicas que tem se multiplicado e se consolidado na cidade. A informalidade

---

<sup>61</sup>O cachacista é o profissional equivalente ao enólogo no vinho e ao cervejeiro.

<sup>62</sup>Serviço de fornecimento de refeições coletivas para empresas de aviação, restaurantes corporativos, hospitais, eventos entre outros.



na comercialização do Setor ocorre muitas vezes pela falta de conhecimento, pelos custos decorrentes da alta taxação de impostos e pela burocratização dos processos demandados para a estruturação dos negócios neste ramo. Deste modo, a complicada legislação, que rege o segmento, também tem sido considerada um entrave. Os *FoodTrucks*, por exemplo, não possuem até o momento uma regulamentação específica, que norteie o serviço desse tipo de negócio, gerando uma série de contratempos para os seus empreendedores.

Com relação à frequência dos relacionamentos mantidos com os atores que compõem a rede do setor, mais de 90% dos entrevistados mantem contato frequente com produtores agrícolas, de carne e da indústria da pesca; com comerciantes atacadistas (89%) e varejistas (88%); com fabricantes de embalagens (74%); com fabricantes e distribuidores de bebidas (89,5%); com serviços de transporte (74%) e armazenagem (91%); com produtores de eventos (57,8%); com agências de publicidade e propaganda (58%); com hotéis e pousadas (63,6%); com serviços de traslado (72,2%); com plataformas de e-commerce (78%); com sites, blogs, vlogs e redes sociais (85,4%); e, por fim, com instituições de ensino superior (52%). A frequência e a intensidade dos relacionamentos tem relação direta com os processos produtivos e de comunicação.

Como um exemplo de rede que tem crescido na cidade e que tem impactado na redução das distâncias entre produtores locais e consumidores da gastronomia local, vale citar a Junta Local<sup>63</sup>. A Junta Local é uma rede que se constitui essencialmente por duas comunidades que se relacionam: a primeira é a comunidade de pequenos agricultores rurais e urbanos, produtores artesanais e fazedores culinários responsáveis pelo fornecimento de comida boa, limpa e justa, numa determinada região; a segunda é a comunidade de consumidores que buscam alimentos frescos e saudáveis, com preço justo, valorizando o produtor local e relacionando-se com ele sem intermediários. A comercialização dos produtos se dá de dois modos: através do circuito de feiras em bairros do Rio de Janeiro cuja programação é acessada no site ou no perfil do Facebook da Junta ou através de uma seleção de produtos via internet a serem comprados e recolhidos semanalmente em sede específica. No Site da Junta Local também é disponibilizada a Revista da Junta, um espaço de geração de conhecimento e troca de informações sobre gastronomia (comidas e bebidas).

---

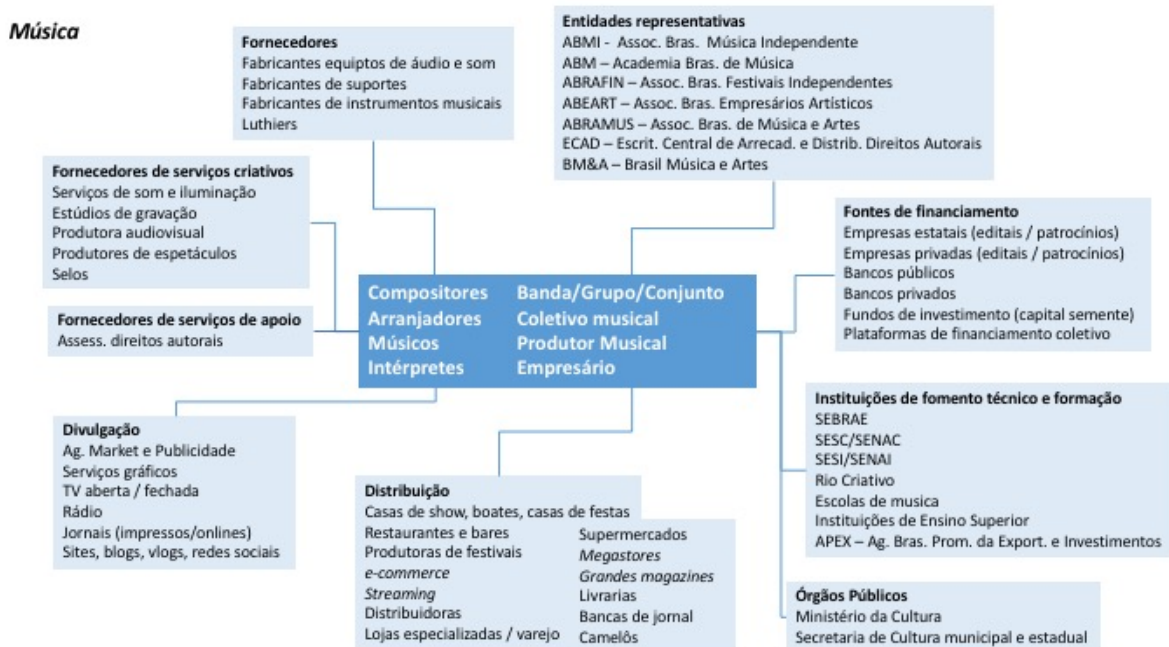
<sup>63</sup> Junta Local: vide site - <http://www.juntalocal.com>.

### 3.2.2.5 Música

O Rio de Janeiro é uma cidade rica e diversa em ritmos e sons. Por ser um polo artístico e cultural, além de um dos destinos turísticos preferenciais no país, a cidade concentra um grande número de artistas (cantores, compositores, músicos e arranjadores) e profissionais atuantes na cadeia produtiva da música (empresários, produtores, técnicos de som e de luz, *roadies* etc) provenientes de todas as regiões do país. Samba, chorinho, pagode, forró, sertanejo, MPB, *funk*, *rap*, *rock*, *jazz*, *soul*, *pop*, *reggae*, *gospel*, entre outros gêneros musicais, são encontrados em teatros, casas de show e casas noturnas, clubes, boates, bares e restaurantes espalhados por toda a cidade. Na Pesquisa, a amostra investigada contemplou as seguintes categorias de respondentes: cantores e compositores, coletivos culturais, distribuidores, escolas de música, grupos e conjuntos musicais, *luthiers*, produtores culturais e de espetáculos e produtores musicais.

O sistema produtivo e a rede econômica do setor da música na cidade do Rio de Janeiro se constitui pela rede de empreendimentos e organizações identificados na Figura 21 logo a seguir.

Figura 21: Sistema produtivo e rede econômica da música no Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pela autora.

O setor é um dos mais emblemáticos dentre os setores criativos da cidade, envolvendo uma gama de profissionais criativos (compositores, arranjadores, os músicos, os intérpretes, os coletivos musicais, os empresários, os produtores musicais, de espetáculos e de festivais) que mobilizam uma rede bastante diversa de profissionais associados tanto ao mercado digital (*e-commerce* e *streaming*)<sup>64</sup> quanto ao de performance (shows e espetáculos).

Deste modo, segundo os entrevistados, a dinâmica de distribuição se dá nestes dois campos principais: no virtual, através do *streaming*, do *e-commerce*, de canais no *YouTube* e nas Rádios; e no físico, por meio das performances ao vivo em casas de show, bares, restaurantes, boates e festas, além da venda de CDs e DVDs em lojas do varejo, em bancas de jornais e através de camelôs. Até chegar nesta etapa uma rede de profissionais é acionada com a finalidade de produzir e divulgar.

No caso de micro e pequenos empreendimentos, os atores envolvidos na produção e na divulgação são praticamente os mesmos. A produção relacionada com as performances e as apresentações se dá em três etapas: na pré-produção, responsável por executar todas as articulações necessárias para a montagem e realização dos shows, incluindo a divulgação; na produção, relacionada com a coordenação e execução de todos os serviços, criativos e de apoio, necessários à realização dos shows ou espetáculos; e na pós-produção, relativa ao desmonte das estruturas construídas para a realização das performances (apresentações). A produção relacionada com os conteúdos musicais digitais se dá de modo associado aos estúdios de gravação, às produtoras de vídeo e aos canais de comercialização e difusão, podendo ser associada de modo articulado com as performances em shows e espetáculos.

As instituições de fomento técnico e de formação são reconhecidas, pelos empreendedores, como participantes de processos que vão desde a criação até o consumo, impactando tanto com consultorias e assessorias (Sebrae e Rio Criativo) quanto com formação (Senac, Senai, escolas de música e IES), assim como espaços de promoção, difusão e circulação (Sesc, Sesi, escolas de música, IES e APEX).

As assessorias de direitos autorais estão presentes desde a criação, passando pela produção e distribuição, seja no registro das obras, nas relações com os autores de

---

<sup>64</sup>Um exemplo de *e-commerce* é o *iMusic* da Apple que, assim como o *Spotify* e o *Deezer*, também funciona como plataforma de *streaming*.

músicas, nos acordos de licenciamentos ou no monitoramento dos direitos autorais e conexos gerados pelas obras.

As Secretarias municipal e estadual de cultura surgem como parceiros fundamentais no financiamento da produção, da divulgação e da distribuição da música carioca, assim como a APEX foi identificada pelo seu importante papel na promoção da música brasileira no mercado internacional, abrindo o acesso a oportunidades para a música brasileira no mundo.

Vale destacar o esforço recente da Secretaria de Cultura do Estado na condução de um processo de articulação junto a artistas, produtores e demais profissionais do setor relacionados com espaços para shows e apresentações. Como em várias metrópoles do mundo, no Rio de Janeiro, o setor da música, quando analisado na perspectiva da produção independente e autoral, tem sofrido com a redução de palcos para apresentações ao vivo. Enquanto grandes casas foram inauguradas por grandes empresas, como estratégia de marketing institucional, para apresentações e shows de artistas famosos e reconhecidos no cenário nacional e internacional, os pequenos e médios palcos têm fechado suas portas, em virtude do alto custo de manutenção das casas, dos entraves burocráticos para a gestão dos negócios e dos problemas relacionados com a segurança na cidade. Diante disso, foi elaborado, de forma colaborativa, o Plano de Resgate da Música ao vivo no Estado do Rio de Janeiro<sup>65</sup> com a finalidade de reverter esse quadro. Como desdobramento efetivo dessa iniciativa, o Subsecretário-adjunto de Cultura da Secretaria de Estado da Cultura do Rio de Janeiro informou dois encaminhamentos:

Um deles foi a criação de uma rede de palcos de música autoral no Rio, com 10 espaços. Eles estão com uma consultoria que está elaborando um projeto e terão reuniões com patrocinadores. Além disso estamos em parceria com a FUNARTE elaborando um levantamento sobre o impacto da música ao vivo no Estado do Rio. Foi criado um fórum estadual reunindo todos os gêneros - da música de concerto ao funk, passando pelo samba, bossa nova e demais gêneros - para avançar mais no plano de demandas de músicos e produtores.

As dinâmicas econômicas da rede de música da cidade contemplam múltiplos atores que se associam e se desassociaem em fluxos simultâneos e complementares necessários para o desenvolvimento dos profissionais e dos empreendimentos atuantes no campo. Segundo os entrevistados, os atores da rede de música do Rio com maior

---

<sup>65</sup>Plano de Resgate da Música ao vivo no Estado do Rio de Janeiro: vide o site - <http://www.rj.gov.br/web/sec/exibeconteudo?article-id=3072880>

frequência e intensidade de relacionamento são: os compositores (60,5%), arranjadores (58,3%), músicos (77,7%), intérpretes (66,4%), empresários (62,8%), produtores musicais (60,6%), fornecedores de serviços de som e iluminação (53,4%), casas de show e boates (63%), supermercados (66,7%), bancas de jornal (62,5%), lojas de varejo (67,4%), camelôs (53%), plataformas de *e-commerce* (69%) e *streaming* (60,5%), agências de publicidade e assessoria de imprensa (59,5%), sites, blogs e vlogs (58,6%), redes sociais (82,4%), e escolas de música (63,6%).

Como exemplo de iniciativa voltada para o setor na região metropolitana, pode ser citada a Ponte Plural<sup>66</sup>. Criada em 2010, a Ponte Plural é uma iniciativa voltada para o fomento do empreendedorismo no setor musical, articulando redes com a finalidade de criar novos arranjos produtivos (criativos) locais. Neste sentido, eles defendem que o fortalecimento e a criação de redes se dão por meio da promoção de conexões entre profissionais do setor. A Ponte Plural atua então com uma equipe multidisciplinar formada por empreendedores culturais, advogados, pesquisadores e comunicadores, desenvolvendo projetos voltados para: a produção de eventos e festivais de música; a geração de conhecimentos, por meio do desenvolvimento de pesquisas<sup>67</sup> e a realização de palestras, debates, cursos e workshops; o fomento de parcerias e novos negócios no campo da música, através da incubação de empreendimentos musicais e de redes culturais, em parceria com a Universidade Federal Fluminense.

### **3.2.2.6 Teatro**

O Rio de Janeiro é palco fundamental da história do teatro brasileiro, por isso, é uma cidade que abriga um grande contingente de artistas e profissionais que atuam no campo das artes cênicas. Na Pesquisa, a amostra de empreendimentos analisados do setor de Teatro foi categorizada de acordo com a seguinte tipologia: arte-educadores, atores/atrizes, companhias teatrais, diretores/atores, diretores teatrais e produtores culturais.

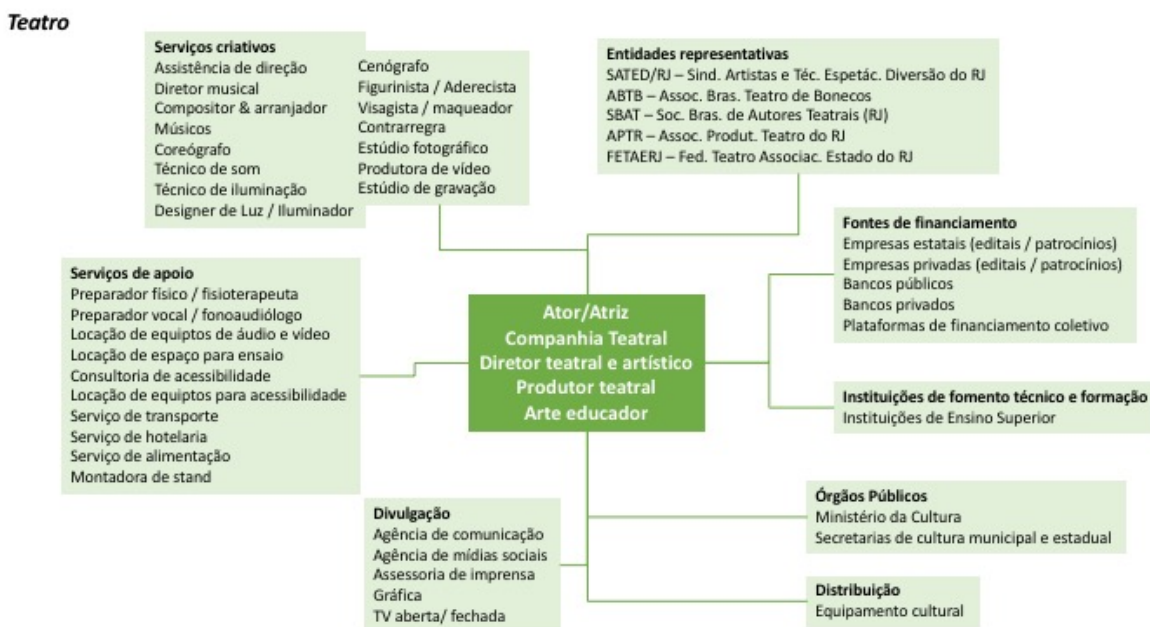
---

<sup>66</sup> Ponte Plural: vide o site - <http://pontemplural.com.br>.

<sup>67</sup>Na área de pesquisas merece destaque o lançamento em 2015 do Mapa Musical do Rio de Janeiro, “um aplicativo de mapeamento colaborativo da cadeia produtiva da música do estado do Rio de Janeiro.” (vide: <http://mapamusicalrj.com.br>).

O sistema produtivo e a rede econômica do setor teatral na cidade do Rio de Janeiro se constitui pela rede de empreendimentos e organizações identificados na Figura 22 logo a seguir.

Figura 22: Sistema produtivo e rede econômica do teatro no Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pela autora.

O ciclo econômico do teatro nasce na etapa de criação. O ponto de partida se dá com um roteiro dramaturgicamente que irá pautar todo o processo criativo de um conjunto de profissionais. Neste processo, estão envolvidos profissionais essenciais que, segundo os empreendedores entrevistados, contribuem, cada um com sua expertise, na construção do produto teatral. Deste modo, diretores, produtores, artistas e técnicos se integram numa rede de conhecimentos e trocas que irão resultar numa obra artística a ser representada e apresentada através da composição e interpretação de personagens, da concepção de maquiagens e figurinos, da criação de cenários, do design de luz, da criação de uma trilha sonora e da direção artística, da construção de uma engrenagem e de uma coreografia de *backstage* para dar suporte e garantir a fluidez das dinâmicas cênicas. Como espaço de formação e nascedouro de grupos, coletivos e companhias teatrais, as instituições de ensino superior em muito contribuem com esse processo.

Criação e produção se misturam e se realizam na montagem das obras teatrais, contemplando uma rede de profissionais e parceiros relacionados com uma infraestrutura

técnica e logística que contempla preparadores físicos/fisioterapeutas, preparadores vocais/fonoaudiólogos, assessorias de marketing e comunicação, locadoras de áudio e vídeo e de espaços para ensaios, equipamentos culturais, serviços de transporte, hotelaria e alimentação, consultoria em acessibilidade e locação de equipamentos para a acessibilidade entre outros. Assim como no setor musical, a produção teatral se dá em três etapas: na pré-produção, responsável por executar todas as articulações necessárias para a montagem e realização das peças, incluindo a divulgação; na produção, relacionada com a coordenação e execução de todos os serviços, criativos e de apoio, necessários à realização dos espetáculos; e na pós-produção, relativa ao desmonte das estruturas construídas para a realização das montagens teatrais. Como um produto intangível, seu consumo se dá de modo simultâneo com a produção realizada para as apresentações, envolvendo tantos os profissionais criativos como os de perfil técnico associados à infraestrutura dos espetáculos.

Quando da divulgação, assim como identificado nos outros setores, é comum o envolvimento não só das equipes de comunicação e assessoria de imprensa nessa etapa mas a inclusão de toda a rede de profissionais, desde os criativos até os relacionados aos serviços técnicos de suporte para as montagens teatrais.

Foi destacado pelos entrevistados que muitas dessas atividades, nos empreendimentos teatrais, são assumidas pela mesma pessoa. A falta de estrutura desses empreendimentos acaba por exigir essa flexibilização e fusão de competências, ainda que o profissional não tenha as múltiplas habilidades correspondentes. As dinâmicas econômicas do setor são evidenciadas pelos empreendedores como extremamente precárias. Em cada etapa do ciclo econômico do setor, existem dificuldades de natureza estrutural relacionadas a questões de desenvolvimento organizacional, formação e processos colaborativos, estas serão abordadas em sub-tópicos específicos mais adiante (3.2.3, 3.2.4 e 3.2.5).

Por fim, com relação ao setor teatral, os entrevistados afirmaram que os relacionamentos com maior frequência e intensidade nas suas redes econômicas correspondem aos firmados com os gestores de equipamentos culturais (93,6%), as consultorias de acessibilidade (90,3%), os diretores gerais (74%), assistentes de direção (65,8%), os diretores artísticos (70,3%) e musicais (54,4%), os produtores teatrais (66,2%), os atores/interpretes (73%) e as locadora de espaço para ensaio (59,3%).

Como exemplo de iniciativas voltadas para o fortalecimento do campo em termos de formação, podem ser destacados dois exemplos voltados para a oferta de cursos para a produção de espetáculos, afetando tanto os setores de festas & celebrações quanto de música e teatro: a Escola de Arte e Tecnologia Spectaculu<sup>68</sup> e o Instituto de Artes e Técnicas em Comunicação (IATEC)<sup>69</sup>. A Spectaculu é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1999 no Cais do Porto do Rio de Janeiro, que oferece formação e inserção profissional na indústria do entretenimento para jovens de 17 a 21 anos da rede pública de ensino e moradores de áreas de vulnerabilidade social da região metropolitana do Rio de Janeiro. Os produtos oferecidos pela escola são ofertados em três linhas: cursos técnicos gratuitos, por meio de uma educação de ponta nas áreas técnicas do mundo dos espetáculos; formação cidadã, por meio do estímulo ao desenvolvimento de consciência crítica, identidade e direitos do jovem; e encaminhamento profissional para o mercado de trabalho dos jovens técnicos formados na escola para atuarem na indústria de espetáculos na cidade. O IATEC tem uma atuação totalmente voltada para a capacitação e o aperfeiçoamento técnico de profissionais atuantes ou que venham a atuar no mundo do entretenimento, com uma estrutura de ensino desenvolvida em cinco campos: áudio, iluminação, vídeo, música eletrônica e evento. A oferta de cursos contempla desde cursos livres a cursos técnicos e profissionalizantes, além da realização de palestras e workshops. O IATEC também oferece na sua plataforma a possibilidade de conexão entre contratantes e profissionais egressos do Instituto. Iniciativas como estas são muito importantes para a qualificação de profissionais do ramo de espetáculos mas são isoladas e com pouco impacto nas dinâmicas dos setores.

### **3.2.2.7 Considerações gerais**

Concluindo este sub-tópico sobre as configurações dos sistemas produtivos e das redes econômicas dos setores investigados, é possível se relacionar alguns pontos relevantes e comuns aos seis setores investigados:

- Os empreendedores criativos se envolvem em todas as etapas dos ciclos econômicos dos setores e acabam por assumir múltiplas funções, desde as de natureza criativa até as relacionadas com os processos de produção, divulgação e distribuição, atuando como agentes de conexão e inovação, o que ratifica a percepção de Vale et al (2008)

---

<sup>68</sup>Spectaculu: vide site - <http://www.spectaculu.org.br>

<sup>69</sup>IATEC: vide site -<http://iatec.com.br>



quanto ao reconhecimento do papel dos empreendedores na articulação das redes, reconhecendo oportunidades, identificando possíveis arranjos e combinações de recursos;

- As redes econômicas são muito amplas e se constituem por múltiplos profissionais envolvidos em múltiplas atividades articuladas e coordenadas pelos empreendedores criativos no desenvolvimento de projetos específicos, conforme Matos (2011) descreveu como análise de estudos da RedeSist;
- A incorporação das tecnologias digitais (sites, blogs, vlogs, mídias sociais etc) nas dinâmicas econômicas se dá em todos os setores, com maior intensidade na etapa de divulgação, embora nos setores de filme & vídeo e música esta incorporação tenha se dado de modo ampliado através da utilização das plataformas de *e-commerce* e *streaming* como canais de distribuição efetivos;
- Os custos de produção e a qualidade técnica dos produtos finais dos setores do design de moda, filme & vídeo e música são diretamente impactados pelos preços de máquinas, equipamentos, softwares e instrumentos musicais, ainda que tenha sido identificado pelos empreendedores um processo gradativo de queda preços destes itens em paralelo a existência de empresas locadoras de equipamentos;
- Os setores de filme & vídeo e de música são os mais afetados pelas lógicas da indústria cultural comandada por grandes empresas sediadas na cidade, por outro lado, são os setores que mais cresceram e se reconfiguraram em função das tecnologias digitais;
- Os serviços jurídicos relacionados a gestão e ao monitoramento dos direitos do autor, direitos conexos e de licenciamentos estão incorporados de modo evidente nas dinâmicas econômicas das redes dos setores de festas & celebrações, filme & vídeo e música;
- Há o reconhecimento da participação e da importância das instituições de fomento técnico e de formação nos ciclos econômicos dos setores analisados, embora haja ressalvas com relação à efetividade destas conexões com estas instituições, não relacionadas entre as mais frequentes;
- Os relacionamentos com secretarias e órgãos municipais e estaduais se dão basicamente em função de questões de natureza burocrática, de cumprimento de regulamentações específicas e necessárias para a operação dos empreendimentos, ou

em função de linhas de fomento geralmente vinculadas ao financiamento ou à promoção de projetos pontuais;

- Ainda que as relações com a APEX não sejam frequentes em termos de intensidade, elas foram identificadas pelos empreendedores de praticamente todos os setores (design de moda, festas & celebrações, filme & vídeo, gastronomia e música) o que indica um olhar para as possibilidades e oportunidades em mercados internacionais;
- Dentre os relacionamentos e as conexões mais frequentes indicados dentro das redes econômicas, sobressaem-se aqueles relacionados diretamente com o desenvolvimento das atividades criativas e produtivas, a montante e a jusante, convergindo com os estudos realizados por Matos et al. (2015), sendo as relações com bancos, agências de fomento e com órgãos públicos citadas como frequentes apenas nas redes de festas & celebrações e filme & vídeo.

Contudo, é importante lembrar que as dinâmicas destas conexões não são lineares nem se limitam ao escopo intra-setorial mas se ampliam em múltiplas possibilidades de associações intersetoriais no território, conforme pôde ser verificado no sub-tópico 3.2.1.

Neste sentido, são identificados uma série de entrecruzamentos: seja o produtor audiovisual fazendo a cobertura de uma festa, produzindo um vídeo clipe para uma banda ou prestando serviço para uma agência de publicidade; o ator teatral atuando em filmes ou executando performances em festas; o designer de moda produzindo figurinos para o teatro ou para o cinema; o chef de cozinha atuando em festas, feiras e circuitos gastronômicos; entre outras tantas possibilidades.

Para além das relações intra e intersetoriais, a pesquisa buscou identificar, de modo complementar, a amplitude destas redes em termos territoriais, se elas se limitavam à cidade, ao estado, se integravam atores de outros estados do país ou mesmo se acessavam redes de profissionais de fora do Brasil. Neste sentido, os empreendedores entrevistados afirmaram categoricamente que a grande maioria das empresas, organizações e instituições relacionadas aos seus sistemas produtivos encontram-se sediadas no município ou no estado do Rio de Janeiro, com uma minoria proveniente de outros estados. Os únicos setores, cujos empreendedores identificaram relações efetivas com atores internacionais, ainda que estas relações sejam pouco significativas, foram os dos setores de filme & vídeo, com destaque para as relações com distribuidores internacionais e com fabricantes de equipamentos, e de música, com destaque para as plataformas de *streaming*, de *e-commerce* e de lojas varejistas.

O que se percebe diante disso, é que o agrupamento de profissionais e empreendedores na cidade é um grande fator de urbanização e localização, que gera agilidade nos fluxos entre trabalhos e projetos, facilitando e promovendo o acaso e a serendipidade dos contatos entre as pessoas, gerando maiores oportunidades para a criatividade e a inovação (STORPER; VENABLES, 2004), ao mesmo tempo que as tecnologias digitais ainda não são suficientes para que os empreendimentos criativos do Rio de Janeiro acessem mercados ampliados para fora do estado ou do país de forma significativa.

No sub-tópico a seguir, a análise das redes se aprofunda na perspectiva dos empreendimentos, com a finalidade de se compreender suas estruturas e aspectos relacionados ao seu desenvolvimento organizacional.

### **3.2.3. Uma análise da estrutura e do desenvolvimento organizacional dos empreendimentos**

Dando continuidade à análise dos sistemas produtivos e das redes econômicas dos setores analisados, este sub-tópico se dedicará a compreensão da estrutura e do desenvolvimento organizacional dos empreendimentos investigados, considerando-se cinco aspectos relacionados: ao grau de formalização dos empreendimentos, à tipologia de categorias jurídicas adotadas, ao porte em função do número de profissionais com vínculo empregatício, às tecnologias e equipamentos adotados e incorporados nas práticas organizacionais e aos mecanismos de financiamento utilizados para a captação de recursos necessários para o desenvolvimento das atividades dos empreendimentos.

Ainda que muito da economia dos setores criativos ainda se dê na informalidade<sup>70</sup>, verificou-se a partir da pesquisa um elevado percentual de formalização dos empreendimentos<sup>71</sup>. Conforme o Quadro 3, o percentual médio de formalização dos

---

<sup>70</sup>Todos os empreendedores entrevistados afirmaram que mantêm relações informais com os atores componentes das seus sistemas produtivos e redes econômicas, conforme pode ser verificado na parte introdutória do tópico 3.2.2.

<sup>71</sup>É possível que haja um viés de seleção na amostra dos empreendedores criativos selecionados, em virtude da inexistência de uma listagem com empreendedores formais e informais atuantes na cidade que permitisse uma seleção aleatória. Conforme descrito na metodologia, foi montada uma base de dados de

empreendimentos dos seis setores investigados é de pouco mais de 80%. Sendo o setor de música com quase 100% dos empreendimentos formalizados e o setor de festas e celebrações com o mais baixo percentual, de pouco mais da metade dos empreendimentos.

Quadro 10: Grau de formalização dos empreendimentos investigados

<b>Setor</b>	<b>Formal (%)</b>	<b>Informal (%)</b>
Design de Moda	80,7%	19,3%
Festas & Celebrações	56,5%	43,5%
Filme & Vídeo	83,6%	16,4%
Gastronomia	85,4%	14,6%
Música	99%	1%
Teatro	78,2%	21,8%

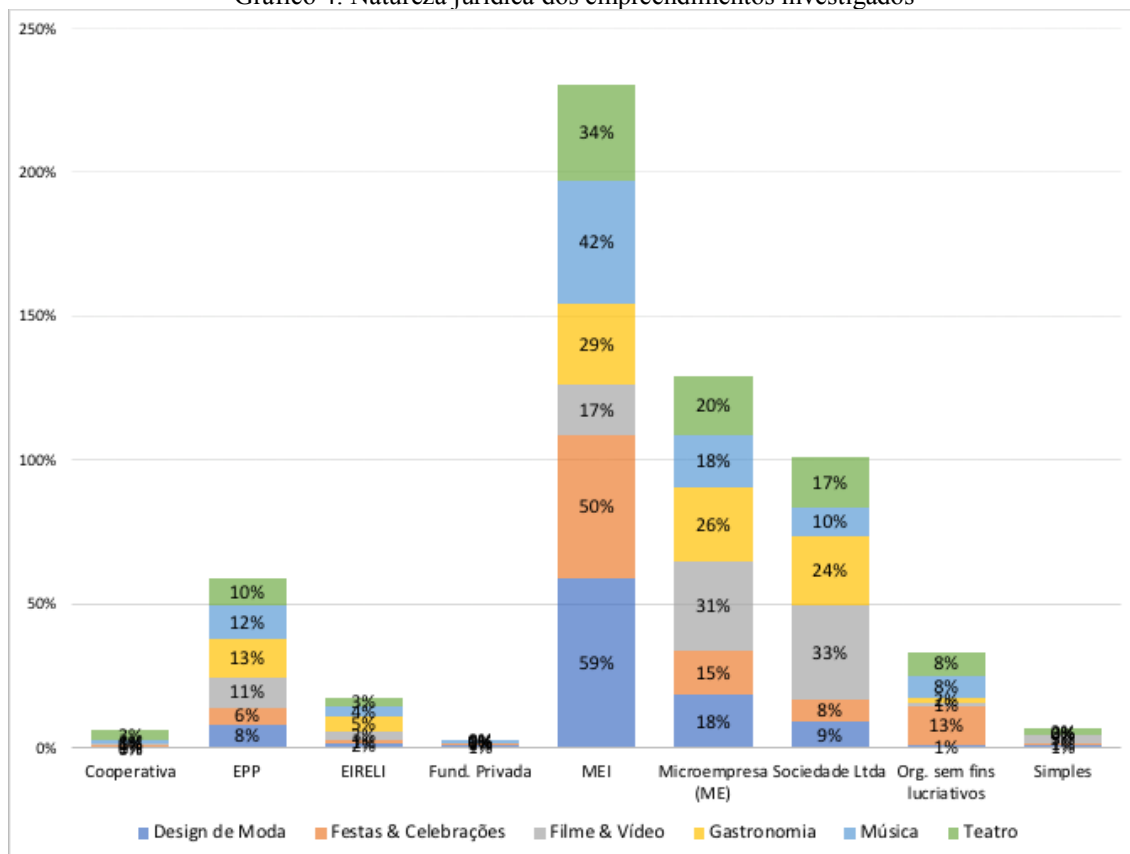
Fonte: elaborado pela autora.

Este elevado grau de formalização é resultado do esforço recente de desburocratização e simplificação dos processos de formalização de negócios sob a denominação jurídica de microempresa ou de microempreendedor individual (MEI), o que comprova os dados de formalização apresentados no final do tópico 3.1 deste Capítulo. O Gráfico 4, a seguir, ratifica também estes dados, demonstrando que em todos os setores investigados a maioria dos empreendimentos está sob estas duas denominações jurídicas, sendo a maior parte como MEI.

---

empreendimentos formais para a seleção, além do uso da técnica da “bola de neve” para identificar outros empreendedores a serem entrevistados, dentre formais e informais.

Gráfico 4: Natureza jurídica dos empreendimentos investigados



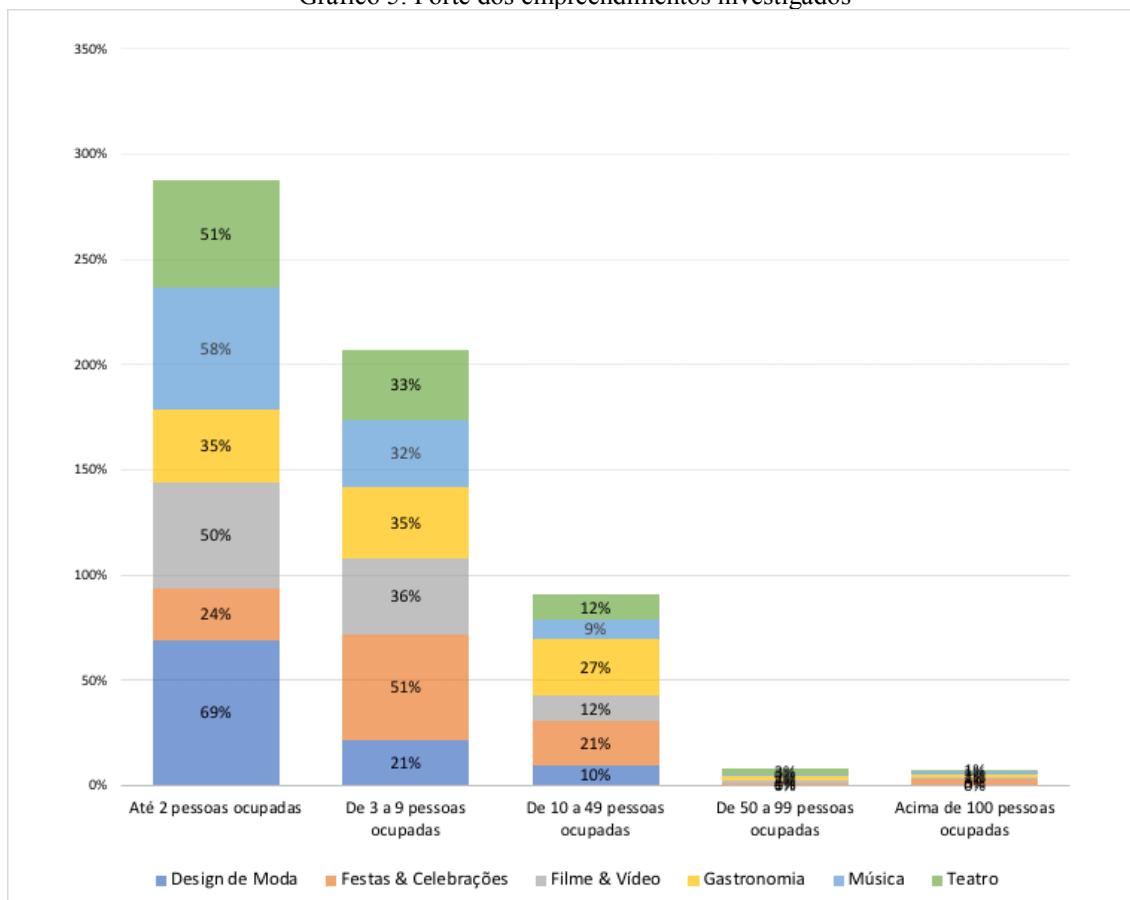
Fonte: elaborado pela autora

Os setores com maior proporção de empreendimentos registrados como MEI são os de design de moda (59%), festas & celebrações (50%) e música (42%). Quando estes são somados aos registrados como microempresas, os percentuais sobem para 77%, 65% e 60%, consecutivamente. No caso de Filme & Vídeo, mais da metade estão registrados como microempresa e sociedade limitada; enquanto que os empreendimentos teatrais registrados como MEI ou microempresa correspondem a 54% do total investigado. Já na gastronomia, a maior parte dos empreendimentos se distribuem entre MEI (29%), microempresa (26%) e sociedade limitada (24%), num total de 79%.

Utilizando a classificação de porte de empresa adotada pelo Sebrae<sup>72</sup> e assumida nessa pesquisa, o Gráfico 5 confirma os dados apresentados anteriormente, ao demonstrar que a grande maioria dos empreendimentos se enquadra como MEI ou microempresa, com até 9 pessoas ocupadas com vínculo empregatício.

<sup>72</sup> A classificação adotada nesta pesquisa, e inserida no questionário, obedece o critério de pessoal ocupado – Microempresa (até 9 empregados), Empresa de Pequeno Porte (de 10 a 49 empregados), Empresa de Médio Porte (de 50 a 99) e Grandes Empresas (100 empregados ou mais).

Gráfico 5: Porte dos empreendimentos investigados

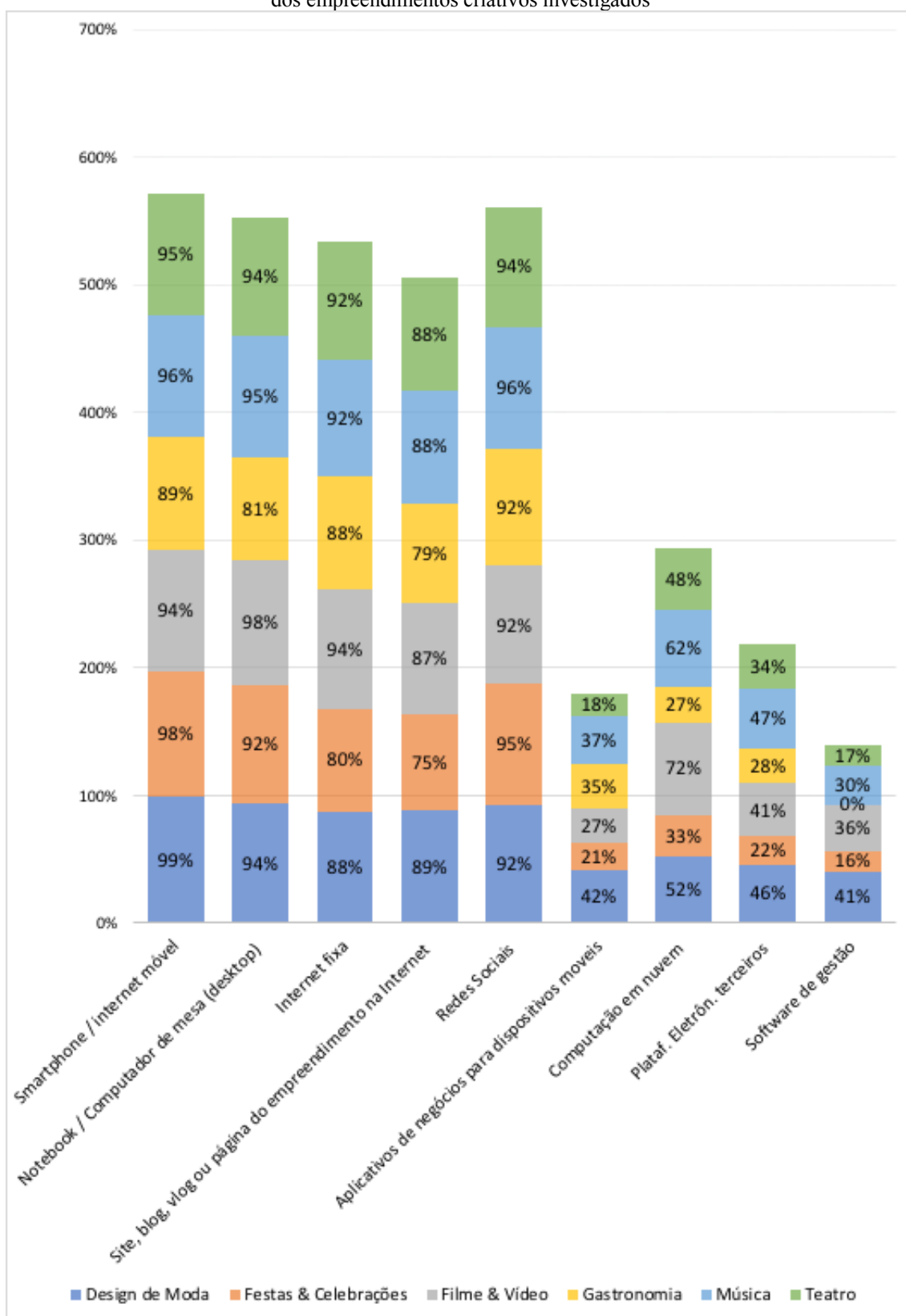


Fonte: elaborado pela autora

Os setores de design de moda, música e teatro tem mais da metade dos seus empreendimentos com até 2 pessoas ocupadas. Considerando-se o número de até 9 pessoas ocupadas, os percentuais se elevam bastante. O de design de moda e música chegam a 90%, filme & vídeo atinge o percentual de 86%, teatro alcança 84%, festas & celebrações chega a 75% e gastronomia a 70%. As estruturas são, portanto, extremamente enxutas, confirmando a predominância de empreendimentos de micro e pequeno porte como característica comum à dimensão espacial das atividades culturais descritas por Matos (2011) no capítulo teórico.

Quando abordados acerca das tecnologias e dos equipamentos de informática incorporados ao seu dia a dia, às suas práticas organizacionais e às dinâmicas das suas redes, os empreendedores elencaram as apresentadas no Gráfico 6 a seguir.

Gráfico 6: Tecnologias e equipamentos adotados e incorporados nas práticas organizacionais dos empreendimentos criativos investigados



Fonte: elaborado pela autora

Analisando-se o Gráfico acima, é evidente a incorporação de equipamentos de informática e do uso de tecnologias digitais no cotidiano das organizações. No entanto, o uso de *smartphones* e *notebooks* com acesso à internet (móvel ou fixa) e o acesso à sites, blogs, vlogs e redes sociais correspondem ao básico, a um “lugar comum”, quando se trata de incorporação de tecnologias digitais. As tecnologias utilizadas pelos empreendedores entrevistados são rotineiras e comuns às suas atividades pessoais e empresariais, não implicando necessariamente na sua capacidade de funcionar e de se constituir enquanto a empresa virtual de Saravia (2002), numa rede dinâmica e extremamente adaptável às mudanças conjunturais, estruturada em torno de ações e projetos tendo a tecnologia da informação como a grande mediadora.

Assim, é corriqueiro o uso da internet por designers de moda, produtores audiovisuais, cantores, bandas, produtores culturais, chefs de cozinha e companhias teatrais para divulgar os seus trabalhos, para manter um relacionamento mais próximo com sua rede de fãs, para conectar com profissionais com os quais já mantenham relações ou que pretendam manter, para a realização de pesquisas conceituais e sobre tendências de mercado para o desenvolvimento de produtos, para conhecer e utilizar novas tecnologias relacionadas ao seu mercado de atuação, para difundir conteúdos e comercializar produtos criativos. O uso cotidiano destas tecnologias demonstram a incorporação das mesmas nas práticas organizacionais dentro de uma cultura digital que impacta diretamente nos modos de viver e de desenvolver as atividades profissionais.

A internet é utilizada, portanto, como mídia preferencial, embora não haja um domínio amplo das ferramentas disponibilizadas, no que se refere tanto ao uso de estratégias de divulgação quanto ao uso de ferramentas de monetização de conteúdos digitais, para além das plataformas de *streaming* e de *e-commerce* identificadas anteriormente. O acesso às mídias tradicionais (rádio, jornais e televisão) é quase inexistente e, quando ocorre, é esporádico ou associado a uma estratégia de mídia espontânea.

A democratização do acesso às redes digitais é um fato embora não seja uma garantia suficiente de acessos efetivos a mercados nacionais e internacionais. A evolução das tecnologias tem sido muito mais rápida do que a capacidade humana de absorver todas as novidades, incorporando-as a processos inovativos no desenvolvimento dos negócios. Como usar o *Snapchat*? Como potencializar visualizações no *YouTube*? Como desenvolver suas atividades econômicas dentro de um modelo de negócios que considere

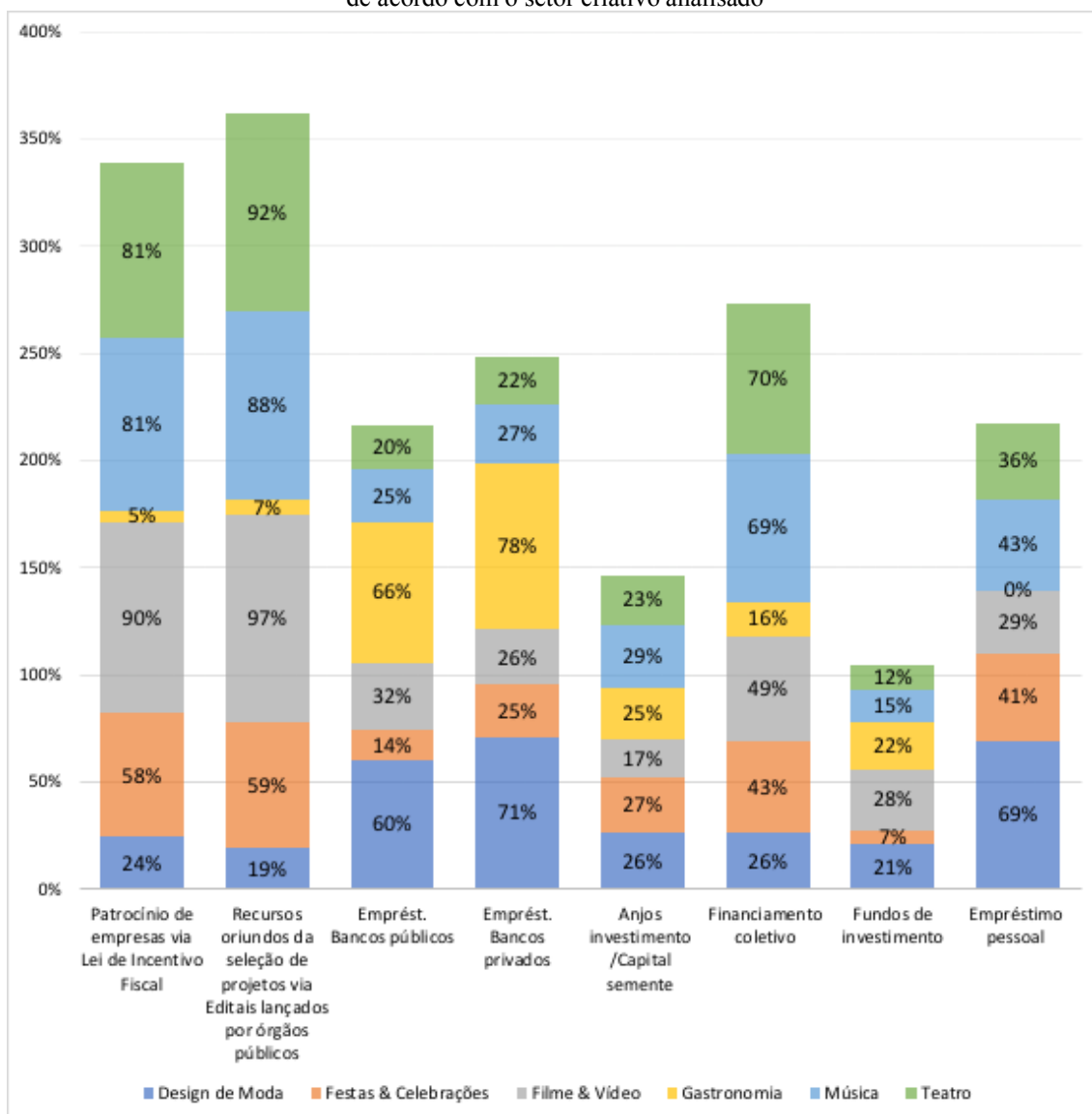


e potencialize o uso das tecnologias digitais de modo efetivo? Essas questões estão presentes no cotidiano dos micro e pequenos produtores e empreendedores investigados nesta pesquisa, assim como temas associados à economia criativa colaborativa e a novos modelos de negócios.

O ciberespaço de Levy (1999), com todas as suas possibilidades de tecnologias intelectuais, potencializadora das funções cognitivas humanas, ainda está longe de ser apropriado pelos micro e pequenos empreendedores criativos em sua potência.

Estas e outras questões fazem parte do dia a dia do empreendedor criativo no enfrentamento do desafio de desenvolver suas atividades produtivas de modo sustentável. E um dos gargalos abordados e identificados pela pesquisa junto aos empreendedores investigados se relaciona diretamente com a precariedade de um sistema de financiamento com mecanismos frágeis e inadequados às realidades das dinâmicas econômicas dos setores criativos. O Gráfico 7 apresenta as fontes de financiamento externo utilizadas pelos empreendimentos criativos investigados, contribuindo com essa reflexão.

Gráfico7: Fontes de financiamento externo acessadas pelos empreendimentos investigados de acordo com o setor criativo analisado



Fonte: elaborado pela autora.

As duas fontes de financiamento mais acessadas pelos setores criativos analisados são: os recursos oriundos da seleção de projetos via editais lançados por órgãos públicos (Ministério da Cultura, Secretarias municipal e estadual de Cultura) e o patrocínio de empresas via leis de incentivo fiscal. Conforme pode ser constatado, estes tipos de financiamento são utilizados por mais de 80% dos entrevistados dos setores de filme & vídeo, música e teatro, assim como por aproximadamente 60% dos empreendedores de festas & celebrações. Pela natureza destes financiamentos, percebe-se nestes setores uma relação de forte dependência com o uso de recursos públicos, de natureza não reembolsável, sem contrapartidas financeiras relacionadas ao pagamento de juros ou rendimentos a investidores. No caso dos editais lançados pelos órgãos públicos, o acesso

aos recursos depende de um processo de seleção conduzido pelos órgãos de cultura; no caso das leis de incentivo à cultura, os projetos devem ser aprovados por comissões de avaliação, vinculadas às secretarias municipal e estadual e ao Ministério da Cultura, para que então os proponentes dos projetos recebam a autorização para captar recursos junto às empresas, via renúncia fiscal. Neste último caso, o acesso aos recursos públicos dependerá também da rede de relacionamentos dos empreendedores junto às empresas, potenciais patrocinadoras e beneficiadas pela renúncia fiscal.

A lógica predominante destes mecanismos de financiamento se dá então no desenvolvimento de projetos com começo, meio e fim. O que faz com que, a cada projeto finalizado, se retorne a estaca zero, iniciando-se uma nova corrida para a obtenção de recursos. O desenvolvimento das atividades econômicas e produtivas dos empreendimentos se dão desse modo numa perspectiva de curto prazo, sem processos mais consistentes e estruturantes de investimentos que garantam o desenvolvimento organizacional no médio e longo prazos.

Um outro problema é que as leis de incentivo acabaram por vincular o patrocínio cultural da iniciativa privada aos mecanismos incentivados, condicionando o apoio ou patrocínio ao fato do projeto já estar aprovado pela lei. O patrocínio direto, sem uso das leis de incentivo, é pouco significativo e nem apareceu como resposta dos empreendedores entrevistados. Como uma distorção do uso destas Leis, vale destacar o exemplo citado por profissionais da área de teatro musical, entrevistados nesta pesquisa, com relação às práticas de grandes produtoras culturais, responsáveis pela montagem de grandes produções na cidade. Apesar do elevado investimento nas montagens dos musicais e da mobilização de um numeroso elenco de artistas e profissionais, a maioria dos espetáculos ficam curtos períodos em cartaz. Para estas produtoras, é mais vantajoso financeiramente a realização de vários musicais, em curtas temporadas, pois esta dinâmica garante um maior fluxo financeiro via captação de recursos, do que manter espetáculos por mais tempo, assumindo os riscos associados a não garantia de bilheteria no médio e longo prazos. Esta prática adotada pelas produtoras pode até ser lucrativa para quem produz mas para os artistas e demais profissionais contratados para estas montagens é extremamente precarizante das relações e dos contratos de trabalho, além de não representar o melhor uso de recursos públicos (via editais ou renúncia fiscal).

Dentre as fontes de financiamento externo, se destaca em terceiro lugar o uso das plataformas de financiamento coletivo<sup>73</sup> para captação de recursos. Estas plataformas chegaram ao Brasil em 2011 e, de lá pra cá, ganharam força e se posicionaram como alternativas concretas e efetivas para os profissionais e empreendedores criativos. Este mecanismo de captação de recursos tem como essência a mobilização de pessoas físicas e jurídicas<sup>74</sup> interessadas em apoiar causas e projetos culturais, sociais, ambientais ou empreendimentos relacionados a soluções para cidades e comunidades ou mesmo para o desenvolvimento de ideias e empresas em estágio inicial. Os financiamentos coletivos não acontecem a fundo perdido, mas se estruturam dentro de uma dinâmica de contrapartidas que são oferecidas aos financiadores. Cada projeto ou empreendimento cultural apresentado deve relacionar faixas de investimento com contrapartidas específicas. Deste modo, no caso de uma peça de teatro por exemplo, um investimento de R\$30,00 pode dar o direito a um ingresso na estreia, de R\$50,00 a um ingresso mais uma caneca ou ímã de geladeira, enquanto que um investimento de R\$4.000,00 pode dar o direito a uma apresentação fechada. No uso destas plataformas, destacam-se nesta pesquisa os setores de teatro (70%), música (69%), filme & vídeo (49%) e festas & celebrações (43%), setores relacionados diretamente com linguagens artísticas.

Já no setor da gastronomia, as fontes de financiamento externos mais utilizados correspondem a bancos privados (78%) e públicos (66%), nesta ordem. No caso de design de moda, a utilização de empréstimos provenientes de bancos privados chega a 71% dos empreendimentos, seguido por 60% dos empreendimentos que acessam bancos públicos e por 69% dos empreendimentos que incorporam de forma significativa a utilização de empréstimos pessoais (de amigos, conhecidos ou familiares). Ambos os setores atuam em cima de estruturas comerciais mais convencionais com fluxos financeiros mais garantidos, o que permite a assunção de riscos relacionados à obtenção de crédito, reembolsável e com juros, junto a instituições financeiras.

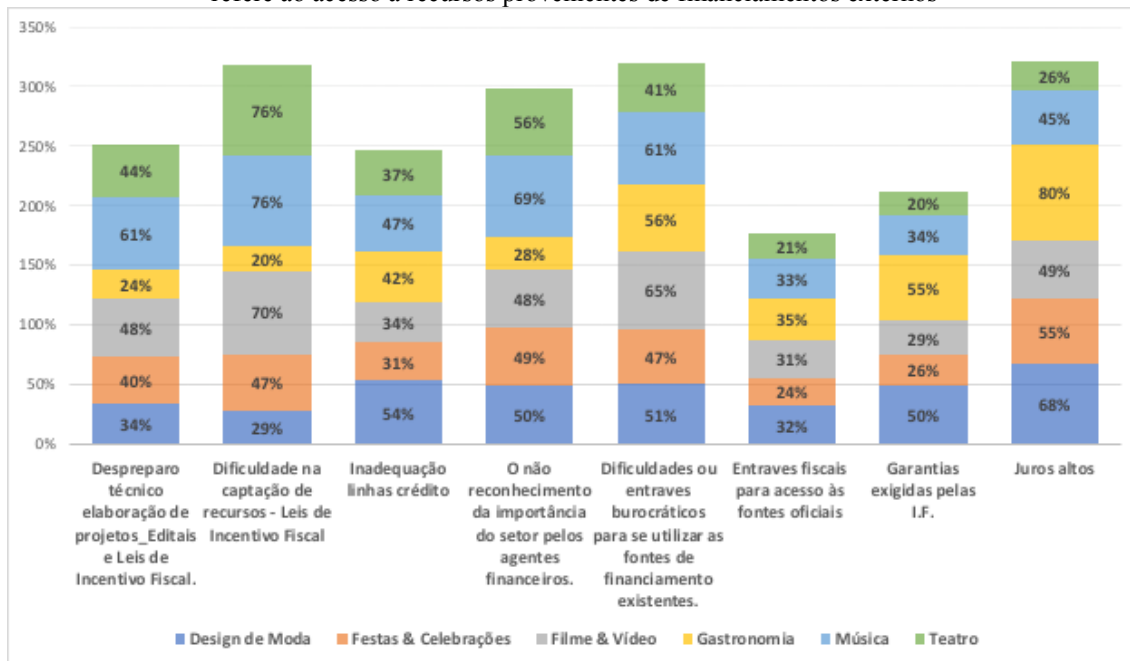
---

<sup>73</sup> Alguns exemplos de plataformas de financiamento coletivo atuantes no Brasil: Catarse (<https://www.catarse.me>), Queremos! (<https://www.queremos.com.br/home>), Benfeitoria (<https://benfeitoria.com>), Partio (<https://partio.com.br>) e Kickante (<https://www.kickante.com.br>)

<sup>74</sup> Como desdobramento do *crowdfunding* e percebendo a possibilidade de ampliar o investimento de pessoas jurídicas nos projetos apresentados, algumas plataformas criaram e adotaram, também, um novo modelo de financiamento: o *crossfunding* ou *matchfunding*. Este mecanismo segue a lógica do financiamento coletivo mas alavanca a participação das empresas a partir dos investimentos das pessoas físicas. Assim, para cada real de contribuição de uma pessoa física a empresa entra com um real correspondente. Se o valor total de investimento de pessoas físicas chegar a R\$10 mil, a empresa contribui então com mais R\$10 mil.

De modo complementar, a pesquisa investigou também os principais obstáculos enfrentados pelos empreendedores no acesso às fontes de financiamento identificadas. O Gráfico 8 apresenta a relação destes obstáculos.

Gráfico 8: Obstáculos identificados pelos empreendedores criativos dos setores analisados no que se refere ao acesso a recursos provenientes de financiamentos externos



Fonte: elaborado pela autora.

No que se refere ao acesso ao crédito bancário, os principais obstáculos relacionados com esse tipo de operação indicados pelos respondentes correspondem: aos juros altos relacionados com estas operações financeiras e às dificuldades ou entraves burocráticos para o acesso às fontes de financiamento existentes. Estes últimos impactam diretamente nas exigências de garantias<sup>75</sup> para concessão de empréstimos, garantias estas que em muitos casos estão fora da realidade dos micro e pequenos empreendimentos. Apesar da existência de fundos garantidores para micro e pequenas empresas<sup>76</sup>, estes são desconhecidos pela maioria dos empreendimentos. As linhas de crédito também são

<sup>75</sup> “As instituições financeiras exigem dois tipos de garantias: reais e pessoais (fidejussórias). As reais podem ser subdivididas em hipoteca, alienação fiduciária e penhor. As garantias pessoais ou fidejussórias são aval e fiança. Em média, as instituições financeiras solicitam algo em torno de 130% em garantias, sobre o valor do financiamento. Os bens financiados dados em garantia ao banco são chamados de alienação fiduciária, e não costumam ser suficiente para compor as exigências, sendo necessário, complementar as garantias.” (vide: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/que-garantias-a-empresa-deve-apresentar-para-obter-credito,559d6354c2985410VgnVCM1000003b74010aRCRD>)

<sup>76</sup>Fundos garantidores: Vide <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-opcoes-de-garantia-de-credito-para-pequenos-negocios,a6dea442d2e5a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

avaliadas pelos empreendedores como inadequadas às dinâmicas econômicas dos setores, desconhecidas pelos agentes financeiros. Para além destas questões, os empreendedores também se deparam muitas vezes com agentes financeiros que não os reconhecem como prováveis tomadores de crédito, por conta do desconhecimento dos potenciais econômicos dos setores criativos. Alguns dos empreendedores entrevistados destacaram inclusive o fato de ao acessarem agências bancárias, terem sido redirecionados para a área ou para o departamento de patrocínios do banco.

Obstáculos relacionados ao despreparo técnico para a elaboração de projetos para participação em processos seletivos de editais ou para serem submetidos à aprovação das leis de incentivo afetam também todos os setores, assim como as dificuldades relacionadas ao processo de captação de recursos<sup>77</sup> após a aprovação nas leis. A captação, conforme já citado anteriormente, depende do acesso dos empreendedores criativos junto às empresas, potenciais patrocinadoras ou doadoras. O mesmo ocorre no caso das leis municipal e estadual de incentivo à cultura<sup>78</sup>.

Em síntese, o que se constata é uma prática problemática e burocrática de captação de recursos baseada em modelos tradicionais, que contemplam de modo preferencial os velhos modelos do subsídio governamental (festas & celebrações, filme & vídeo, música e teatro) e de acesso ao crédito (design de moda e gastronomia). O financiamento coletivo se destaca como uma alternativa que tem crescido nos últimos anos, evidenciando a necessidade de processos mais fluidos, simplificados e desburocratizados no acesso a recursos.

As questões associadas à necessidade do desenvolvimento de estratégias de financiamento para o fortalecimento de atividades produtivas e inovativas dos setores criativos são também comuns aos países desenvolvidos mas são mais evidentes em países em desenvolvimento (CUNNINGHAM et al, 2008), demandando uma maior diversidade

---

<sup>77</sup>Dados históricos de janeiro de 1993 a outubro de 2010 indicam que do total de projetos aprovados na Lei Rouanet, apenas 28,07% dos proponentes conseguiram captar os recursos junto às empresas (SIMIS; AMARAL, 2012). Soma-se a isso o fato que o acesso dos micro e pequenos às empresas patrocinadoras é mais dificultado, ao contrário do que acontece com as grandes produções relacionadas a grandes *players* do mercado.

<sup>78</sup>Lei Municipal de Incentivo à Cultura nº 5.553, de 14 de janeiro de 2013 (vide: [http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/7211083/4197705/001EditalCONTRIBUINTEINCENTIVADOR\\_N03\\_2017.pdf](http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/7211083/4197705/001EditalCONTRIBUINTEINCENTIVADOR_N03_2017.pdf)) e a Lei Estadual de Incentivo à Cultura nº 1.954, de 26 de janeiro de 1992, reformulada pela Lei nº 7.035, de 7 de julho de 2015, do Sistema Estadual de Cultura do estado do Rio de Janeiro (vide:[http://www.cultura.rj.gov.br/leiestadual/upload/Lei\\_do\\_Sistema\\_Estadual\\_de\\_Cultura\\_ebook.pdf](http://www.cultura.rj.gov.br/leiestadual/upload/Lei_do_Sistema_Estadual_de_Cultura_ebook.pdf))

de opções de mecanismos de fomento adequados às lógicas destes mercados, constituídos predominantemente por MPEs.

Deste modo, retomando os exemplos citados no sub-tópico anterior, passos tem sido dados na discussão e na implementação de novos modelos de negócios e processos colaborativos como alternativas para a sustentabilidade dos empreendimentos, mas ainda há muito o que se avançar nesse sentido. Empreendedores e produtores de conteúdos culturais produzidos em suporte digital (como no caso de filme & vídeo e música) ainda não dominam com clareza as regras de monetização das plataformas e dos canais de distribuição via internet, por exemplo. Enquanto que no teatro, na música (performance) e nas festas & celebrações, é preciso discutir questões associadas à formação de plateia, a estratégias de divulgação e promoção e à manutenção de palcos para a potencialização do consumo cultural.

Ao mesmo tempo, faz-se necessário o reconhecimento e a identificação dos setores e das expressões culturais que demandam um olhar especial em virtude da sua relevância para a sustentabilidade social e cultural no médio e longo prazos. Dentre estes, estão incluídos as celebrações e festejos populares associados às tradições que constituem as matrizes culturais do país, que não obedecem a lógicas tradicionais de mercado, mas que mobilizam redes e sistemas produtivos relacionados com o turismo cultural; assim como os espaços de experimentação de linguagens e para o desenvolvimento de conteúdos culturais com potencial de inovação artístico-cultural.

### **3.2.4 Formação e geração de conhecimento**

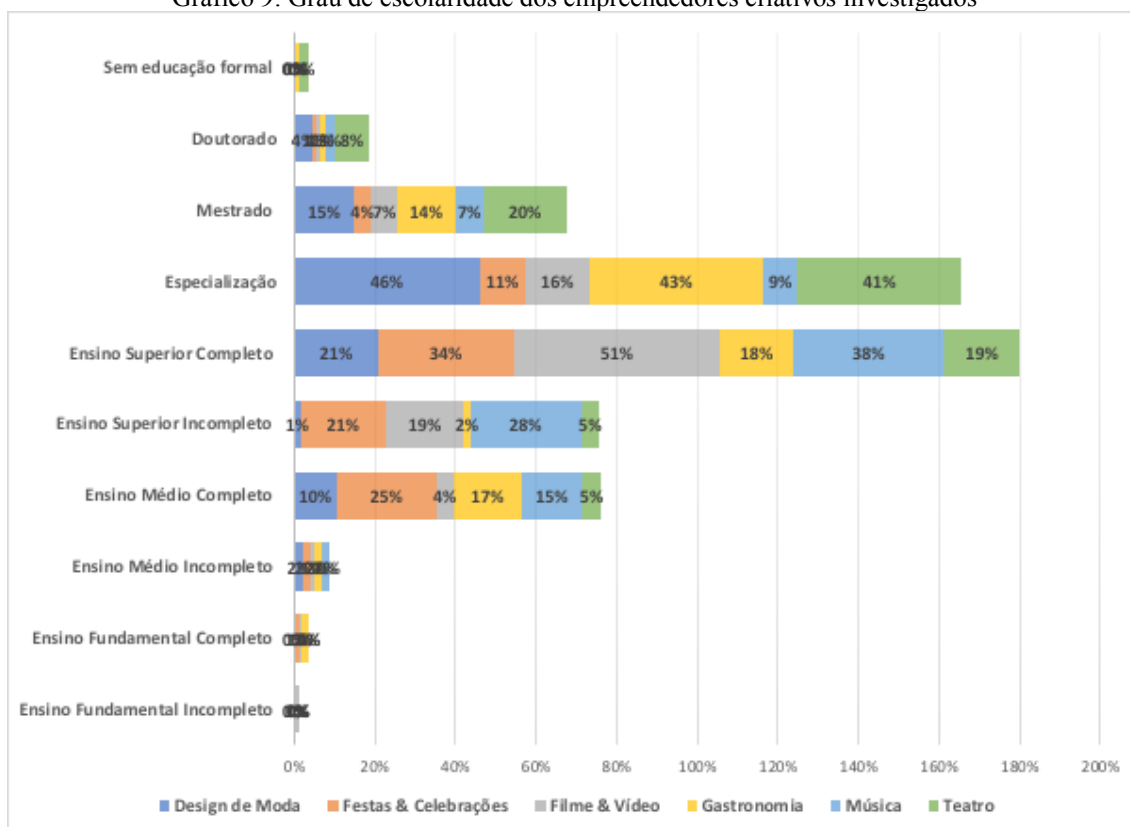
Entendendo que os empreendimentos analisados são de micro e pequeno portes, com estruturas extremamente enxutas, que incorporam um uso de tecnologias considerado básico para os dias de hoje e com um sistema de financiamento não suficiente para suas demandas e ainda inadequado frente as especificidades das dinâmicas econômicas dos setores criativos, percebe-se o quão crucial e crítica, para o desenvolvimento destes negócios, é a formação e o nível de qualificação dos seus empreendedores.

Neste sentido, este sub-tópico se dedica à análise do perfil de formação e de qualificação dos empreendedores criativos investigados, considerando-se: o grau de escolaridade e a sua constância na busca por capacitação, identificando fragilidades

associadas a sua formação, seja regular ou baseada na sua experiência prática; e as estratégias utilizadas na busca por informações relativas a tendências e oportunidades de mercado e sobre novas práticas no seu campo de atuação.

O Gráfico 9, logo abaixo, demonstra que uma grande parcela dos empreendedores tem no mínimo o nível superior completo, com destaque para os setores de design de moda, filme & vídeo, gastronomia e teatro, com mais de 50% dos empreendedores entrevistados pós-graduados, incluindo especialização, mestrado e doutorado.

Gráfico 9: Grau de escolaridade dos empreendedores criativos investigados



Fonte: elaborado pela autora

O nível de escolaridade identificado tem relação direta com a grande oferta de cursos de formação na cidade. Conforme pode ser observado no Apêndice 1, todos os seis setores tem no mínimo a oferta de cursos técnicos, de graduação e de especialização (lato sensu), enquanto somente os setores de design de moda, filme & vídeo, música e teatro tem também cursos de mestrado e doutorado. Neste sentido, os empreendedores de festas & celebrações e gastronomia identificados com cursos de mestrado ou doutorado obtiveram a sua formação em outros campos do conhecimento ou fora do estado.



No entanto, o elevado grau de escolaridade identificado e a grande oferta de cursos relacionados diretamente com os setores analisados na cidade não garantem aos empreendedores a capacidade de gerir o seu negócio com visão estratégica e com habilidade técnica voltada para aspectos administrativos, financeiros, jurídicos ou de gestão de pessoas. Segundo os entrevistados, as formações regulares priorizam os ofícios em detrimento de uma formação que incorpore conteúdos e práticas necessárias para uma atuação empresarial e empreendedora.

De modo complementar à formação regular, os empreendedores também foram inquiridos quanto ao grau de constância na busca por capacitações relativas às novidades da profissão e do mercado e, neste sentido, constatou-se que mais de 60% dos empreendedores se dedicam a uma formação continuada. O setor de design de moda figura com 85,9% das lideranças envolvidas em capacitações contínuas, seguido de filme & vídeo (76,6%), gastronomia (74,5%), teatro (74,3%), música (71%) e, por último, festas & celebrações (64%). A capacitação continuada geralmente está associada a cursos livres.

Ainda que estes dados pareçam ser positivos, é importante destacar alguns pontos, de caráter mais específico, levantados pelos pesquisados com relação ao tema formação e qualificação em cada um dos setores:

- **No design de moda** - destacou-se como problema a falta de experiência prática dos profissionais recém-formados, com perfil pouco empreendedor, desconectados com a realidade do mercado, sem um entendimento claro quanto a processos de produção e métodos de precificação, com pouca visão estratégica acerca do empreendimento enquanto negócio e sobre questões associadas a sua sustentabilidade, sem o conhecimento necessário para uma modelagem de negócios que seja flexível à realidade do campo.
- **No setor de festas & celebrações** – a produção dos eventos ainda se dá essencialmente a partir de uma prática intuitiva e baseada na experiência. No caso das festas populares e religiosas como, por exemplo, as Folia de Reis, o aprendizado se dá, de modo geral, pela tradição, que é transmitida de geração em geração, tendo os mestres como mediadores. Para além dos produtores, percebe-se também uma carência de profissionais qualificados em diversas áreas técnicas (áudio, vídeo, iluminação etc) necessárias ao bom funcionamento do setor.

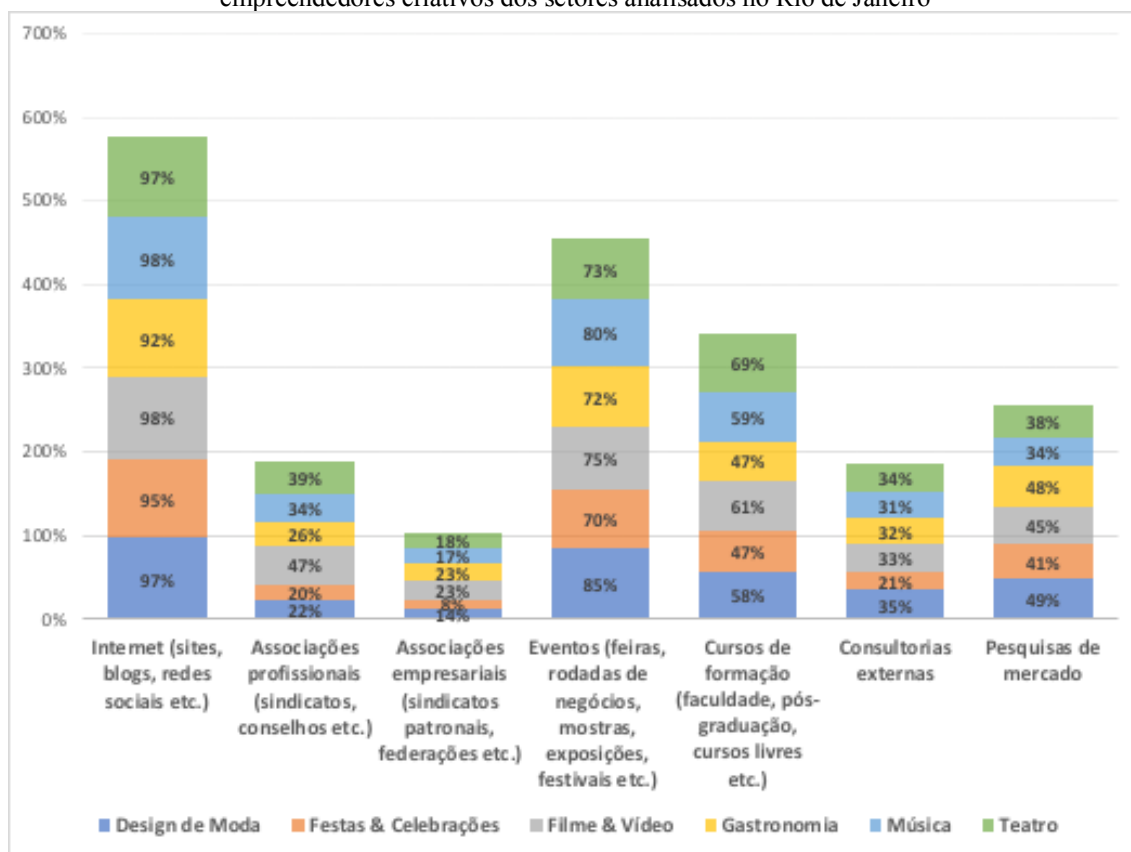
- **No setor de filme & vídeo** – há o reconhecimento de boas escolas de formação na cidade embora as questões relativas ao empreendedorismo e à gestão dos negócios ainda estejam pouco presentes na grade dos conteúdos tratados. No caso, da produção audiovisual de documentários e animações existem sérios problemas relacionados tanto com a baixa oferta de formação quanto na baixa oferta de profissionais qualificados. Não existe um curso técnico ou superior em animação, o que gera um custo a mais para as produtoras que buscam por novos profissionais deste gênero e, que por isso, acabam assumindo a formação daqueles que contratam para a realização de seus projetos. Os profissionais do setor foram identificados como profissionais com um perfil extremamente criativo mas com grandes dificuldades nos processos de gestão dos seus negócios.
- **Na gastronomia** - no que diz respeito à oferta de formação, o Rio de Janeiro conta com instituições de ensino e qualificação profissional, tanto nos níveis técnicos, quanto universitários. Muitas destas instituições possuem, em seu corpo docente, representantes reconhecidos e atuantes no mercado. Porém, estas instituições não investem no debate em torno das reformas necessárias do sistema produtivo gastronômico, bem como na conscientização do profissional quanto às questões de sustentabilidade na gastronomia. Segundo os pesquisados, as instituições de formação deveriam incluir em seu processo de ensino, a experiência prática do aluno, em todas as instâncias do sistema produtivo: do campo à mesa. O grupo também enfatizou que, em tempos de crise, muitas pessoas têm se aventurado e buscado refúgio na área de alimentos. Todavia, a maioria destas pessoas não possui qualificação profissional, nem para a criação e produção de pratos nem para a gestão do negócio, iniciando o empreendimento de maneira informal, intuitiva e com serviço insatisfatório.
- **Na música** – os pesquisados destacaram que a cidade tem uma boa oferta de cursos de formação artística na área, embora os conteúdos associados às temáticas do empreendedorismo, da gestão de negócios e relativas às dinâmicas do mercado musical ainda estão bem distantes das grades curriculares do ensino regular. A maioria reconhece o quanto tem sido exigido dos artistas o exercício de múltiplas funções e expertises relacionadas a sua atuação no mercado da música. A autogestão da carreira tem se tornado cada vez mais essencial para o alcance do reconhecimento e para a sustentabilidade da sua atividade.

- **No teatro** – é reconhecida pelos pesquisados a existência de uma boa infraestrutura de formação na cidade, embora os cursos não ofereçam aos alunos noções sobre as dinâmicas econômicas do setor, identificando o conjunto de atores que constituem o seu sistema produtivo e preparando os profissionais para uma inserção qualificada no mercado de trabalho. Também é evidente a ausência de uma formação ou capacitação voltada para a gestão de carreiras, a gestão dos empreendimentos, às questões jurídicas (direitos autorais e conexos, direitos trabalhistas e empresariais), os processos de captação de recursos e para as metodologias de trabalho colaborativas, destinadas ao desenvolvimento do negócio. Os profissionais com formação em teatro não saem preparados para o mercado teatral na perspectiva do empreendimento. Há uma dificuldade clara, atrelada a um preconceito, em se perceber o empreendimento teatral como um negócio.

Para além da análise do perfil de formação e de capacitação dos profissionais entrevistados, é importante ter claro que as dinâmicas dos sistemas produtivos e das redes econômicas, identificadas anteriormente em suas configurações, funcionam como espaços contínuos de trocas econômicas ou existenciais que se estabelecem por meio de trocas simbólicas e cognitivas que empreendem na construção de processos de aprendizagem e de geração do conhecimento necessário à vida cotidiana e profissional.

Nesta perspectiva, os territórios de aprendizagem são potencializados por uma série de estratégias de acesso ao conhecimento e às informações sobre o mercado. O Gráfico 10 a seguir apresenta um conjunto destas estratégias, usadas num aprofundamento sobre questões relativas a tendências e padrões de consumo, concorrência, novas tecnologias, oportunidades de acesso a mercados nacionais e internacionais, produção artístico-cultural tradicional e contemporânea, entre outras, utilizadas pelos empreendedores entrevistados.

Gráfico 10: Estratégias de acesso ao conhecimento e às informações sobre o mercado utilizadas pelos empreendedores criativos dos setores analisados no Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pela autora

Dentre as estratégias elencadas, quatro se destacam quando analisadas na perspectiva dos seis setores analisados: em primeiro lugar, o acesso à internet é adotado como uma prática por em média 96% dos empreendimentos de todos os setores investigados, alguns chegando a quase 100% (design de moda, filme & vídeo, música e teatro); em segundo lugar, a participação em eventos (76% em média) figura como uma estratégia comum para uma grande parcela dos empreendimentos, sejam mostras, festivais, exposições, feiras, rodadas de negócios etc; em terceiro lugar se destaca a busca por formação regular ou livre (57% em média), esta já analisada anteriormente; e em quarto lugar é identificada a busca ou a realização de pesquisas de mercados (42% em média), reconhecidas como mecanismos importantes para a análise do campo de atuação considerando-se as diversas temáticas associadas.

Para além das questões e fragilidades relacionadas à formação regular, promotora de um conhecimento explícito (codificado) já tratado anteriormente, este conjunto de estratégias, identificadas pelos entrevistados, ampliam suas possibilidades de acesso a itinerários formativos fluidos e assistemáticos, assumindo a metáfora da navegação

abordada por Levy (1999). Retomando a fala de Castells (2003, p.45) presente no Capítulo 1, assume-se uma “cultura hacker”, entendida como “uma cultura de criatividade intelectual fundada na liberdade, na cooperação, na reciprocidade e na informalidade”.

A lógica do encontro presencial, cara a cara, permanece potente tanto nos cursos de formação quanto na participação dos eventos, gerando aproximações, laços de confiança, compartilhamento e transmissão de conhecimentos tácitos, estímulos mútuos, em combinação com o uso de tecnologias (STORPER; VENABLES, 2004; TOMAÉL et al., 2005).

O acesso ao conhecimento, dos seis setores, via contratação de consultorias externas (31% em média) e às relações mantidas com as associações profissionais (31% em média) e empresariais (17% em média) são pouco significativas frente as demais alternativas de acesso elencadas anteriormente.

Para além dos levantamentos apresentados até aqui, foi investigado também a infraestrutura educacional na cidade (Apêndice 1) e o aparato científico-tecnológico (Apêndice 2), relacionado aos seis setores criativos investigados. Há uma ampla rede de universidades, institutos de pesquisa, centros tecnológicos e de assistência técnica, institutos de testes, ensaios e certificações, centros de estudos, documentos e acervos, relacionados com os seis setores. A questão que se levanta é que, a exceção das universidades (IES), nenhuma outra das instituições identificadas neste aparato científico-tecnológico foi identificada pelos empreendedores de modo direto nas configurações dos sistemas produtivos e das redes econômicas dos setores analisados por parte dos empreendedores entrevistados.

Apesar de tanto a infraestrutura educacional quanto a científico-tecnológica parecerem satisfatórias em termos de oferta de cursos e quantidade de instituições, para a formação e geração de conhecimento para os setores, segundo os entrevistados a maior parte dos cursos e linhas de pesquisas não contemplam conteúdos e temáticas relacionadas com o desenvolvimento dos setores criativos na perspectiva econômica, associada a geração de trabalho e renda, a estratégias de sustentabilidade e ao desenvolvimento de novos modelos organizacionais e associativos. De qualquer modo, ainda que de forma incipiente, merecem destaque algumas ofertas de cursos de graduação e pós-graduação em instituições de ensino superior na cidade do Rio de Janeiro que tem se relacionado com a temática da gestão cultural e da economia da cultura, da gestão de

negócios criativos e da economia criativa. Vide no Quadro 11 a seguir a relação destas instituições que tem se destacado na cidade.

Quadro 11: Relação das instituições de ensino superior com ofertas de cursos na área da gestão cultural, gestão do entretenimento, produção cultural, economia da cultura, economia criativa e indústrias criativas

<b>Instituições</b>	<b>Cursos</b>
Escola Sup. de Propag. e Marketing (ESPM/Rio)	MBA em Gestão de Negócios da Indústria Criativa
	MBA em Gestão do Entretenimento
	Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa
Fac. Integradas Hélio Alonso (FACHA)	Espec. Gestão e Produção Cultural
Fundação Getúlio Vargas (FGV)	MBA em Bens Culturais: Cultura, Economia e Gestão
Instituto Federal de Educ., Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ)	Bacharelado em Produção Cultural
Univ. Cândido Mendes (UCAM)	MBA em Gestão Cultural
	Espec. Produção Cultural
	Espec. Gestão de Museus
Univ. Estácio de Sá (UNESA)	MBA Executivo Gestão da Indústria Criativa
Univ. Federal Fluminense (UFF)	Bacharelado em Produção Cultural
	Mestrado Acadêmico Cultura e Territorialidades
Univ. Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	Espec. em Economia, Gestão e Cultura do Turismo
	MBA em Gestão Proj. Audiovisual e Jogos
	Espec. Turismo: Economia, Gestão e Cultura
	Mestrado em Engenharia de Produção (Entretenimento)
	Mestrado e doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento

Fonte: elaborado pela autora a partir dos sites das IES.

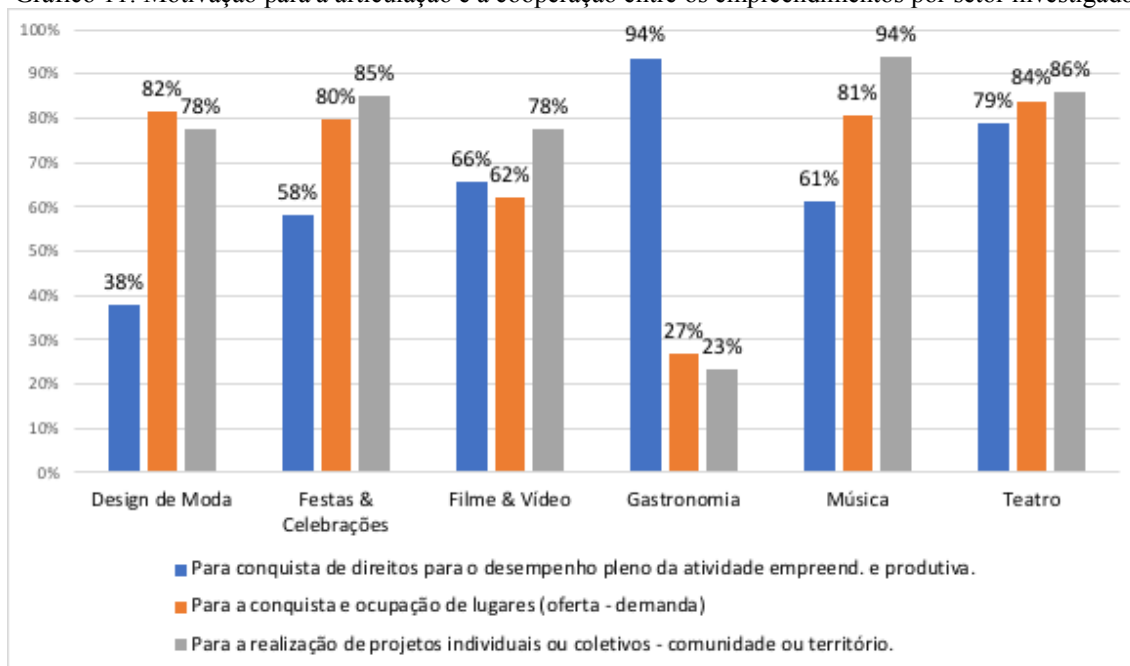
Por fim, é importante ressaltar que os vínculos e conexões mantidos dentro das dinâmicas econômicas das redes e dos sistemas produtivos dos setores criativos também funcionam como mecanismos de geração e troca de conhecimentos. Os encontros profissionais ocasionados no desenvolvimento de produtos criativos e no desenvolvimento de estratégias voltadas para as relações com o mercado funcionam como espaços e oportunidades para o desenvolvimento profissional e o compartilhamento de um conhecimento tácito, fruto das experiências e do acúmulo de conhecimentos relacionados com as atividades artístico-culturais e produtivas. A colaboração e a cooperação entre os profissionais e empreendedores dos setores criativos são fundamentais neste processo e serão investigadas mais a fundo no sub-tópico a seguir.

### **3.2.5 Colaboração e cooperação**

Dando um passo adiante no aprofundamento acerca das dinâmicas econômicas dos sistemas produtivos e das redes dos seis setores investigados, serão apresentados e

analisados neste subitem aspectos relacionados aos processos de articulação, colaboração e cooperação. Neste sentido, a pesquisa de campo inquiriu os entrevistados quanto aos principais motivos mobilizadores de processos de articulação e cooperação entre os empreendimentos, por setor investigado, com finalidade coletiva, não limitada ao desempenho individual das suas atividades, e obteve o resultado apresentado no Gráfico 11 a seguir. Dentre os motivos identificados no Gráfico, foram elencados três principais: a conquista de direitos para o desempenho pleno da atividade empreendedora e produtiva, incluindo questões ligadas à regulamentação da profissão e das atividades econômicas associadas ao desenvolvimento dos negócios; a conquista e ocupação de lugares (espaços públicos, feiras, eventos, distritos comerciais etc) promotores de relações de aproximação entre a oferta (bens e serviços) e a procura (público consumidor); a realização de projetos individuais e coletivos representativos da produção de determinada comunidade.

Gráfico 11: Motivação para a articulação e a cooperação entre os empreendimentos por setor investigado



Fonte: elaborado pela autora

Conforme pode ser analisado, para a maioria dos entrevistados (numa média de 80%) dos setores investigados, com exceção do setor de gastronomia e filme & vídeo, verifica-se que a busca pela conquista e ocupação de espaços voltados para a aproximação entre a oferta e a procura e a realização de projetos individuais ou coletivos tem sido fatores de mobilização relevantes para articulação e cooperação dentro das redes. No caso da gastronomia, o motivo principal para a mobilização se relaciona com a conquista de

direitos para o desempenho pleno da atividade empreendedora e produtiva (94%). Em um sentido amplo, esta configuração se apresenta como favorável aos processos de colaboração e articulação entre os pares. No entanto, é importante um maior aprofundamento na perspectiva de se compreender como essa percepção se efetiva ou se transforma na prática diária dos empreendedores de cada setor:

- **No design de moda**

O envolvimento em atividades colaborativas (formais e informais) foi reconhecido como uma prática por 80% dos empreendedores entrevistados, demonstrando um reconhecimento claro acerca das vantagens que podem ser obtidas ao se firmar parcerias com seus pares. Todavia, verificam-se algumas questões enfrentadas dentro do setor que fragilizam a constituição destas redes colaborativas: a grande rivalidade entre os profissionais, o que reduz a motivação para a partilha de dificuldades, ideias e projetos; as diferentes visões relacionadas ao “fazer moda”, que acabam por dificultar o alinhamento de objetivos comuns; a super valorização do estilista em contraponto à desvalorização das costureiras, o que cria uma ambiência desfavorável à integração e à cooperação entre estes profissionais, ambos fundamentais para as dinâmicas do setor; a exigência de padrões e critérios rígidos por parte de instituições associativas junto aos produtores de moda, o que acaba por desagregar mais do que criar sinergias.

Indagados sobre o grau de impacto positivo relativo às vantagens obtidas pelos empreendimentos ao participarem de redes do setor, os empreendedores destacaram: como de alto impacto, a venda conjunta de produtos (50,65%), o desenvolvimento de coleções (50,98%) e a facilidade de acesso a fornecedores de serviços e matérias-primas (50%); como de baixo impacto, 100% dos entrevistados consideram que a participação em redes não tem gerado benefícios relativos à participação conjunta em rodadas de negócios enquanto 50% não consideram como impacto positivo a facilidade em acessar canais de divulgação.

- **No setor de festas & celebrações**

O envolvimento com atividades colaborativas (formais ou informais) é comum para 83% dos empreendedores do setor que foram entrevistados. Entretanto, por ser um



setor que abarca festas e celebrações com naturezas bastantes distintas, as dinâmicas de colaboração também se dão de modo diferenciado. Neste sentido, destacam-se três exemplos ilustrativos:

- No que se refere às dinâmicas associativas dos blocos de carnaval, os componentes tem reconhecido nestas práticas caminhos para a sustentabilidade das iniciativas. Neste sentido, seus componentes tem compartilhado, entre os grupos, espaços para ensaios e apresentações, instrumentos de percussão, equipamentos, serviços de logística, instrumentistas, de modo que um acaba suprimindo a necessidade do outro. Estas trocas acabaram por provocar o estreitamento dos relacionamentos e o reconhecimento da necessidade de se atuar coletivamente, através de entidades representativas comuns aos blocos, o que originou a Rede de Blocos “Coreto” e a “Sebastiana”, como exemplos desse processo. Estas entidades representativas, com discursos e objetivos alinhados, atuam como interlocutoras dos blocos, junto aos órgãos públicos da cidade.
- No caso dos empreendimentos voltados para a organização de cerimônias e celebrações (ex.: casamentos, aniversários, cerimônias de formaturas entre outros), estes tendem a não trabalharem de forma cooperativa entre seus pares. Porém, criam redes locais de trabalho, buscando diálogo com profissionais de setores diversificados que complementam os seus serviços, tais como áudio e vídeo, artesanato, música, dança, gastronomia, decoração, design gráfico, entre outros.
- No caso de celebrações populares como as folias de Reis, o que se percebe é que os grupos se comportam de maneira mais isolada, com pouquíssima intervenção ou participação de grupos externos. Sua rede de apoio está concentrada na comunidade local e as associações das Folias de Reis, por exemplo, estão localizadas em outras regiões do estado.

Indagados sobre o grau de impacto positivo relativo às vantagens obtidas pelos empreendimentos ao participarem de redes do setor, 100% dos empreendedores destacaram: como de alto impacto, a facilidade de acesso aos núcleos e /ou grupos de pesquisa em gestão e produção cultural; e como de baixo impacto a existência de programas de apoio e promoção.

- **No setor de filme & vídeo**

As dinâmicas econômicas do setor muitas vezes se dão na informalidade. Isto ocorre em função do baixo capital disponível para investimento. Deste modo, os pequenos empreendimentos cooperam uns com os outros, por meio de permuta de serviços. O envolvimento com atividades colaborativas (formais ou informais) é comum para 87% dos empreendedores entrevistados. Para o pequeno produtor, a existência dos coletivos é fundamental, pois a partir deles há uma retroalimentação de trabalhos e trocas de experiências que fortalecem a cada um e a todos que compõem as redes, eles funcionam como ecossistemas que estimulam e favorecem a criação e a produção colaborativas. Mas, as relações entre redes e coletivos não se limitam ao próprio setor. Elas se ampliam a partir de interações intersetoriais, incluindo coletivos de dança, teatro, música, dentre outros. Segundo os entrevistados, no setor de filme & vídeo existem duas redes, com características distintas em função do porte e do capital dos empreendimentos contemplados:

- A rede da grande indústria do audiovisual contempla a grande mídia com suas produtoras associadas, as redes de salas de cinema e plataformas internacionais de distribuição (incluindo a plataformas de *streaming*). Esta rede é fechada e possui fortes *lobbies* junto a órgãos governamentais e um elevado poder de barganha nos processos de captação de recursos, nas negociações e locações de espaços, equipamentos, mobiliários e figurinos e nas contratações de prestadores de serviços necessários a realizações dos projetos. Estas empresas detém uma rede de relacionamentos com os que ‘ditam as regras’, sejam estes os grandes investidores, detentores do capital, ou com os exibidores que ditam as tendências e demandas do mercado.
- A rede dos pequenos produtores (foco desta pesquisa), muito mais aberta e receptiva à colaboração, usada como estratégia de sobrevivência e desenvolvimento do negócio, assim como para a viabilização e realização de projetos. Esta rede enfrenta uma série de fragilidades de ordem econômica e técnica, mas tem descoberto no associativismo um caminho para a sua superação.

Indagados sobre o grau de impacto positivo relativo às vantagens obtidas pelos empreendimentos ao participarem de redes do setor, mais da metade dos empreendedores destacaram os seguintes benefícios auferidos como de alto impacto: a compra de insumos (63,13%), o acesso a pesquisas sobre tendências de mercado (58%), parcerias via

plataformas de distribuição na internet (55%), desenvolvimento de tecnologias para produção (53,26%) e capacitação para profissionais do setor (52,84%).

- **Na gastronomia**

O envolvimento com atividades colaborativas (formais ou informais) é comum para 60,5% dos empreendedores do setor entrevistados, abaixo da média percentual dos demais setores. Porém, uma rede que vem se consolidando no cenário gastronômico do Rio de Janeiro é a da “gastronomia sustentável”, composta por pessoas engajadas, que buscam gerar um grande movimento em prol da reforma do sistema alimentar. Essas redes adotam estratégias e propõem soluções que podem gerar um impacto significativo no sistema, como “circuitos curtos de comercialização”, “mercados de proximidade”, “sistemas regionais de alimentos” e “redes agroalimentares alternativas”, tudo isso a fim de engajar os pequenos produtores e o consumidor final na valorização do alimento como um bem comum. Nessa lógica, são privilegiados os produtos artesanais, fabricados em pequena escala e sem o uso de agrotóxicos. Os próprios produtores vendem seus produtos, fortalecendo o diálogo entre quem consome e quem produz, diminuindo a presença de intermediários no processo, o que barateia o produto e impacta significativamente no fortalecimento da economia local.

Entre as redes que se destacam nesta vertente estão o Instituto Maniva, a Rio *Food Vision*, a Rio Alimentação Saudável, a Junta Local, o grupo de trabalho Gastronomia como Cultura e a Comissão de Produtores Orgânicos do Rio de Janeiro. Outras redes presentes no Rio de Janeiro são as de empreendimentos específicos do setor gastronômico, como a nova tendência do *Food Truck*, através de associações como a ACASO RJ – Associação de Comida Artesanal Sobre Rodas ou de parques como a *BotaFood Park* e o *Food Park Carioca*, que acabaram se tornando, não só um espaço para o consumo, mas também para a discussão sobre a regulamentação e a legislação do segmento. Foram também destacados os sindicatos e associações que defendem os seus profissionais.

Indagados sobre o grau de impacto positivo relativo às vantagens obtidas pelos empreendimentos ao participarem de redes do setor, mais da metade dos empreendedores (52%) destacaram como de alto impacto o acesso a pesquisas sobre materiais, tendências e mercados; 100% indicaram como de baixo impacto a facilidade de acesso aos núcleos

e/ou grupos de pesquisa; enquanto 100% reconhece um impacto relativo no que se refere à possibilidade de participação conjunta em rodadas de negócios.

- **Na música**

O envolvimento com atividades colaborativas (formais ou informais) é comum para pouco mais da metade dos empreendedores entrevistados (52,6%). Os 47,4% dos entrevistados que afirmaram não estar envolvidos em atividades colaborativas alegaram os seguintes motivos para a não participação: a falta de interesse, o fato de estarem muito ocupados com as atividades profissionais, a não percepção do retorno em participar de coletivos, o fato de funcionar a pouco tempo e de não terem conhecimento sobre oportunidades dessa natureza, a elevada concorrência e individualismo dos profissionais do setor. Todavia, uma série de coletivos, informais em sua maioria, tem se constituído, no sentido de promover ações conjuntas e parcerias, através de permutas de serviços, dentro de uma economia colaborativa. Os entrevistados destacaram o aumento no número de coletivos culturais na cidade. Muitos músicos e produtores musicais independentes têm buscado nestes coletivos um espaço de encontro, de troca de ideias e de apoio mútuo na realização de projetos. Os coletivos e o trabalho associativo vêm se firmando como possibilidade de enfrentamento das dificuldades, no desenvolvimento de suas atividades profissionais. No entanto, as parcerias estabelecidas nestes coletivos se baseiam muito mais em trocas afetivas e permutas de serviços do que num retorno financeiro efetivo. Os modelos de gestão e/ou auto-gestão são intuitivos e experimentais. Ainda há um certo amadorismo e uma falta de clareza quanto a um modelo de negócio sustentável em termos econômicos e financeiros.

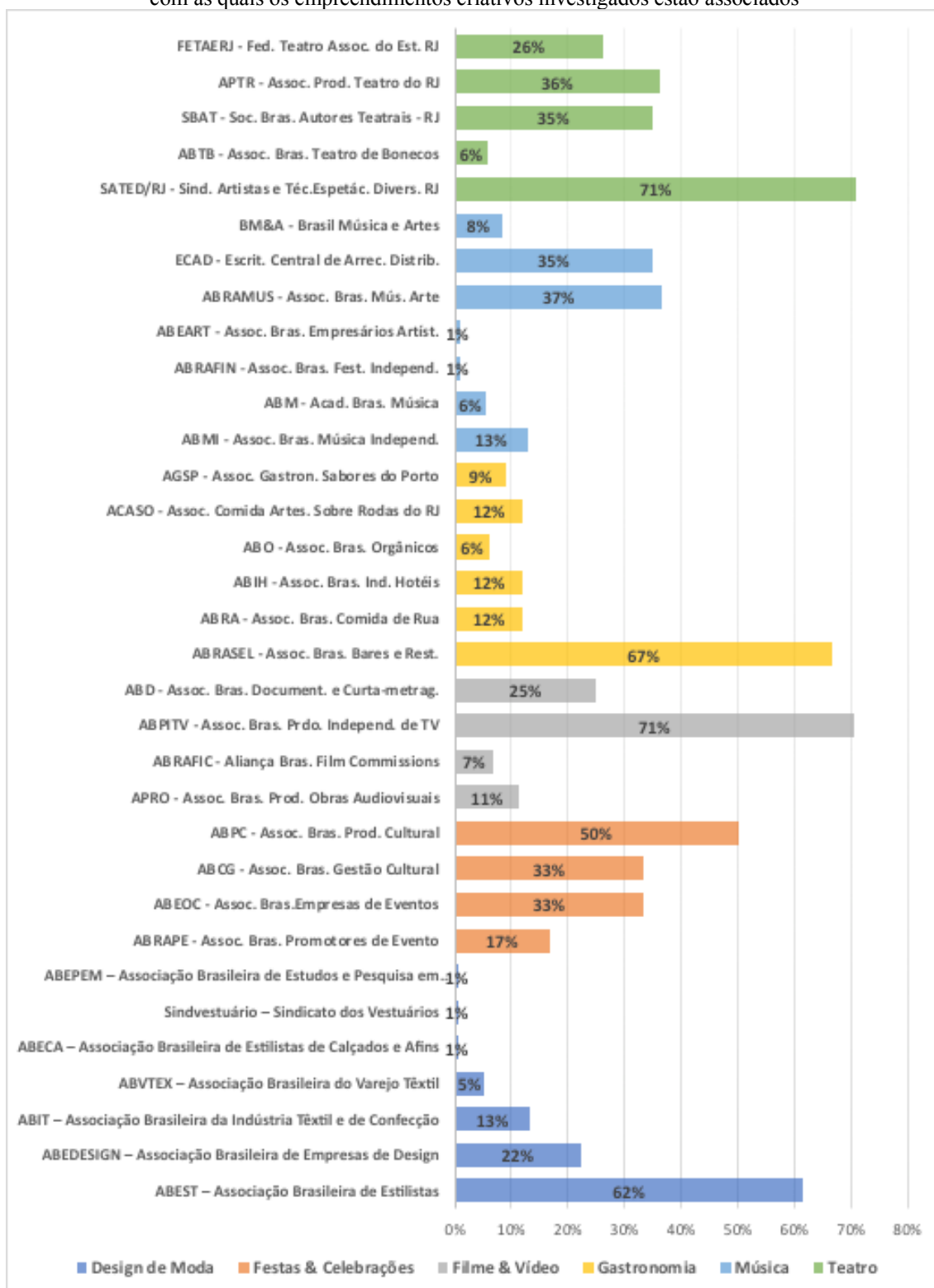
Ao participarem de redes do setor, 100% dos empreendedores consideraram como de alto impacto a participação conjunta em rodadas de negócios e mais de 50% consideram como vantagem a capacitação para profissionais do setor (55,61%) e o acesso a compra de equipamentos (53,55%). Dentre as vantagens consideradas com baixo impacto, 100% dos entrevistados destacaram os programas de apoio e promoção. No que se refere às vantagens com médio impacto, 100% dos empreendedores identificaram a facilidade de acesso às universidades e centros de formação e a facilidade de acesso aos núcleos e /ou grupos de pesquisa em gestão e produção cultural.

- **No teatro**

O envolvimento com atividades colaborativas (formais ou informais) é comum para 85,6% dos empreendedores entrevistados. No entanto, os entrevistados afirmam que parcerias e práticas colaborativas são comuns mas não trazem retorno financeiro no curto prazo, podendo se desdobrar em trabalhos remunerados no futuro. Na visão dos empreendedores, as conexões e parcerias entre empreendimentos ainda estão muito aquém do que poderiam ser, caso houvesse uma cultura cooperativa e uma consciência quanto aos benefícios da construção coletiva. Há pouco compartilhamento de informações entre os agentes do setor, que acabam por se isolar uns dos outros. As escolas e os projetos sociais são identificados como potenciais mobilizadores e catalisadores de redes, observando-se que, tanto os cursos de teatro, quanto os projetos de teatro nas escolas e nas comunidades têm funcionado e assumido esse papel.

É preciso analisar os relacionamentos firmados com as entidades representativas. Em um sistema territorial povoado por múltiplos sistemas produtivos e redes de economia criativa, é natural a existência de uma rede de interesses político-econômico convergentes e divergentes. Diante disso, se estabelece uma rede de instituições representativas, setoriais e de classe, com o intuito de defender interesses comuns associados à regulação de direitos e dinâmicas econômicas. Em tese e na essência, cabe a estas instituições a formulação compartilhada de uma visão estratégica de desenvolvimento aliada à condução de processos participativos consertados junto aos seus representados com vistas ao fortalecimento dos profissionais e dos empreendimentos nos territórios. Na prática, nem sempre isso acontece. A seguir no Gráfico 12, pode ser verificado o conjunto de instituições representativas identificadas pelos pesquisados, de cada um dos setores, como aquelas com as quais mantêm um vínculo formal associativo.

Gráfico 12: Relação das entidades representativas dos setores criativos analisados com as quais os empreendimentos criativos investigados estão associados



Fonte: elaborado pela autora.

Fazendo uma análise macro das relações entre os empreendedores e as instituições representativas de cada um dos setores, constata-se que mais da metade dos respondentes

consideram que as entidades representativas ou não contribuem ou contribuem pouco para o desenvolvimento do setor. As relações de confiança são frágeis e os que ainda se associam o fazem ou por obrigatoriedade ou por conta de situações específicas que os favorecem no desenvolvimento das suas atividades. Neste sentido, podem ser citados dois exemplos: o primeiro refere-se a obrigatoriedade de registro de artistas e técnicos na Delegacia Regional do Trabalho (DRT), via SATED, para atuar profissionalmente na TV, no cinema, no teatro ou na publicidade; o segundo é relativo ao recolhimento de direitos autorais no setor musical, para garantir o recolhimento dos direitos autorais, faz-se o registro junto ao ECAD, que arrecada e repassa os direitos dos usuários de música, e à ABRAMUS, que redistribui a cada um dos titulares.

No design de moda, apenas 30% dos empreendimentos participam destas entidades, com destaque para a Associação Brasileira de Estilistas – ABEST (62%), e a Associação Brasileira de Empresas de Design – ABEDESIGN (22%). No caso de festas & celebrações, o percentual de participação dos empreendimentos também é baixo (32%). Dos que participam, 50% se relacionam com a Associação Brasileira de Produção Cultural – ABPC, 33% com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC e com a Associação Brasileira de Gestão Cultural – ABGC. ABEOC e a AssenRio<sup>79</sup>, segundo os pesquisados, figuram como as principais interlocutoras junto a órgãos públicos municipais, como a Rio Eventos<sup>80</sup>, embora a participação da amostra de empreendimentos criativos investigados seja baixa na primeira e insignificante na segunda. A discussão acerca de projetos de lei, a regulamentação do setor, as maneiras de se flexibilizar entraves burocráticos, a criação de mecanismos de fomento econômico, a capacitação profissional e o levantamentos de dados são pautas constantemente tratadas e debatidas por estas instituições.

No setor de filme & vídeo, do total de empreendimentos analisados, 54% participam de entidades representativas do setor. Dentre estas, merece destaque a Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão com 71%. Como destaques das contribuições destas entidades podem ser citadas: a criação de fóruns e ambientes de discussão (50%), a apresentação de reivindicações comuns (41,5%),

---

<sup>79</sup> Associação de Entretenimento do Rio de Janeiro.

<sup>80</sup> “Empresa municipal, que tem por objetivo captar, incentivar e realizar eventos na cidade do Rio de Janeiro por meio dos mais diversos apoios e incentivos, bem como facilitar a interlocução entre os órgãos da Administração Pública.” (vide: <http://www.rio.rj.gov.br/web/rioeventos/empresa>)

estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica e a identificação de fontes e formas de financiamento (42,5%).

Na gastronomia, do total de empreendimentos analisados, 58,5% participam de entidades representativas do setor. Dentre estas, merece destaque a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL que conta com a participação de 67% dos empreendimentos investigados vinculados a estas entidades. No setor da música, 63% dos empreendimentos investigados participam de entidades representativas do setor, com destaque para a ABRAMUS com 37%, para o ECAD com 35% e para a ABMI com 13%. No caso das duas primeiras instituições, conforme descrito anteriormente, é clara que a participação relaciona-se diretamente com o fato destas organizações atuarem na fiscalização e arrecadação referente aos direitos autorais dos artistas. Como destaques das contribuições das instituições com as quais os empreendimentos mantém vínculo, foram citadas pelos entrevistados: a promoção de ações dirigidas à capacitação tecnológica das organizações (37,1%), o estímulo na percepção de visões de futuro para a ação estratégica (35,8%) e a criação de fóruns e ambientes de discussão (34,9%).

Por último, no setor de teatro, do total de empreendimentos analisados, 53,3% participam de entidades representativas do setor. Dentre estas, merece destaque o SATED/RJ – Sindicato de Artistas e Técnicos de Espetáculos de Diversão do Rio de Janeiro que conta com a participação de 71%, dos entrevistados. A vinculação e o registro no SATED é obrigatório para atores e atrizes que atuam profissionalmente. Como destaques das contribuições das instituições com as quais os empreendimentos mantém vínculo, foram citadas pelos entrevistados: a criação de fóruns e ambientes de discussão (40%), a apresentação de reivindicações comuns (40%), auxílio na definição de objetivos (34,2%).

Em síntese, ainda que mais da metade dos empreendedores entrevistados, de todos os setores investigados, afirmem adotar práticas colaborativas, alguns com maior ou menor impacto em suas dinâmicas econômicas, o que se percebe é que a cultura de colaboração e cooperação ainda é frágil, as redes de confiança não são consolidadas e há ainda muito desconhecimento acerca de modelos de associativos em rede que garantam respostas efetivas e concretas na geração de trabalho e renda, na sustentabilidade dos negócios. Ratificando a afirmação de Bendassoli e Borges-Andrade (2011), a cooperação se dá, preferencialmente, em termos produtivos, mas é frágil enquanto prática associada a processos mais amplos de governança territorial.



Conforme pôde ser verificado no tópico relativo à configuração dos sistemas produtivos e redes econômicas dos setores analisados, dentro de um sistema territorial, os atores constituidores das redes econômicas setoriais privilegiam o conjunto de atividades econômicas a jusante e a montante (MATOS et al., 2015), embora, numa perspectiva mais ampla de ação articulada e cooperada entre os pares, existam experiências colaborativas sendo construídas, importantes para a construção de laços de confiança mas ainda incipientes na articulação de uma governança mobilizadora de múltiplas redes e sistemas produtivos na cidade, que tragam retornos significativos para os empreendimentos. Por fim, percebe-se o quão frágeis estão as relações com entidades representativas em virtude do não reconhecimento dos benefícios efetivos que poderiam ser obtidos e da falta de confiança nos técnicos e profissionais responsáveis por estas entidades.

### **3.2.6. Diversidade cultural e desenvolvimento local**

Fechando a análise de dados deste capítulo, é feito agora um mergulho sobre as questões associadas às relações entre diversidade cultural e desenvolvimento local e regional. A lógica e as dinâmicas das redes econômicas e dos sistemas produtivos de economia criativa descritos anteriormente são, assim, qualificados e trespassados pela dimensão cultural presente no território, são alimentados pela diversidade cultural que se configura como insumo e produto, e que, para além do potencial de inclusão produtiva, gera sociabilidades e processos de inovação. Os desafios do desenvolvimento econômico e da inserção global são, portanto, contornados por comunidades e territórios que reconhecem e valorizam sua diversidade cultural como substrato das suas dinâmicas produtivas e inovativas (MATOS et al., 2017).

Deste modo, partindo-se do ponto de vista dos atores do campo criativo da cidade, são identificadas questões importantes para serem analisadas na perspectiva do potencial cultural e criativo da cidade, da cultura como dimensão constituidora de identidades e de sentimentos de pertença, do valor que agrega dentro de uma produção simbólico-econômica diferenciada e com potencial de geração de oportunidades de desenvolvimento para os empreendedores e os profissionais atuantes nos setores culturais e criativos na cidade.

### 3.2.6.1 Identidades, diversidade e vocação cultural

- Identidades e diversidade cultural

Como uma cidade cosmopolita, o Rio de Janeiro representa o encontro de múltiplos grupos étnicos, de imigrantes provenientes de outros países e de todas as regiões do país. A origem do país, a partir do descobrimento colonizador, está ancorada em três matrizes culturais, a dos povos originários (indígenas), a dos portugueses e a dos povos africanos escravizados. Considerando-se o período entre 1884 e 1933<sup>81</sup>, novos fluxos migratórios aportam ao Brasil com imigrantes estrangeiros provenientes da Alemanha, Espanha, Itália, Japão, Portugal, Síria, Turquia, entre outros. Entre os anos de 1945 a 1959<sup>82</sup>, os maiores fluxos vieram da Alemanha, Espanha, Itália, Portugal e Japão. Rio de Janeiro e São Paulo, como grandes centros econômicos do país, estiveram e estão entre os principais destinos de imigrantes estrangeiros. Os processos migratórios internos foram intensificados a partir dos anos de 1970, dentro do processo de industrialização pelo qual o Brasil passou, resultando num intenso fluxo migratório para as aglomerações metropolitanas. São Paulo e Rio de Janeiro figuraram como principais destinos dos fluxos interestaduais. Considerando-se o quinquênio entre 1995 a 2000, o Quadro 12 a seguir apresenta dados do fluxo migratório interestadual com destino para a aglomeração metropolitana do Rio de Janeiro. Dentre as regiões de origem com maior fluxo para o Rio de Janeiro, a região nordeste se destaca com 57% do fluxo migratório.

---

<sup>81</sup>Estatística de povoamento – imigração por nacionalidade (1884/1933): vide - <https://brasil500anos.ibge.gov.br/estatisticas-do-povoamento/imigracao-por-nacionalidade-1884-1933.html>

<sup>82</sup>Estatística de povoamento – imigração por nacionalidade (1945/1959): vide - <https://brasil500anos.ibge.gov.br/estatisticas-do-povoamento/imigracao-por-nacionalidade-1945-1959.html>

Quadro 12: Origem dos imigrantes interestaduais que tiveram como destino a aglomeração metropolitana do Rio de Janeiro, 1995 a 2000

Regiões/Estados de Origem	Rio de Janeiro
Norte	13.225
NE Setentrional*	16.923
NE Central	99.491
NE Meridional	28.203
Minas	28.415
Espírito Santo	11.930
São Paulo	30.575
Paraná	4.482
Extremo Sul	9.024
Centro-Oeste	12.409
Total	254.677

Fonte: IBGE, Censo demográfico de 2000 (Apud Brito, 2006)

\*Nordeste Setentrional: Maranhã e Piauí; Nordeste Central: Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco e Alagoas; Nordeste Meridional: Sergipe e Bahia; Extremo Sul: Santa Catarina e Rio Grande do Sul

A diversidade cultural presente na cidade é então fruto desta pluralidade étnica e regional, sendo insumo e produto de uma economia criativa pujante em seu potencial mas frágil em sua estrutura. A valorização desta diversidade está presente na produção cultural dos setores criativos que dela se alimentam e nela impactam, ampliando e reconfigurando visões, conceitos e conteúdos culturais. A comunicação e difusão destes conteúdos são entendidas pelos empreendedores como parte de um processo mais amplo que nasce na criação e que segue até o consumo e a fruição cultural junto à população e aos visitantes da cidade. Deste modo, cada um, a seu modo e com a sua linguagem valoriza e salvaguarda a diversidade cultural carioca e brasileira.

Diante de mercados globais associados a uma industrial cultural hegemônica, os setores criativos tem criado alternativas de enfrentamento relacionadas com a prospecção de novos nichos identitários associados às demandas das comunidades, da cidade, do país e de turistas frequentes. Nestes processos de reposicionamento frente às novas oportunidades, são incorporados os avanços de tecnologias que ampliam o acesso a mercados e impactam na criação de novos modelos de negócios. O global e o local interagem numa rede de tensionamentos e reconfigurações entre a cultura de massa e a cultura popular, criando novas heterogeneidades e multiplicando diversidades (SANTOS, 2001).

As relações e conexões da produção cultural e criativa com o lazer e o entretenimento da cidade também é percebida pelos empreendedores como ampliadora de oportunidades de desenvolvimento e crescimento. No setor da música, vale retomar o

exemplo, citado anteriormente (no sub-tópico 3.2.2.5), sobre a iniciativa da Secretaria de Cultura do Estado que junto aos empreendedores do setor tem discutido alternativas de resgate de palcos para a música ao vivo na cidade, ação fundamental para o fortalecimento de mercado da música e do entretenimento. Segundo os entrevistados, não há um circuito musical no Rio de Janeiro. Os públicos das diferentes zonas da cidade desconhecem os artistas locais. Os músicos da Zona Sul não tocam na Baixada Fluminense e vice-versa.

O reconhecimento dos diferentes públicos é fundamental para a construção de uma trajetória profissional para a descoberta de nichos de mercado. Em São Paulo, o Marcelo Jeneci faz shows em todas as zonas da cidade e aparece no Caderno de Cultura dos jornais. No Rio, os artistas não circulam e não são vistos (Informante – Música).

No setor de Festas & Celebrações, segundo os empreendedores pesquisados a vocação da cidade para o festejo e às atividades coletivas é evidente. Não é por acaso que este segmento é tão importante para a economia local, já que é uma das molas propulsoras do turismo, atraindo pessoas de todas as áreas do país e do mundo. Também vale aqui citar novamente a criação da Rede Carioca de Rodas de Samba, espaço fundamental para a música e para as festas de rua no Rio.

A vocação turística da cidade que funciona como uma vitrine para o país é clara para todos mas percebe-se ainda uma série de fragilidades que impedem o Rio de ser o destino turístico-cultural que poderia ser. A cidade construiu uma imagem de cidade cultural e criativa, como espaço de sincretismos entre suas etnias e culturas, como território histórico e cidade essencial na construção do país, mas, conforme pode ser visto nos tópicos anteriores, as estruturas dos empreendimentos, em sua maioria, ainda são muito frágeis, sem capacidade de conseguir reverter a riqueza cultural e simbólica presente na cidade em ativos econômicos que garantam a sustentabilidade dos seus negócios.

No caso da moda, por exemplo, os entrevistados destacaram questões relevantes como a falta de informações para quem visita o Rio e quer conhecer mais de perto a moda carioca, “aquela que está para além dos grandes shoppings da cidade. Não há um catálogo, um site, um ponto central de informações para o turista, que lhe permita encontrar a moda carioca” (Informante – Design de Moda).

Os empreendedores entrevistados reconhecem também as intersetorialidades e transversalidades existentes entre os setores criativos, conforme pôde ser verificado no sub-tópico 3.2.1 deste capítulo. Estes, que já se integram de modo espontâneo, poderiam

ser fortalecidos e potencializados. Todavia, o que se constata é que seu potencial econômico é subestimado. Um outro ponto que merece destaque na fala dos empreendedores é o reconhecimento da sua atividade como promotora de processos de (re)estruturação urbana, fortalecendo sociabilidades, promovendo a inclusão produtiva e a valorização das culturas das minorias.

Produto criado no Brasil, a partir de um referencial brasileiro, tratando de um Brasil particular, o Brasil negro. (Informante – Design de Moda)

Representamos a história da afro-descendência no Brasil, além de ser da cultura da Baixada Fluminense o pagode. (Informante – Festas & Celebrações)  
O funk e a cultura urbana são agentes de diálogo da sociedade e isso contribui para o aumento da diversidade cultural. (Informante – Festas & Celebrações)  
Por meio do forró e do reggae, trazemos musicalidade para as praças do bairro, com envolvimento de gente de todas as idades. (Informante – Festas & Celebrações)

Trabalho com mitos indígenas para discutir questões importantes e, ao mesmo tempo, provocar emoções. (Informante – Filme & Vídeo)  
Produzimos conteúdo que dá suporte a culturas de minoria, incentivo a jovens compositores e músicos, estímulo ao empreendedorismo, evocação da diversidade cultural nos filmes, relacionamento na construção do empreendimento e na relação com a identidade cultural carioca. (Informante – Filme & Vídeo)

O cara da zona sul que sobe o morro para comer no Tabajaras, e o cara da Favela que desce o morro para comer o sanduíche do Uruguai; o cara que toma o sacolé de caipirinha na praia e o cara do centro, que vai até a Pedra do Sal para desfrutar do bom angú. (Informante – Gastronomia)

Acredito que o teatro é uma das armas mais fortes que temos para o fomento da diversidade cultural, como espelho de uma sociedade e como pensamento sobre seu papel como cidadão e ser do mundo. (Informante – Teatro)

Muitos dos entrevistados relacionam as suas atuações no campo a movimentos de resistência de grupos sociais.

O samba é patrimônio cultural do Rio de Janeiro. Respiramos samba. Somos uma roda de resistência cultural. (Informante – Festas & Celebrações)

Somos oriundos de quilombos, onde foi criada a primeira favela do rio de janeiro e fazemos o resgate histórico da região. (Informante – Teatro)

Nosso teatro é voltado para a diversidade cultural. Buscamos sempre a discussão sobre a cultura local, falando de diversidade religiosa, de gênero etc, mas focando principalmente nas questões da mulher negra. (Informante – Teatro)

Os setores criativos investigados são então percebidos pelos entrevistados como agentes de reforço das identidades culturais da cidade, como vetores de oportunização

de negócios, de pacificação de espaços deprimidos e violentos, de incentivo ao encontro de grupos e de segmentos sociais os mais diversos. Neste sentido, a palavra empoderamento foi muito repetida pelos empreendedores entrevistados.

Trabalho com o empoderamento, em especial, das mulheres negras ou que assumem a raiz negra. Tenho, ainda acessórios, afro religiosos. (informante – Design de Moda)

Somos voltadas para a dança, valorizando o *black*, ajudando pessoas da comunidade a se empoderar por meio da dança. (Informante – Festas & Celebrações)

Fazer cinema em regiões periféricas cumpre um papel cultural primordial. (Informante – Filme & Vídeo)

Quando falamos em cena musical, falamos em nichos. (Informante – Música)  
A diversidade cultural dá sustentação criativa aos artistas produzidos. (Informante – Música)

As identidades e a diversidade cultural presentes na cidade são as bases da sua vocação cultural e esta vocação funciona como elemento estruturante para o fortalecimento de um desenvolvimento endógeno no território.

Eu tento traduzir as tendências do mundo da moda para nossa linguagem, ao pé da comunidade e, também, de fazer essa mistura não só do asfalto, mas da comunidade para fora. Eu vendo pra pessoas na feira, para estrangeiros e também para os moradores. Moda é uma forma direta de comunicação. (Informante – Design de Moda)

Trabalhar com a vida noturna por si só já oportuniza uma profusão de repertórios culturais em constante troca. Essa é uma característica que eu busco reforçar na curadoria das atrações. (Informante – Festas & Celebrações)  
Valorizamos o patrimônio histórico material e imaterial da Região Portuária, levando informações a um público abrangente e diverso, ressaltando a importância do bloco para a cultura local. (Informante – Festas & Celebrações)

Trabalho com produtos tipicamente regionais, mostrando nossa diversidade cultural. (Informante – Filme & Vídeo)

Minha atividade expõe a cultura alimentícia de diversas partes do mundo e dá a oportunidade às pessoas de provar comidas que normalmente não provariam no cotidiano. (Informante – Gastronomia)  
Somos uma confeitaria que se utiliza majoritariamente de referências e técnicas da gastronomia francesa, mas mescladas com ingredientes brasileiros. (Informante – Gastronomia)

Lidamos com repertórios musicais de todos os tempos e gêneros. Englobamos origens indígenas, africanas, tanto de compositores populares quanto da música clássica, sem esquecermos as demandas da juventude. (Informante – Música)

O resgate das tradições de Paquetá, dentro do contexto histórico brasileiro, permite oferecer ao público as especificidades locais da ilha, sua fauna, a presença dos índios e a história de seus escravos. (Informante – Teatro)

- Vocação cultural

É significativo o reconhecimento da vocação cultural da cidade do Rio de Janeiro a partir do trabalho de seus empreendedores criativos e produtores culturais. A cidade é a soma das vivências existenciais e econômicas destes atores, é resultado das dinâmicas políticas, sociais, culturais e econômicas de sua população.

Neste sentido, quando inquiridos acerca da sua percepção sobre a vocação cultural presente nos seus produtos, considerando-se traços da cultura brasileira, tradicional e contemporânea, e da cultura global, os pesquisados apontaram para uma cidade preta de uma cultura diversa e plural. Tradicional e contemporânea, brasileira e global, a cidade do Rio de Janeiro se apresenta como um caldeirão de potências e possibilidades culturais e criativas.

Procuo apresentar possibilidades novas, recursos novos. Trabalhar conceitos sobre a cultura brasileira e mundial e, dessa forma, influenciar quem está no meio e fora dele. (Informante – Design de Moda)

Nossas roupas têm uma identidade internacional. Tem casos de turistas que vêm procurar a gente porque amigos de fora do Brasil indicaram. Apesar disso, tem uma marca nacional e carioca muito forte. (Informante – Design de Moda)  
Porque eu uso ícones mundiais e nacionais que, comercialmente, têm um apelo que atinge à necessidade do meu público. (Informante – Design de Moda)

Temos envolvimento com culturas de todo o Brasil, especialmente, com as classes mais desfavorecida, as minorias que resistem e ocupam aquele espaço. Nós misturamos música de todos os lugares do Brasil e do mundo, o que é muito valorizado lá. (Informante – Festas & Celebrações)

É uma produtora sediada no Rio, mas que roda em diversas comunidades e regiões do Brasil, com personagens reais e contemporâneos, chamados personagens ‘fora do eixo’. Produzimos filmes alternativos que apresentam diversas visões de mundo no Brasil. (Informante – Filme & Vídeo)

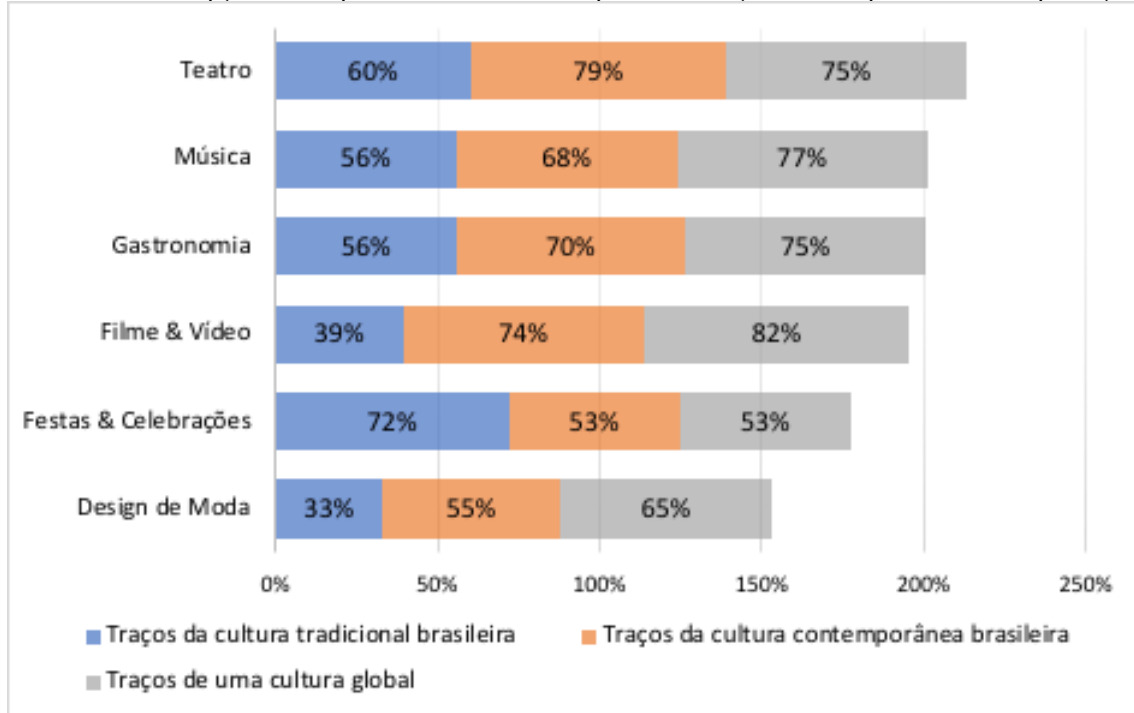
Nos últimos 10 anos, o carioca passou a ter um diferente olhar para a gastronomia, e é a este público que atendo com uma culinária artesanal e de qualidade com referência em outras culturas e países. Uno a culinária italiana, portuguesa e brasileira. (Informante – Gastronomia)

Meu trabalho é um misto de referências muito ligadas à cultura nacional, seja pelas canções de apelo religioso, de manifestação afro religiosa, seja pelos diversos segmentos de música e ritmos, até música pop e ritmos tradicionais como o côco, o maracatu, o baião etc. Mas tudo isso com elementos de *wordmusic*. Embora eu tenha diversas referências de músicas do mundo, minha música é brasileira. (Informante – Música)

Trabalho com autores e personagens brasileiros. Mesmo com projetos com autores estrangeiros ainda assim mantemos o olhar brasileiro. (Informante – Teatro)

De modo complementar às falas, o Gráfico 13 apresenta a percepção da vocação cultural constituidora de cada um dos setores investigados mas também demonstra a soma de todos eles.

Gráfico 13: Percepção dos empreendedores criativos quanto à vocação cultural presente na sua produção



Fonte: elaborado pela autora.

Partindo-se de uma análise conjunta dos setores, verificam-se que traços da cultura contemporânea brasileira e traços da cultura global são dominantes na maioria dos setores. Ainda assim, a cultura tradicional brasileira é muito forte e está presente em mais da metade da produção cultural dos empreendedores entrevistados atuantes no teatro, na música, na gastronomia e nas festas & celebrações. No último caso, os traços culturais tradicionais estão presentes em 72% da produção cultural. As festas & celebrações constituem um patrimônio imaterial muito forte e significativo na cidade. Filme & vídeo e design de moda são os setores que apresentam traços contemporâneos brasileiros e globais como elementos dominantes na sua produção. De qualquer modo, estão claras a mescla e a pluralidade cultural constituidoras da vocação da cidade.



Segundo os pesquisados de design de moda, a moda carioca contribui para a construção dos elementos identitários produtores do “ser carioca”. A leveza, o bom humor, as cores da natureza, a culinária, as ruas e a musicalidade do carioca estão estampados na moda que se faz no Rio de Janeiro. Embora esta moda seja influenciada pela estética europeia, há uma identidade própria que se fortalece cada vez mais.

### **3.2.6.2 Relações e tensionamentos entre valores culturais e de mercado de bens e serviços criativos**

Conforme pôde ser visto anteriormente, a diversidade cultural presente na produção de bens e serviços criativos acaba por criar zonas cinzas de interseção entre os diversos setores, linguagens e gêneros, numa pluralidade de traços culturais que vão do tradicional ao contemporâneo, do local ao global. Dentro deste campo, o debate acerca da importância dos valores culturais e de mercado na produção de bens e serviços culturais e criativos tem se dado de forma recorrente, gerando tensionamentos e divergências sobre o que deve ser priorizado. Entretanto, o que tem se percebido e que pôde ser constatado nesta pesquisa, é que cada vez mais tem havido a busca por um equilíbrio nessas questões. Do ponto de vista dos empreendedores e profissionais criativos, há uma demonstração do reconhecimento da importância de ambos aspectos, embora ainda existam dificuldades concretas no lidar com as dinâmicas de um mercado, impactado historicamente por lógicas hegemônicas e massificadoras, motivo pelo qual o estado tem oferecido, ainda que de modo precário, alternativas de fomento para os setores como alternativa de enfrentamento das possíveis falhas de mercado<sup>83</sup> descritas por Benhamou (2007).

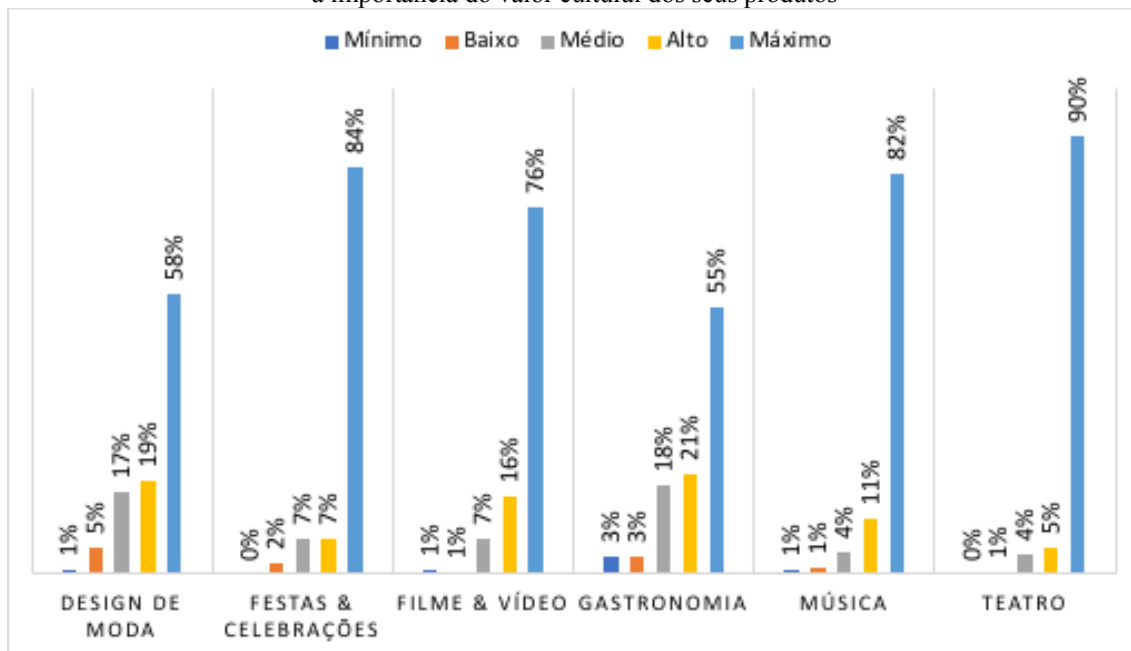
Neste sentido, tanto o valor cultural quanto o valor comercial tem sido perseguidos como forma de garantir tanto a legitimidade e a originalidade da expressão artístico-cultural quanto a possibilidade de acessar dinâmicas econômicas garantidoras da sustentabilidade dos empreendimentos enquanto negócios. Os Gráficos 14 e 15 a seguir demonstram a percepção dos empreendedores entrevistados nesta pesquisa nestes dois

---

<sup>83</sup>As falhas de mercado tem sido usadas como motivos suficientes para a regulação do estado nas atividades econômicas, elas podem resultar tanto da assimetria das informações dentro de uma concorrência imperfeita quanto da incapacidade do mercado de atender a demandas sociais mais amplas para o bem-estar da sociedade (CAMPOS, 2008). No campo cultural, as falhas de mercado são evidentes quando são analisados os direitos e as capacidades efetivas de produção e consumo cultural.

sentidos. Os dados demonstram que para maioria dos empreendedores tanto o valor cultural quanto o comercial são importantes, embora o primeiro supere o segundo.

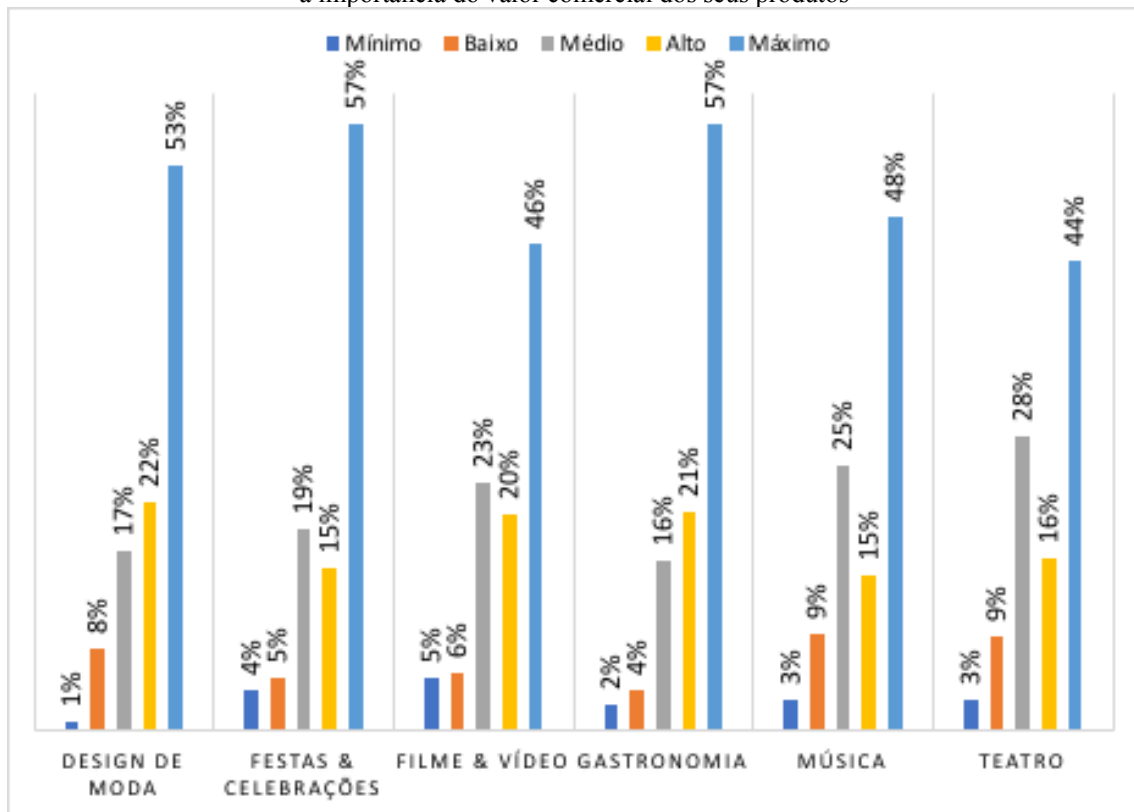
Gráfico 14: Percepção dos empreendedores criativos quanto a importância do valor cultural dos seus produtos



Fonte: elaborado pela autora.

Conforme pode ser constatado no Gráfico anterior, mais da metade dos empreendedores de todos os setores analisados dão importância máxima para o valor cultural dos seus produtos. Destes, destacam-se os setores de teatro (90%), festas & celebrações (84%), música (82%) e filme & vídeo (76%). Como contraponto, o Gráfico 15 a seguir apresenta a percepção destes empreendedores quanto à importância do valor comercial relacionado aos seus produtos. A exceção do setor de gastronomia, onde a importância máxima dada ao valor comercial (57%) supera a importância máxima dada ao valor cultural (55%), em todos os demais setores o valor cultural supera o comercial em importância alta e máxima.

Gráfico 15: Percepção dos empreendedores criativos quanto a importância do valor comercial dos seus produtos



Fonte: elaborado pela autora.

Ainda assim, a média entre a percepção máxima de importância do valor comercial entre todos os setores analisados é de 51%, o que é bastante significativo e aponta para o fato que a dimensão comercial do produto criativo tem sido encarada como um aspecto necessário para a sustentabilidade dos empreendimentos, ainda que seja difícil estabelecer um equilíbrio entre os valores percebidos pelos produtores frente aos consumidores de produtos criativos (MATOS, 2011), considerando-se as subjetividades do campo cultural.

### 3.2.6.3 Sentimento de pertença no território

Por fim, é importante se destacar a força do sentimento de pertença para a construção das identidades nos territórios. O sentimento de pertença é elemento primordial na criação de teias de sociabilidades entre os indivíduos, ele é forjado durante toda a vida das pessoas a partir de vivências familiares, comunitárias e territoriais.

Segundo os empreendedores entrevistados dos seis setores investigados nesta pesquisa, os vínculos afetivos, as práticas culturais e os aprendizados de ofícios

experiência dos no decorrer das suas vidas foram determinantes na constituição dos seus sentimentos de pertença, relacionados a uma determinada cultura, tradicional ou contemporânea, a uma determinada região, a um bairro, a uma comunidade, a uma tribo ou grupo específico, a uma cidade. E esse sentimento de pertença tem impacto e influência direta no seu trabalho, na sua produção cultural.

Os históricos de cada um dos empreendedores são diversos mas tem em comum a influência da família, da escola, da comunidade, da universidade, do bairro ou da cidade, para além de todas as outras experiências vivenciadas. Os aprendizados, as sociabilidades e os afetos vividos na infância e na juventude implicam em escolhas de vida, em trajetórias profissionais. Deste modo, quanto maior o acesso a repertórios e ao consumo cultural, mais estímulos para a criação e para a produção de produtos culturais e criativos originais e diferenciados.

Esse legado, ao mesmo tempo vinculado as vivências familiares e à orientação dos gostos e das práticas culturais, demonstra ser essencial ao sentimento de pertença que caracterizará, posteriormente, sua relação com o seu trabalho e com o que produz.

Venho de família artesã: mãe, tias e avó. Dessas relações carrego a afinidade com o fazer, a sensibilidade com a arte. (Informante – Design de Moda)  
Na minha família sempre houve mulheres que bordavam. Num certo momento, quis fazer dessa prática um negócio. (Informante – Design de Moda)

Meu pai era técnico de som e me levava sempre seu trabalho. Com isso fui criando amor com toda área artística. Hoje eu sou produtor. (Informante – Festas & Celebrações)  
Meus avós eram foliões em Del Castilho. Recebi influência dentro e fora da família, pois meus vizinhos também eram sambistas. (Informante – Festas & Celebrações)

Vivo nesse mundo desde os dois anos. Todos os meus amigos conheci no palco, no teatro e no cinema. (Informante – Filme & Vídeo)  
Meu tio vem do Cinema Novo, e minha convivência com cinema e fotografia vem dessa relação familiar. (Informante – Filme & Vídeo)

Trato a gastronomia como patrimônio, a comida e o respeito pelo seu cozimento, a seleção e a forma de servir são coisas que aprendi com a minha família, com minha avó e minha mãe. (Informante – Gastronomia)

Minha relação com a música se deu quando meu pai me apresentou a um cavaquinho. Comecei a me interessar pelo Samba e por música, tinha 13 anos e a partir daí não parei mais. (Informante – Música)

Cresci no meio artístico. Muitos em minha família trabalham com cultura. Todos consomem cultura, logo a arte tem a ver com todos. (Informante – Teatro)

Muitos dos entrevistados enfatizaram a importância das suas vivências com grupos culturais em bairros, morros, favelas e demais territórios da cidade para o seu êxito profissional e sua relação simbólica com o seu produto cultural e criativo.

A comunidade onde vivo é fonte de inspiração. (Informante - Design de Moda)  
O empreendimento possui uma identidade muito carioca. Além de se perceber que o produto foi feito no Brasil, percebe-se que foi feito no Rio de Janeiro. (Informante - Design de Moda)

Desde novo eu frequentei muitos bailes, por conta de uma tradição familiar musical. Por isso, sou músico e DJ. (Informante – Festas & Celebrações)  
Porque o “Passinho” é muito da comunidade. (Informante – Festas & Celebrações)  
Eu cresci no interior do Rio. Minha formação vem do interior e, quando voltei para a capital, senti falta dessa aproximação. A quermesse traz isso de volta, quando fazemos nós a realizamos no Morro da Conceição. (Informante – Festas & Celebrações)

Comecei a observar a cidade como minha casa, então passei a fazer os curtas imaginando o Rio de Janeiro como ele era, como ele é e como poderia ser. (Informante – Filme & Vídeo)  
Meu trabalho gera, com um olhar de dentro e não estigmatizado, novas narrativas da periferia. Sendo também um documento histórico do seu espaço tempo. (Informante – Filme & Vídeo)

Porque comida em si caracteriza um território e penso que meu trabalho ajuda a disseminar esses territórios. (Informante – Gastronomia)

Tive contato com a cultura *hip hop* aos quatorze. Me envolvi com uma série de atividades que me ajudaram a abrir meus horizontes e a ampliar minhas expectativas. (Informante – Música)

Todos nós somos frutos do teatro da zona oeste e eu acho que isso contribui para a diversidade. Acredito que nós somos multiplicadores de um teatro popular da região. (Informante – Teatro)

Questões ligadas à ancestralidade também foram destacadas como fundamentais para suas subjetividades como artistas ou produtor de cultura. Os territórios emergiram das falas como espaços afetivos, ou seja, espaços que afetaram a trajetória de cada um.

Trabalho com produtos afrodescendentes e afro-religiosos. Sou negra e espírita. Sou feita na umbanda e adepta do candomblé. Trabalho em eventos que giram em torno desta atmosfera. Meus contatos de facebook e meu dia a dia giram em torno da essência do meu trabalho. Sou artesã desde criança e meus produtos são 99% artesanais. (Informante – Design de Moda)  
Meu negócio representa a cultura dos meus ancestrais e a minha própria. (Informante – Design de Moda)

Em síntese, a diversidade e as vocações culturais da cidade são óbvias, a profusão de culturas e identidades que se entrecruzam e estabelecem teias de símbolos e significados estão enraizadas num território onde o global e o local se constituem e se influenciam. Se por um lado, processos homogeneizantes tentam impor lógicas econômicas de mercados globais, movimentos de resistência expressam saberes e fazeres tradicionais que conectam pessoas e geram sociabilidades, criando processos com potencial de inovação (SANTOS, 2011).

Deste modo, as relações entre cultura e desenvolvimento local e regional são retomadas e se fortalecem promovendo autonomias e liberdades, gerando processos e produtos inovadores, gerando novos nichos e oportunidades de trabalho, produzindo externalidades positivas capazes de enfrentar a violência nas periferias, estimulando o protagonismo e a liderança de jovens empreendedores.

### **3.3 Considerações finais**

A pesquisa revela portanto um campo potente na dimensão cultural dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa na cidade, mas frágil ainda nos seus arranjos institucionais, nas suas estruturas organizacionais, nos seus processos de geração de conhecimentos e na criação de laços de confiança para o fortalecimento de processos de articulação, colaboração e de governança territorial.

A partir do caminho trilhado até aqui nesta tese, com a apresentação dos resultados obtidos no campo, verificamos que o debate sobre economia criativa no Brasil, e em países emergentes, merece um olhar profundo sobre quem somos, como nos relacionamos e o que podemos ser. Neste sentido, não há como se pensar em um modelo de desenvolvimento que reproduza modelos econômicos hegemônicos, consolidadores de sistemas legitimadores de relações de dependência; não há como se vislumbrar o desenvolvimento e o fortalecimento da economia criativa do país sem promover e ampliar ambiências favoráveis à criatividade e à inovação, em produtos e processos.

Assim como Furtado (2008) afirmou, a cultura tem um papel crucial e evidente como motor de transformação das relações políticas, sociais e econômicas estabelecidas, a cultura é intrínseca ao desenvolvimento e é base para superação de lógicas consolidadas para a invenção e reinvenção do novo.

No entanto, o estudo, ora apresentado, demonstra o quanto ainda é preciso caminhar nesse sentido. As relações entre a economia da cultura e o restante da economia no país acabam por se estruturar (ou não) sobre o modelo do bem-estar e o modelo competitivo, descritos por Cunningham, Banks e Potts (2008). No primeiro caso, através do subsídio do produto artístico-cultural do país, compensando supostas “falhas de mercado” impedoras do acesso da população à oferta; enquanto no segundo, deixando a produção cultural e criativa sob lógicas e dinâmicas competitivas do mercado. Neste sentido, tanto o modelo do bem-estar não dá conta das demandas do campo, muito maiores do que as capacidades do estado em apoiar; quanto o modelo competitivo, hegemônico, obedece a lógicas de uma indústria de massa promotora de padrões imitativos globais, colocando a produção local e regional relacionada com a diversidade cultural do país num segundo plano.

Nesta perspectiva, os sistemas produtivos e as redes de economia criativa no Rio de Janeiro se desenvolvem de modo precário, dependente e sem condições reais de serem fortalecidos, ainda que funcionem e avancem dentro de movimentos de resistência e de afirmações identitárias. Como uma cidade diversa e cosmopolita, o Rio de Janeiro figura, portanto, com um potencial criativo imenso embora pouco explorado. As desigualdades sociais e econômicas do seu cotidiano se refletem numa economia criativa, onde os pequenos são frágeis, não tem acesso efetivo a fontes de financiamento e carecem de uma infraestrutura de conhecimento, garantidora do desenvolvimento de competências necessárias para o fortalecimento e a inovação de suas atividades em redes econômicas e de conhecimento e em sistemas produtivos que contemplem múltiplos arranjos institucionais.

O discurso do mercado global, com suas lógicas de produtividade num padrão internacional, perde força frente a uma maioria de empreendimentos criativos conectados dentro de dinâmicas econômicas constituídas por atores e agentes, prioritariamente, da cidade e do estado, com potencial de desenvolvimento muito mais efetivo se considerados na perspectiva endógena.

As práticas de governança nos territórios, ainda que ocorram de modo espontâneo, ainda estão muito aquém do que poderiam ser. Apesar de ter sido constatada a adoção de práticas colaborativas, faz-se necessário o fortalecimento de laços de confiança promotores de uma cultura colaborativa e cooperativa que vá além de processos operacionais relacionados a projetos específicos mas que influenciem no desenho de

novas lógicas de mercado e de novos modelos de negócios. A incorporação do uso das tecnologias digitais nas práticas organizacionais é evidente e tem ampliado possibilidades para o desenvolvimento dos negócios, no entanto, estão claras as dificuldades no manejo destas mesmas tecnologias para o desenvolvimento de estratégias de monetização e sustentabilidade dos empreendimentos.

O Rio de Janeiro concentra uma rede de instituições, voltadas para os setores criativos, muito diversa e consistente mas as múltiplas associações possíveis, em arranjos concertados para o desenvolvimento da economia criativa na cidade, são pouco efetivas ou inexistentes. Além disso, há um desconhecimento generalizado sobre a realidade concreta destes setores, identificando suas fragilidades e potencialidades.

Analisando-se os empreendimentos criativos e as dinâmicas constituidoras dos seus sistemas produtivos e das suas redes econômicas na cidade, constata-se a força econômica de uma produção simbólica plural, diversa e geradora de um valor agregado diferenciado tanto para o mercado nacional quanto internacional. Ao mesmo tempo, para além disso, percebe-se o papel de uma economia promotora de sociabilidades e tessituras de apropriação do território. Neste sentido, a diversidade cultural emerge como matriz e resultado dos processos de criação e reinvenção dos espaços, o sentimento de pertença fortalece as identidades construídas e promove empatias, solidariedades, encontros e transformações, constituindo um elemento de base para todas as formas de socialização e convívio em comunidade, sendo, portanto, base para o desenvolvimento.

Buscando oferecer respostas às implicações normativas que podem ser derivadas deste estudo, o capítulo a seguir apresentará uma reflexão sobre o histórico das políticas públicas de economia criativa formuladas e implementadas no Brasil, avançando para uma análise e uma proposição de um modelo de articulação e coordenação de políticas em rede. Nesta perspectiva, será feita uma reflexão sobre as fragilidades, as limitações e as potencialidades do estado, diante de um campo complexo e sistêmico que demanda uma atuação sistêmica e integrada de arranjos institucionais articulados.



## **Capítulo 4. Políticas públicas de economia criativa e estado-rede: a proposição de um modelo de fortalecimento de sistemas produtivos e redes de economia criativa**

No Capítulo 1 desta tese, a temática da economia criativa foi introduzida a partir de uma reflexão sobre concepções conceituais e escopos setoriais dentro de um amplo debate internacional. Esta reflexão se desdobrou numa análise que buscou diferenciar aspectos de uma economia relacionada a processos históricos de desenvolvimento em países desenvolvidos frente a aspectos estruturais associados a países em desenvolvimento. Mais adiante, os sistemas produtivos e as redes de economia criativa (SPREC) foram colocados no centro de uma discussão voltada para processos de desenvolvimento e inovação nos territórios na perspectiva endógena. Este capítulo teórico foi então finalizado por um debate voltado para políticas públicas, processos participativos e capacidades estatais na construção de um estado-rede. No Capítulo 3, foram apresentados e analisados os resultados da pesquisa de campo que permitiu um aprofundamento acerca configuração dos SPREC na cidade do Rio de Janeiro, verificando e refletindo sobre aspectos estruturais dos empreendimentos criativos, sobre redes econômicas e de conhecimento, sobre práticas de colaboração e cooperação, sobre arranjos institucionais e questões associadas a dimensão simbólica de uma economia fortemente ancorada na diversidade cultural e com externalidades geradas para além da geração de trabalho e renda. O Capítulo 4, ora apresentado, decorre, portanto, desta análise e se propõe a avaliar as políticas públicas existentes, aprofundando esta discussão a partir do referencial de estado-rede.

### **4.1 Políticas públicas de economia criativa no mundo: a inauguração de um processo**

Como política pública de estado, a temática da economia criativa nasceu na Austrália com o conceito *Creative Nation* (Nação Criativa) presente na declaração do primeiro-ministro australiano, Paul Keating, em 1994. Antes de sua eleição, Keating já havia demonstrado interesse em apoiar e fomentar a criatividade e a cultura nacional, como forma de combater os problemas que surgiam no país relativos à perda da sua

identidade cultural no início dos anos 1990.

O governo buscou então promover a cultura e as artes Australianas, preservar sua história e patrimônios culturais e incentivar a criação e a expressão cultural de seu povo, reforçando sua dimensão econômica como estratégia de desenvolvimento. Como disse Keating,

Esta política cultural é também uma política econômica. Cultura gera riqueza. Em geral, nossas indústrias culturais geram 13 bilhões de dólares por ano. Cultura emprega. Cerca de 336.000 Australianos são empregados em indústrias relacionadas à cultura. Cultura agrega valor, é uma contribuição essencial para a inovação. É um símbolo de nossa indústria. O nível da nossa criatividade determina substancialmente a nossa capacidade de adaptação a novos imperativos econômicos. É uma exportação valiosa em si mesma e um acompanhamento essencial para a exportação de outras mercadorias. Atrai turistas e estudantes. É essencial para o nosso sucesso econômico (AUSTRALIA, 2011, tradução nossa).

O papel da política *Creative Nation* se expandiu e se consolidou no país e entre 1994-95, através do Departamento de Comunicações e Artes, as despesas diretas para essa nova economia foram estimadas em mais de um bilhão de dólares. Este financiamento foi concedido por meio do orçamento de múltiplas pastas, incluindo Relações Exteriores, Comércio, Educação, Emprego, Meio Ambiente, Esporte e Territórios, além, é claro, do próprio Gabinete do primeiro-ministro.

Os objetivos pretendidos com esta política de desenvolvimento recaiam em cinco categorias principais: nutrir a criatividade e a excelência; permitir que todos os Australianos desfrutassem do maior número possível de experiências culturais; preservar o patrimônio da Austrália; promover a expressão da identidade cultural da Austrália, incluindo a sua grande diversidade; e promover o desenvolvimento sustentável e as indústrias criativas, incluindo as que evoluem com o surgimento de novas tecnologias.

O conceito *Creative Nation* obteve repercussão entre os meios acadêmicos e econômicos do mundo e acabou alcançando o Reino Unido que, através do manifesto pré-eleitoral de 1997 do programa de renovação do Partido Trabalhista inglês (*New Labour*), identificou as *indústrias criativas* como um campo particular da economia a ser reconhecido e fomentado com políticas públicas específicas que potencializassem o seu expressivo ritmo de crescimento.

Na gestão do Primeiro-Ministro Gordon Brown, no período entre 2007 e 2010, foi criada a Secretaria de Indústrias Criativas e Turismo no âmbito do Ministério da Cultura, Mídia e Desporto. O Programa de Economia Criativa desta Secretaria se baseou

essencialmente nos seguintes eixos: por em evidência os setores criativos com maiores taxas de crescimento e diferenciações mais claras entre objetivos econômicos e culturais; criar “Centros de Excelência” em criatividade e inovação em todas as regiões do Reino Unido; e, por último, analisar o marco legal da propriedade intelectual e seu impacto nos interesses divergentes da iniciativa privada e da sociedade em questões relacionadas à proteção e ao acesso. Enquanto, de um lado, observa-se um gerenciamento crescente dos direitos digitais e das medidas de proteção técnica da propriedade intelectual contra formas mais fáceis de acesso e utilização de conteúdo digital; de outro lado, há o interesse público em promover maior e melhor acesso a este conteúdo digital.

Para John Howkins (2013), especialista britânico neste campo, a definição de economia criativa tem relação estreita com o reconhecimento do valor comercial gerado a partir dos direitos de propriedade intelectual relacionados a bens e serviços criativos, sejam direitos autorais, de patentes, de marcas ou de desenhos industriais. O autor defende que produtos (bens e serviços) criativos, resultantes da criatividade e do talento de indivíduos, são produzidos há muito tempo, mas que o seu reconhecimento como estratégicos para o desenvolvimento de países desenvolvidos e em desenvolvimento é recente. Deste modo, o valor e as implicações comerciais e econômicas dos setores criativos repercutem diretamente na geração de trabalho e renda, na ampliação de mercados exportadores e, por conseguinte, na geração de riquezas efetivas para as nações. As formulações teóricas neo-schumpeterianas ratificam, qualificam e aprofundam esse debate a partir do reconhecimento da criatividade e da inventividade como elemento central da dinâmica econômica.

Conforme descrito até aqui, a Austrália e o Reino Unido inauguraram a implementação de políticas públicas de economia criativa, como vetor estratégico para o seu desenvolvimento, e foram portanto inspiradores para o desenvolvimento de políticas em outros países, servindo como referência para políticas formuladas e implementadas por todo o mundo, em países como a Nova Zelândia, Cingapura, Coreia do Sul, China e Índia (MIGUEZ, 2007).

Da experiência britânica, merece destaque a atuação do *British Council*<sup>84</sup> através do desenvolvimento de programas e consultorias voltados para a disseminação da temática, por meio da formação de empreendedores e do fomento a empreendimentos criativos junto a países asiáticos, africanos, latino-americanos e do leste europeu

---

<sup>84</sup>*British Council – Creative Economy*: vide - <https://creativeeconomy.britishcouncil.org>

(MIGUEZ, 2007). No entanto, é importante frisar, conforme já destacado no Capítulo 1, o impacto negativo dos processos de importação de modelos de países desenvolvidos para países em desenvolvimento. A lógica das dinâmicas econômicas próprias aos primeiros acaba por não considerar aspectos históricos, culturais e políticos dos segundos, fazendo com que a replicação de políticas e práticas ampliem desigualdades sociais e fortaleçam processos de dependência cultural e econômica. Neste sentido, cabe aos países em desenvolvimento a reformulação destes modelos e a utilização de suas referências com capacidade crítica, readequando, reajustando, criando e desenvolvendo modelos próprios às suas realidades e especificidades.

Na África, no ano de 2005, foi aprovado na Conferência da União Africana de Ministros de Cultura o Plano de Ação de Nairóbi para as Indústrias Culturais na África<sup>85</sup>, um documento ancorado em estratégias de fortalecimento das indústrias culturais africanas com vistas a mitigar a pobreza e promover o desenvolvimento sustentável dos países do continente. Um marco no debate para a implementação de políticas públicas de economia criativa no continente Africano é a Carta de Nairóbi para o Renascimento Cultural da África,

endossada pelos chefes de estado e governo da União Africana (UA) (5ª Sessão Ordinária, Cartum, 2006), que confirma os princípios básicos da Carta Cultural para a África de 1976 e enfatiza a necessidade de integração de objetivos culturais, isto é, a proteção e promoção das artes e da criatividade, em estratégias de desenvolvimento. (KOVÁCS, 2008, p.96)

Desde então, muitas iniciativas foram desenvolvidas neste sentido, tendo na África do Sul um ator importante no continente na implantação de políticas que incluíram a economia criativa em sua estratégia de desenvolvimento (MELEIRO; FONSECA, 2012). Mais recentemente, no ano de 2015, o Ministério da Cultura de Cabo Verde lançou o Plano Cabo Verde Criativo numa proposta de desenvolvimento para as economias criativas do país. Nas palavras do então Ministro da Cultura Mario Lucio,

a Cultura, que era apenas encarada como arte, lazer e entretenimento, já serve de base à Economia de vários países e está a tornar competitivos as pequenas economias à escala mundial. E também se desponta como a maior arma de defesa, o maior factor da paz e da estabilidade, o mais sustentável de todos os pilares de desenvolvimento, o meio mais eficaz de integração social, a plataforma ideal de negociações, a medida exacta da potência de cada um. De modo discreto, a Cultura vem dando os seus passos justos, como um antigo saber que renasce das cinzas onde a chama nunca se apagou. Antes, o exótico

---

<sup>85</sup>*Nairobi Plan of Action for Cultural Industries in Africa*: vide - [http://ocpa.irmo.hr/resources/docs/AU\\_POA\\_Industries\\_2005-en.pdf](http://ocpa.irmo.hr/resources/docs/AU_POA_Industries_2005-en.pdf)

era aquilo que os outros queriam ver. Hoje, o genuíno é aquilo que nós temos para mostrar. A partir daí, pequenas empresas, mas em rede, podem exportar as suas produções como bens *created in* Cabo Verde (mais do que *made in*), o *created in* leva um legado histórico, um saber fazer de gerações, uma alma partilhada que a máquina desconhece e ainda bem). O Imaterial é o nosso valor maior. (MCCV, 2015)

Na América Latina, a temática vem ocupando espaços importantes no campo das políticas públicas, mobilizando *policy makers* dos diversos países junto a instituições e organismos internacionais como: o Convênio Andrés Bello, a Organização dos Estados Americanos (OEA), a Organização dos Estados Iberoamericanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), o Centro Regional para a Promoção de Livros na América Latina e Caribe (CERLALC), o PNUD, a UNESCO e a UNCTAD (MELEIRO; FONSECA, 2012). Argentina, México, Colômbia, Chile e Brasil tem se destacado com iniciativas bastante relevantes, seja pelo investimento no fortalecimento de setores criativos identificados como prioritários (audiovisual na Argentina), seja por meio do investimento em territórios associados ao desenvolvimento de *clusters* (cidade gastronômica de Popayanna Colômbia) ou através do investimento em tecnologias e na cultura digital (Programa E-Cultura que conecta uma rede de instituições e agentes culturais no México).

Chama atenção o Plano Nacional de Fomento à Economia Criativa<sup>86</sup> elaborado pelo governo do Chile e lançado em maio de 2017. Acreditando na força de uma economia que corresponde a 2,2% do PIB do país, a Presidenta Michelle Bachelet decidiu por assumir a arte, a cultura e a criatividade como vetores de desenvolvimento humano e econômico do país. Para isso, criou em março de 2015 um Comitê Interministerial composto pelo Conselho Nacional da Cultura e das Artes e pelos Ministérios da Economia, das Relações Exteriores, da Educação, do Desenvolvimento Social, do Trabalho e da Seguridade Social, da Agricultura, do Interior e da Segurança Pública e da Fazenda. A liderança do processo de articulação interinstitucional do Comitê ficou a cargo da Secretaria da Economia Criativa do Conselho Nacional da Cultura e das Artes. O debate desenvolvido junto às mesas técnicas compostas pela parceria abordaram temáticas relacionadas aos temas: emprego, internacionalização, conhecimento e fomento. “O Plano favorece o ecossistema de fontes de financiamento e instâncias de

---

<sup>86</sup>*Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa* – vide: <http://www.cultura.gob.cl/publicaciones/plan-nacional-de-fomento-a-la-economia-creativa/>.

mercado, promovendo o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos criativos” (GOBIERNO CHILE, 2015, tradução nossa).

No tópico a seguir, será feito um breve histórico sobre as políticas públicas de economia criativa no Brasil com uma introdução sintética sobre as políticas públicas de cultura no país.

#### **4.2 Políticas públicas de economia criativa no Brasil: um breve histórico**

A inauguração da institucionalização de políticas culturais no Brasil vem da década de 1930. De um lado, Mario de Andrade (1935 a 1938) à frente do Departamento de Cultura da cidade de São Paulo; de outro, Gustavo Capanema (1934 a 1945) à frente do Ministério da Educação e Saúde (RUBIM, 2007). O primeiro contribuiu inaugurando um pensamento sobre cultura para além das belas artes, desenvolvendo ações sistemáticas de valorização e preservação do patrimônio; o segundo foi responsável pela formulação e implementações de políticas de cultura no plano nacional e pela criação de organizações culturais relevantes, ao mesmo tempo em que atuava como instrumento da repressão e da cooptação da ditadura Vargas. Entre 1945 e 1964, fora a institucionalização do Ministério da Educação e Cultura (1953) e de outras instituições de algum modo relacionadas com o campo cultural, muito pouco se avançou em termos de políticas culturais, entrando o país em mais um período de autoritarismo (1964), onde as políticas formuladas e desenvolvidas se associavam ao aparelho repressivo da ditadura.

Com o processo de redemocratização em 1985, o Ministério da Cultura (MinC) é criado. Em 1986, Celso Furtado<sup>87</sup>, a convite do então presidente José Sarney, depois de longo período de exílio, aceita assumir a pasta com a missão de dar forma e institucionalidade às políticas de cultura do país. Com apoio de artistas e economistas, Furtado propõe um Ministério da Cultura “capaz de atuar como elemento integrador, de inclusão social, capaz de dar voz à diversidade cultural em âmbito nacional, inclusive àquelas manifestações culturais que se restringiam a pequenos grupos”(MAGALHÃES, 2012, p. 179).

---

<sup>87</sup>Depois das curtas passagens dos ministros José Aparecido de Oliveira (março a maio de 1985) e Aluísio Pimenta (maio de 1985 a fevereiro de 1986).

Coube a ele, também, a integração de múltiplas instituições e organizações culturais fundadas antes da criação<sup>88</sup> do Ministério e não necessariamente relacionadas institucionalmente com o antigo MEC. Em pouco mais de dois anos como ministro, buscou imprimir sua visão de planejamento e gestão, valorizar os profissionais de carreira do Ministério e formular políticas que tratassem de temáticas associadas tanto à preservação da diversidade cultural quanto ao fortalecimento de mecanismos de fomento da produção artístico-cultural (MAGALHÃES, 2012). Foi na sua gestão, a criação da primeira lei federal de incentivo à cultura. Segundo Leitão (2016, p.319), Furtado trouxe ao MinC reflexões importantes sobre cultura e desenvolvimento, dentro de uma visão transdisciplinar, “assim como suas advertências relativas ao papel do Estado diante das indústrias culturais, consumo de massa e da homogeneização de produtos culturais”.

Após sua saída do Ministério, só no governo Sarney assumiram mais dois ministros da cultura. No governo Collor, ocorreram grandes retrocessos. O MinC foi extinto e seu escopo institucional foi reduzido para o status de Secretaria de Cultura, seguido de um desmonte de diversos órgãos que impactaram negativamente o campo cultural brasileiro (RUBIM, 2007). O Ministério da Cultura foi então retomado institucionalmente somente em 1992 no governo Itamar Franco, assim como outras organizações vinculadas, como no caso da Funarte. Dentro do projeto neoliberal do governo Fernando Henrique Cardoso, o ministro da cultura Francisco Weffort conduz a pasta liderando a construção de uma política cultural baseada essencialmente num processo de identificação entre estado e mercado. A frase “a cultura é um bom negócio” foi assumida como mote para uma política fortemente baseada na lógica do financiamento vinculado à lei federal de incentivo à cultura, neste momento já sob à alcunha de Lei Rouanet<sup>89</sup>.

Dando um salto para o governo Lula (2003 a 2010), Gilberto Gil assume o Ministério da Cultura em 2003 e funda uma atuação política baseada num conceito tripartite de cultura. Nesta perspectiva, três dimensões são consideradas: a dimensão simbólica, a dimensão cidadã e a dimensão econômica. Este redimensionamento conceitual repercutiu diretamente na formulação e no desenvolvimento de políticas

---

<sup>88</sup>Muitas no período da ditadura militar, a exemplo da (RUBIN, 2007, p.106): “Fundação Nacional das Artes (1975), Centro Nacional de Referência Cultural (1975), Conselho Nacional de Cinema (1976), Radiobrás (1976), Fundação Pró-Memória (1979)”.

<sup>89</sup>Sérgio Paulo Rouanet foi Secretário Nacional de Cultura (de março de 1991 a outubro de 1992) no governo de Fernando Collor de Melo, sendo responsável pela revisão da antiga Lei Sarney.

públicas articuladas e construídas com a participação da sociedade civil, o que garantiu a elaboração de um Plano Nacional de Cultura (PNC) consistente com as demandas do campo cultural. O PNC funcionou como documento-base da ação política de uma gestão legitimada pela sociedade, sendo estruturado como “um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias, ações e metas que orientam o poder público na formulação de políticas culturais”.<sup>90</sup> A seguir, pode-se verificar algumas das conquistas representativas deste reposicionamento do MinC e do seu papel de formulação de políticas públicas neste período: de 2003 a 2008 (gestão Gilberto Gil), houve um intenso processo de articulação política e de participação social<sup>91</sup> que se deu por meio da realização de seminários, da instalação de câmaras setoriais, da realização da primeira da 1ª Conferência Nacional de Cultura, precedida por conferências regionais, estaduais e municipais, da criação do Programa Cultura Viva<sup>92</sup> e da criação do Conselho Nacional de Política Cultural; de 2009 a 2010 (gestão Juca Ferreira), destacam-se a realização da 2ª Conferência Nacional de Cultura e a aprovação da Lei do Plano Nacional de Cultura (PNC)<sup>93</sup> no Congresso Nacional.

Durante este mesmo período, de modo lento e gradual, a dimensão econômica da cultura, para além da Estratégia 4 do PNC – “Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável”, foi ganhando força e espaço dentro do debate sobre políticas públicas de cultura para o desenvolvimento. A temática da economia criativa chega ao Brasil em 2004, com a realização da XI UNCTAD em São Paulo, a partir de um painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento. Todavia, a institucionalização de políticas públicas nacionais neste campo somente se concretizou no Ministério da Cultura (MinC) quando da criação do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura em 2006;

---

<sup>90</sup>Vide: <http://pnc.cultura.gov.br/entenda-o-plano/>

<sup>91</sup> Vide: <http://pnc.cultura.gov.br/historico/>

<sup>92</sup>“Criado em 2004, o Programa Cultura Viva tem como base a parceria da União, Estados, Distrito Federal e Municípios com a sociedade civil, no campo da cultura. O Programa Cultura Viva visa a ampliação do acesso da população aos meios de produção, circulação e fruição cultural por meio do fomento e parceria com entidades/grupos/coletivos artísticos e de outros campos da expressão cultural. O programa tem como princípios: o estímulo ao protagonismo social na elaboração e na gestão das políticas públicas da cultura; a gestão pública compartilhada e participativa, amparada em mecanismos democráticos de diálogo com a sociedade civil; a construção de novos valores de cooperação e solidariedade, promovendo a cultura de Paz e a defesa dos Direitos Humanos. [...] O objetivo é apoiar as iniciativas culturais para seu fortalecimento e articulação em rede, para que estas ampliem sua capacidade de captação de recursos de outras fontes, públicas e/ou provadas” (Vide: [http://www.cultura.gov.br/cidadaniaeiversidade/programas/-/asset\\_publisher/rcU9JEoAYanL/document/id/1068554](http://www.cultura.gov.br/cidadaniaeiversidade/programas/-/asset_publisher/rcU9JEoAYanL/document/id/1068554)).

<sup>93</sup>Instituído pela Lei 12.243 de 02/12/2010.



seguido da criação da Coordenação Geral de Economia da Cultura e Estudos Culturais, dentro da Secretaria de Políticas Culturais (SPC), em 2009 (BRASIL, 2016); para chegar ao seu ápice, com um *locus* institucional mais efetivo, por meio da criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), oficializada em 2012 (BRASIL, 2013) dentro da gestão da Ministra Ana de Hollanda.

No processo de institucionalização da SEC, o conceito de economia criativa, formulado como ponto de partida para a elaboração de políticas públicas nacionais desta Secretaria, não considerou em sua centralidade questões relacionadas à propriedade intelectual mas enfatizou aspectos associados às dinâmicas dos ciclos econômicos próprios dos setores culturais e criativos. Deste modo, a economia criativa foi concebida como (BRASIL, 2011, p.23): “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 de sua dimensão simbólica”. Para além deste conceito, procurou-se qualificar o processo de formulação de políticas públicas de economia criativa no Brasil a partir dos seguintes princípios norteadores (BRASIL, 2011):

- **Diversidade Cultural** – Valorizar, proteger e promover a diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento.
- **Sustentabilidade** – Promover o desenvolvimento do território e de seus habitantes garantindo a sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica.
- **Inovação** – Fomentar práticas de inovação em todos os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais.
- **Inclusão social** – Garantir a inclusão integral de segmentos da população em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e de criação e desenvolvimento de empreendimentos criativos.

De modo complementar, com o objetivo de mitigar os principais problemas bloqueadores do desenvolvimento da economia criativa brasileira, a SEC identificou no seu planejamento estratégico cinco problemas e desafios a serem enfrentados:

Quadro 13: Problemas identificados e os consequentes desafios da economia criativa no Brasil

<b>PROBLEMAS</b>	<b>DESAFIOS</b>
<b>Ausência de informações</b> , dados e de análises produzidos e sistematizados.	<b>Levantar, sistematizar e monitorar</b> as informações e dados sobre a Economia Criativa para a formulação de políticas públicas.
<b>Modelos de negócios precários e inadequados</b> frente aos desafios dos empreendimentos criativos; <b>baixa disponibilidade e/ou inadequação de linhas de crédito</b> para financiamento das atividades dos setores criativos.	<b>Fomentar a sustentabilidade</b> de empreendimentos criativos para fortalecer sua competitividade e a geração de emprego e renda.
<b>Baixa oferta de formação</b> em todos os níveis (técnico, profissionalizante e superior) para os setores criativos.	<b>Formar gestores e profissionais</b> para os setores criativos com vistas a qualificar os empreendimentos, bens e serviços.
<b>Baixa institucionalidade da Economia Criativa</b> nos Planos Municipais e Estaduais de Desenvolvimento, o que enfraquece a dinamização dos ciclos econômicos dos setores criativos.	<b>Ampliar a institucionalização da Economia Criativa</b> nos territórios visando ao desenvolvimento local e regional.
<b>Ausência, insuficiência e desatualização de marcos legais</b> e infralegais para o desenvolvimento dos setores criativos.	<b>Criar e adequar marcos legais</b> para o fortalecimento dos setores criativos.

Fonte: BRASIL (2011)

Os projetos e ações estruturados e desenvolvidos pela SEC a partir do seu Plano Estratégico foram então pautados por esses desafios a luz dos princípios norteadores de suas políticas, citados anteriormente. O Plano da SEC foi fruto de um processo de planejamento compartilhado e articulado junto a múltiplos atores e instituições: especialistas do campo das políticas culturais e de desenvolvimento, juristas, representantes das demais secretarias e organizações vinculadas do MinC, representantes de ministérios, agências de fomento e desenvolvimento, órgãos internacionais bilaterais e multilaterais, institutos de pesquisa, governos estaduais e municipais, além, é claro, de representantes dos setores culturais e criativos (BRASIL, 2011). Junto a cada um destes atores, foram identificados programas e projetos em curso, associados a temática da economia criativa, o que evidenciou a transversalidade do tema e apontou para que se avançasse na efetivação de parcerias interinstitucionais.

Estava claro, portanto, que a pauta incluía múltiplos setores e pastas que formulavam políticas, mesmo que não o soubessem, com impacto na economia criativa brasileira. O isolamento destas pastas provocava a fragmentação e a pulverização de programas, projetos e ações, desperdiçando sinergias. A transversalidade da temática se por um lado se configurava como uma oportunidade para a aproximação e integração destas pastas e setores dos governos, por outro acabava por se tornar uma ameaça para sua consolidação pois o que era de todos poderia não ser de ninguém.

Diante disso, a então Secretária da Economia Criativa, Cláudia Leitão, apresentou à Ministra Ana de Hollanda a ideia de se propor um Plano de Governo para Presidenta Dilma Rousseff que, junto ao Plano Brasil Maior e ao Plano Brasil sem Miséria, fortaleceria as bases de um processo de desenvolvimento, pautado pela economia criativa. A proposta do Plano Brasil Criativo (PBC), como um Plano integrador de políticas interministeriais para a economia criativa brasileira, foi apresentada à presidenta que a aprovou, indicando como próximo passo uma reunião com a equipe da Casa Civil para estruturação do processo de construção do Plano junto à esplanada. O PBC foi então elaborado, tendo à frente a equipe da SEC em parceria com a Casa Civil, durante o período de setembro de 2011 a novembro de 2012. Em setembro de 2012, a Ministra Ana de Hollanda foi substituída pela então Senadora Marta Suplicy que ao tomar conhecimento do PBC e ao recebê-lo concluído em novembro, optou por não implementá-lo (LEITÃO, 2016). Ainda que o PBC tenha passado por todo esse processo de construção, a sua efetivação dependia do interesse da Ministra de inclui-lo como pauta prioritária da sua agenda política. O Plano só seguiria se a Ministra o encabeçasse junto a Casa Civil, entregando-o oficialmente e liderando o processo de articulação para a efetivação do mesmo junto aos ministros-pares essenciais para a implementação desta política, o que não ocorreu.

Ainda assim, a equipe responsável pela gestão da SEC deu continuidade ao seu trabalho, no intuito de garantir as bases institucionais para consolidação da temática no âmbito federal. A tarefa de articular, intermediar e dar a compreender aos governos estaduais e municipais, assim como ao campo cultural e à população brasileira, se manteve num esforço continuado com a finalidade de, num futuro próximo, alavancar investimentos de médio e longo prazos para a implantação de políticas com impacto efetivo e significativo no campo cultural e criativo brasileiro. Este ato contínuo foi interrompido com a substituição da equipe gestora da SEC, posto que a ministra Marta Suplicy almejava um redirecionamento das bases das políticas desenvolvidas pela Secretaria, longe das previstas no seu Plano Estratégico inicial.

Mais à frente, no final de 2014, a ministra Marta Suplicy pede demissão do MinC. Dentro do governo, a relação entre a ex-ministra e a presidenta Dilma Rousseff já vinha passando por uma série de desgastes<sup>94</sup> fruto de uma articulação política, encabeçada por

---

<sup>94</sup>Vide: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/11/marta-suplicy-entrega-carta-de-demissao-ao-palacio-do-planalto.html>

Suplicy, contra a reeleição da presidenta num movimento denominado como “Volta, Lula”. Em janeiro de 2015, Juca Ferreira retorna ao ministério. Neste mesmo ano, Ferreira decide pela extinção da SEC com a justificativa de que sua extinção não implicaria na exclusão da temática das políticas do Ministério. O discurso defendido pelo ministro e pela sua equipe era de que a temática ganharia força, em termos políticos, já que seria tratada de modo transversal às demais Secretarias e organizações vinculadas do MinC. Porém, o que se percebeu na prática foi que a desarticulação institucional da Secretaria acabou não só por drenar seu poder como sua capacidade de execução que já era frágil. O que virou de todos acabou por não ser de ninguém.

Com o processo de impeachment (golpe parlamentar) da Presidenta Dilma Rousseff e com a posse do então Vice-presidente Michel Temer como Presidente Interino no primeiro semestre de 2016, novas discontinuidades impactaram o campo cultural, gerando uma grande preocupação entre artistas, gestores, pesquisadores, agentes, profissionais e políticos. Em menos de dez dias da posse de Temer, o Ministério da Cultura foi extinto<sup>95</sup>. O desmonte e a discontinuidade de políticas, assim como a perda de poder institucional e orçamentário do Ministério na Esplanada, provocou uma forte reação da sociedade civil que, num movimento de resistência, ocupou sedes da Fundação Nacional das Artes (Funarte) e do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) em todo o país. A pressão da sociedade civil fez com que o governo voltasse atrás no processo de extinção, recriando o Ministério. No entanto, o MinC perdeu “força” e sofreu discontinuidades nas suas políticas em curso. O Ministro Marcelo Calero promoveu um redesenho organizacional do MinC com o “enxugamento” de dezenas de cargos comissionados, exonerando dezenas de servidores e cumprindo com o discurso de “austeridade” do novo governo. Entretanto, a redução do corpo funcional do Ministério inviabilizou a execução e a continuidade de programas estruturantes que haviam sido construídos nos últimos anos.

Em agosto, foi anunciada a nova estrutura do MinC<sup>96</sup> e a temática da economia voltou à tona com a criação de uma nova Secretaria, agora denominada como Secretaria da Economia da Cultura (SEC). A nova SEC incorporou três departamentos: de Sustentabilidade e Inovação (voltado para a articulação interinstitucional, o fomento e os

---

<sup>95</sup> A pauta da cultura seria incorporada ao Ministério da Educação, transformando-o em Ministério da Educação e Cultura, através da criação de uma Secretaria Nacional de Cultura dentro da estrutura do Ministério.

<sup>96</sup> Decreto No8.837, De 17 de Agosto de 2016.

estudos e pesquisas); de Estratégia Produtiva (voltado para promoção da produção, para a promoção da difusão/circulação/distribuição, articulação e cooperação Internacional); e, por último, de Direitos Intelectuais (com foco na formulação e no monitoramento de políticas, no acompanhamento da legislação e na gestão coletiva). Ao analisar-se as competências descritas no Decreto Nº 8.397, são constatadas algumas lacunas em relação às políticas formuladas anteriormente, podendo-se destacar as seguintes: não há evidência de uma política que contemple a perspectiva do desenvolvimento local e regional, não sendo citados aspectos relativos a sistemas de governança para o desenvolvimento de territórios; ainda que se evidencie a preocupação com o fomento a empreendimentos, não é clara a priorização dada aos micro e pequenos, enfraquecendo o discurso de inclusão produtiva que havia sido construído. Para além da análise deste decreto de reestruturação, não houve a publicação de nenhum plano estratégico ou de qualquer outro documento institucional que apontasse políticas, programas e projetos a serem implantados ou implantados efetivamente.

Em novembro de 2016, uma nova crise se estabelece no Ministério e no governo federal. O Ministro da Cultura pede demissão alegando estar sofrendo pressões políticas da parte do Secretário de Governo, do Palácio do Planalto, para intervir junto ao Iphan numa questão associada à autorização de uma obra relativa a um empreendimento imobiliário em área do patrimônio histórico de Salvador. O Ministro interveniente, líder do governo, tinha interesse pessoal no empreendimento em virtude de ser proprietário de uma das unidades do projeto imobiliário, o que estabeleceu uma crise política. Após a saída do Ministro Calero, a manutenção do Secretário de Governo, Geddel Vieira Lima, tornou-se insustentável. De modo quase que simultâneo à saída de Calero, foi anunciado o nome do deputado federal Roberto Freire como novo Ministro.

Político de carreira, aliado do governo Temer e sem registro de atuação no campo cultural, a permanência de Roberto Freire à frente da pasta foi curta e praticamente nula. O deputado veio a pedir exoneração do cargo em maio de 2017 quando um novo escândalo político atingiu o governo federal. O presidente foi citado em acordo de delação premiada pelo empresário Joesley Batista, um dos donos do grupo J&F, holding dos frigoríficos JBS, que o gravou em conversa pessoal tratando de assuntos relacionados com a “compra” do silêncio do ex-deputado Eduardo Cunha, já preso pela operação Lava

Jato<sup>97</sup>. O PPS<sup>98</sup>, partido de Freire, em virtude desse escândalo, deixou de compor a base aliada do governo e anunciou sua saída. No final de maio, com a exoneração de Roberto Freire publicada no Diário Oficial da União, João Batista de Andrade, secretário executivo do Ministério, assumiu interinamente o cargo de Ministro. Antes de completar um mês à frente do cargo, pediu demissão, mas foi mantido até a nomeação do próximo ministro. Nos bastidores, o cargo foi objeto de negociação dentro da bancada do PMDB<sup>99</sup> em meio a conflitos entre suas diversas correntes. Na segunda quinzena de julho de 2017, Sérgio Sá Leitão, então diretor da Agência Nacional de Cinema (Ancine), foi nomeado como Ministro. Apesar do discurso de posse ter incluído a pauta da economia da cultura e do ministro ratificar, junto à grande mídia, a priorização que a pasta dará para o desenvolvimento da economia criativa<sup>100</sup>, ainda não estão claras as políticas que serão adotadas. No entanto, percebe-se como tendência uma política voltada para o mercado em detrimento da promoção da produção e da diversidade cultural brasileiras. Exemplo disso foi o posicionamento recente do novo ministro ao solicitar junto ao Conselho Superior de Cinema a extinção da proposta de extensão da política de cotas para conteúdo nacional junto às plataformas de vídeo sob demanda e afins<sup>101</sup>, ao contrário do que foi adotado com a Lei da TV Paga (Lei 12.485/2011)<sup>102</sup>.

Analisando-se este breve histórico das políticas culturais no Brasil, percebe-se, como diria Rubim (2007), “tristes tradições” relacionadas tanto à alternância de governos democráticos e autoritários quanto às instabilidades e descontinuidades institucionais. Toda essa instabilidade institucional enfraquece e promove descontinuidades das políticas públicas de cultura e de economia criativa no país, impactando negativamente o campo cultural, fragilizando ainda mais o grande contingente de artistas, profissionais, pequenos empreendedores e gestores dos setores culturais e criativos, formais e informais, que movimentam a economia deste país e que fazem do Brasil um dos grandes “celeiros” da diversidade cultural do planeta.

---

<sup>97</sup>Operação deflagrada pela Polícia Federal (PF) em 17 de março de 2014, com a finalidade de desmontar um esquema de lavagem de dinheiro e de evasão de divisas que movimentou centenas de milhões de reais.

<sup>98</sup>PPS – Partido Popular Socialista.

<sup>99</sup>PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro.

<sup>100</sup>Vide entrevista “Desenvolver Economia Criativa será prioridade, diz ministro da cultura” à Folha de S. Paulo (<http://m.folha.uol.com.br/mercado/2017/08/1912651-desenvolver-a-economia-criativa-sera-prioridade-diz-ministro-da-cultura.shtml>).

<sup>101</sup>Vide matéria “Ministério da Cultura acaba com cotas para conteúdo nacional em vídeo sob demanda” em <https://www.revistaforum.com.br/2017/09/04/ministerio-da-cultura-acaba-com-cotas-para-conteudo-nacional-em-video-sob-demanda/>.

<sup>102</sup> Vide: <https://ancine.gov.br/pt-br/conteudo/lei-da-tv-paga>

A formulação de políticas públicas de economia criativa pela SEC (2011 a 2014) compreendeu a multidimensionalidade e a intersetorialidade da temática, entretanto é necessário o avanço e o aprofundamento deste conceito e com suas implicações, no sentido de se pensar as dinâmicas das redes político-institucionais (órgãos de governo, instituições de pesquisa, agências de fomento e desenvolvimento, instituições de formação livre, técnica, profissionalizante e de ensino superior) com relação aos diversos agentes dos sistemas produtivos e das redes de profissionais, empreendedores e empreendimentos dos setores criativos. Uma temática transversal demanda uma ação política transversal.

### **4.3 Políticas públicas voltadas para redes e sistemas produtivos de economia criativa no Brasil**

Diante de toda a instabilidade descrita no tópico anterior, as políticas públicas de economia criativa formuladas e implementadas, com foco no fortalecimento de redes e sistemas produtivos, foram incipientes e pouco significativas quando é analisado o potencial efetivo de desenvolvimento no Brasil. Muito pouco se fez no âmbito federal nesse sentido, embora mereça destaque a iniciativa da Secretaria da Economia Criativa (SEC/MinC) e da Secretaria de Desenvolvimento da Produção (SDP/MDIC) que, em 2013, firmaram um acordo de cooperação com a finalidade de apoiar a governança de 27 APLs de economia criativa, em todo o Brasil, por meio de consultorias voltadas para a elaboração de Planos de Desenvolvimento– PD (OLIVEIRA, 2016).

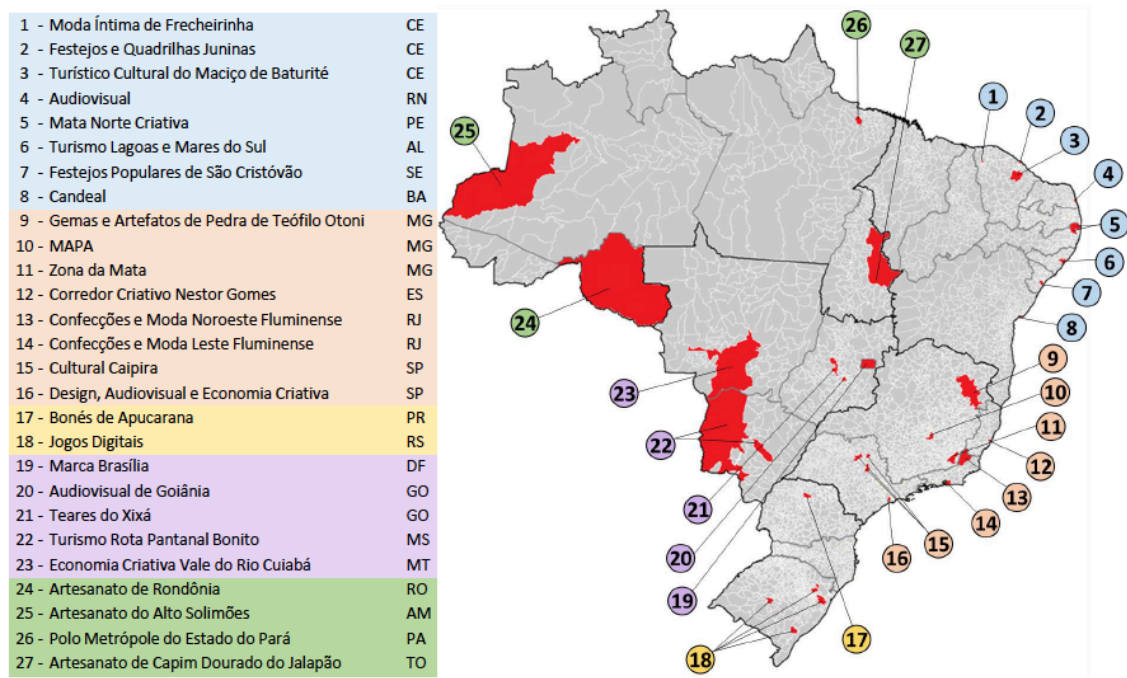
O Edital<sup>103</sup> (03/2013) selecionou APLs que se relacionavam com pelo menos um dos seguintes setores: arquitetura e urbanismo, artesanato, artes visuais, arte digital, artes de espetáculo (dança, música, circo, teatro), audiovisual (incluindo jogos eletrônicos), culturas populares (incluindo culturas indígenas e afro-brasileiras), festas populares, gastronomia regional, design, moda, publicações e mídias impressas, leitura e literatura, turismo cultural. Os Planos de Desenvolvimento dos 27 APLs selecionados foram elaborados no decorrer do ano e apresentados no final de 2014. A Figura 23, a seguir, indica os 27 APLs, distribuídos em 20 estados brasileiros, das cinco regiões, de acordo com os seguintes setores: 6 APLs dos setores de moda e confecção, 6 de festas

---

<sup>103</sup>[http://www.cultura.gov.br/inscricoes-prorrogadas/-/asset\\_publisher/hH6AJ7huq4Sf/content/arranjos-produtivos/10883](http://www.cultura.gov.br/inscricoes-prorrogadas/-/asset_publisher/hH6AJ7huq4Sf/content/arranjos-produtivos/10883)

populares, 5 de turismo cultural, 5 de artesanato e 5 de audiovisual e design (HERRLEIN JR; TATSCH, 2016; OLIVEIRA, 2016).

Figura 23: APLs selecionados no Edital de fomento a APLs Criativos - MDIC/MinC



Fonte: Oliveira (2016, p.119)

De acordo com o relatório preliminar da Fundação Vanzolini, organização licitada para atuar como consultora dos APLs criativos selecionados na elaboração dos seus PD, os 27 APLs abrangem 216 municípios nas 5 regiões brasileiras, contemplando 2.064 empreendimentos criativos, com 91.227 postos de trabalho. O montante do faturamento dos 27 APLs atingia uma média de R\$973,9 milhões ao ano (OLIVEIRA, 2016). Entretanto, apesar de parecerem significativos, é importante chamar a atenção para a visão parcial destes dados que, baseados numa economia formal, não incorporamos impactos da economia informal presente nas dinâmicas econômicas dos APLs criativos nos territórios.

A Fundação Vanzolini, a partir dos diagnósticos realizados para a elaboração dos PD, levantou pontos pouco significativos no sentido de contribuir com uma análise aprofundada e relevante sobre as especificidades e as dinâmicas dos APLs criativos, que possibilitassem identificar características próprias aos territórios e diferenças setoriais. Suas reflexões não passaram de generalidades que poderiam ser aplicadas à realidade de APLs de quaisquer setores, conforme pode ser verificado a seguir:



- Economia Criativa tem importante papel na geração de emprego e renda, sobretudo em regiões mais afastadas de grandes centros urbanos.
- A preservação e a disseminação da cultura têm forte relação com a sustentabilidade financeira dos APLs.
- Percebeu-se a necessidade de realização de estudos e mapeamento de dados e informações qualificadas de setores criativos.
- Uma governança estruturada é ponto central para o sucesso dos arranjos. [...]
- A qualificação dos recursos humanos (gerenciais e técnicos) é gargalo na maioria dos APLs.
- Observou-se a necessidade de políticas públicas para a redução da informalidade dos empreendimentos criativos.
- Faltam ainda ações integradas para divulgação e reconhecimento dos APLs de Economia Criativa para a sociedade. [...]
- Os APLs de Economia Criativa carecem de marcos legais, melhor integração de políticas públicas e ampliação de investimentos públicos. (OLIVEIRA, 2016, p.120)

Como desdobramento desta iniciativa, no ano de 2015, o MinC firmou um convênio com o Observatório de Economia Criativa<sup>104</sup> (Obec), sediado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com o objetivo de acompanhar os processos de implementação dos PDs dos 27 APLs, verificando “em que medida houve adesão às diretrizes dos planos e o grau de realização das ações e resultados” (HERRLEIN JR; TATSCH, 2016, p.44). De acordo com a análise de Herrlein Jr e Tatsch (2016) acerca do grau de amadurecimento dos 27 APLs apoiados: 3 estavam em estágio de projeto, 13 em estágio embrionário, 9 estabelecidos e apenas 2 consolidados. Esta análise demonstrou uma elevada fragilidade das estruturas e dinâmicas dos APLs selecionados, quando analisados na perspectiva de redes e sistemas produtivos efetivos, embora tenham reconhecido potenciais claros acerca de possibilidades de desenvolvimento nos territórios. E é neste tipo de contexto que as políticas públicas se fazem mais necessárias para o fortalecimento de ambientes potentes e integradores de novas possibilidades de desenvolvimento econômico e social.

Infelizmente, a extinção da Secretaria da Economia Criativa (MinC), neste mesmo ano, acabou por restringir o cumprimento do plano original da pesquisa de acompanhamento dos APLs até o final de 2015. Ratificando o descrito no tópico anterior,

---

<sup>104</sup> O OBEC RS (<http://www.ufrgs.br/obec/>), sediado na UFRGS, foi criado com o apoio da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura (BRASIL, 2013).

descontinuidades como estas afetam e continuam a afetar a consolidação de políticas públicas estruturantes para o desenvolvimento do país.

#### **4.4 Reflexões sobre o Plano Brasil Criativo (PBC) e as bases para um estado-rede**

Um dos pontos motivadores para a construção desta tese foi o fato da autora ter participado da equipe de gestão da Secretaria da Economia Criativa de 2011 a 2013, tendo se envolvido em todo processo de formulação das políticas públicas nacionais de economia criativa no período, incluindo: a estruturação e o desenho organizacional da Secretaria, com a definição dos seus objetivos e competências; a condução do processo de planejamento estratégico e a sistematização das informações e dos dados para a elaboração do Plano da SEC (2011 a 2014); a elaboração e execução de programas e projetos para a implementação de políticas públicas nacionais no período; e do processo de formulação e construção do Plano Brasil Criativo (PBC), participando de todas as reuniões na Casa Civil e das reuniões bilaterais com as equipes técnicas dos 15 ministérios envolvidos, além daquelas realizadas junto às Secretarias vinculadas ao Sistema MinC e demais organizações e instituições, nacionais e internacionais, identificadas e relacionadas com a temática (BRASIL, 2013).

Dentre as contribuições desta vivência como gestora pública para a construção de um pensamento sobre políticas públicas de economia criativa, destacam-se dois elementos cruciais: o primeiro associado à compreensão do campo cultural e criativo, considerando suas dinâmicas produtivas e econômicas, articuladas em redes nos territórios, de modo vinculado a aspectos culturais, sociais, econômicos e políticos; o segundo relacionado com o entendimento acerca da estrutura da gestão pública governamental, com órgãos e organizações não alinhados às suas missões e objetivos, ineficientes na alocação de recursos, burocráticos nos seus processos administrativos, pouco articulados na construção de arranjos institucionais efetivos e com modelos de governança frágeis na incorporação das demandas e na participação efetiva da sociedade civil e da população nos territórios.

Neste último caso, apesar dos múltiplos conselhos criados pelo governo federal (MARTES; ARAUJO, 2016), nos últimos anos, a maior parte deles funcionavam com caráter consultivo e não deliberativo, sem uma definição clara de mecanismos de corresponsabilidade para a realização de programas e projetos, para formulação de leis e regulamentações. Os avanços do governo eletrônico, seja por meio do uso do mecanismo



deveriam compor esta rede. Esta composição exigia uma articulação de arranjos institucionais para além do sentido estrito, ela deveria buscar arranjos que integrassem redes de interesses, estabelecidos em teias de relacionamentos formais e informais, dentro e junto ao estado. Nesta dinâmica, conflitos e convergências aconteciam de modo simultâneo e, em alguns casos, desconheciam os limites entre o público e privado, redundando em jogos e estratégias de cooptação (LOBATO, 2006). Neste sentido, cabia e cabe ao estado a criação de dispositivos garantidores de processos participativos, geradores de corresponsabilidade e que garantam a prevalência do interesse público, apesar das sobreposições e fragmentações das redes de interesse.

Para além disto, emergiram, também nesta reflexão, questões de natureza estrutural relacionadas a aspectos administrativos, tecnológicos e de governança que interfeririam diretamente no *modus operandi* deste sistema de ação política. O processo de elaboração do PBC evidenciou, por exemplo, uma grande fragilidade nas estruturas do estado no trato de políticas e programas concertados entre órgãos governamentais. Como integrar políticas e garantir a articulação, a coordenação, o monitoramento e a avaliação de programas e projetos funcionando de modo complementar e simultâneo? Como alinhar missões e objetivos institucionais, além dos interesses políticos presentes entre os diversos atores componentes deste sistema?

No caso do PBC, foram envolvidos múltiplos atores no seu processo de construção através da

articulação e a execução de programas e ações desenvolvidas por 11 ministérios<sup>107</sup> (MinC, MEC, MDS, MTE, MCom, MTE, MTur, MDIC, MCTI, ME e MI), pelo menos 11 organizações da administração indireta (entre autarquias, fundações e agências (IPEA, Capes, CNPq, Apex, ABDI, IPHAN, IBRAM, ANCINE, FBN, Funarte, FCP), por cinco empresas públicas e de economia mista (BNDES, BB, CEF, BNE, BASA) e por cinco organizações paraestatais do Sistema S (Sesi, Sesc, Senai, Senac e Sebrae). (LEITÃO, 2016, P.374)

O Plano também contemplava um conjunto de pactuações federativas junto a estados e municípios, além de incluir uma rede de instituições, públicas e privadas, associadas à execução de programas do governo nos territórios.

Essa multiplicidade de arranjos institucionais demandava uma afinação entre as lideranças institucionais e a elaboração de um sistema governança e monitoramento que

---

<sup>107</sup>Os outros quatro ministérios relacionados com o Plano não tinham carácter finalístico mas compunham o seu núcleo gestor junto com o Ministério da Cultura – Casa Civil, Ministério do Planejamento (MP), Ministério da Fazenda (MF) e Secretaria de Comunicação Social (SECOM).

garantissem a integração dos múltiplos sistemas da administração pública<sup>108</sup>, garantindo também uma interface de integração junto às demais instituições parceiras fora da estrutura pública.

A proposta do Plano era, portanto, muito ousada tanto na perspectiva política quanto na de gestão. Sua proposição afetava bases e estruturas há muito consolidadas e geravam desconfiança dos pares que ainda não haviam assimilado a temática da economia criativa como relevante e estratégica para o país. Deste modo, ainda que de modo silencioso, era clara a existência de um certo incômodo por partes dos parceiros, tanto internos ao Sistema MinC quanto externos a ele. O trato de uma temática transversal junto a estruturas rígidas e hierarquizadas, pouco habituadas a uma dinâmica de colaboração e cooperação, implicavam não apenas na falta de fluidez dos processos mas num movimento de resistência frente a uma suposta ameaça de invasão de espaços de poder. Este foi um dos grandes obstáculos que a equipe da Secretaria da Economia Criativa teve que enfrentar diuturnamente na elaboração do Plano, um Plano que muito mais do que demandar dinheiro novo se entendia como um mecanismo de ligação, conexão e de geração de sinergias entre programas e projetos dos Ministérios parceiros com recursos já previstos nos seus Programas Plurianuais (PPA).

O PBC, em mais de um ano de construção, foi conduzido pela SEC (MinC) por meio de uma articulação técnica que integrava contribuições de gestores e técnicos das pastas envolvidas. O envolvimento da Casa Civil, desde o início do processo, foi importante no sentido de avaliar o interesse da presidência no Plano, mobilizando e convocando os ministérios para uma participação efetiva. O MinC sozinho não tinha força política para conduzir este processo.

A elaboração de um modelo de governança também se fez necessário com vistas a garantir as pactuações intra e interfederativas, além das articulações político-institucionais relativas às tomadas de decisão, ao monitoramento e avaliação de resultados, incluindo a participação da sociedade civil (LEITÃO, 2016).

Somente com uma atenção voltada para estes aspectos é que o Plano, mesmo que amparado numa grande ideia ou projeto de governo, se converteria em realidade concreta e efetiva. Tanto quanto eram necessários investimentos de recursos no desenvolvimento

---

<sup>108</sup>Sistema Integrado de Administração Financeira (SIAFI), Sistema Integrado de Dados Orçamentários (SIDOR), Sistema de Informações Gerenciais e de Planejamento (SIGPLAN), Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais (SIASG), Sistema de Convênios(SICONV), Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos (SIAPE) e Sistema de Informações das Empresas Estatais (SIEST).

dos programas e projetos identificados, junto a cada um dos parceiros, também se fazia urgente a construção de um novo modelo de funcionamento do estado, configurado numa dinâmica de integração de redes, num sistema de atuação política de um estado-rede. O que vem a ser reforçado a partir do que pôde ser apreendido na análise da pesquisa de campo, apresentada no capítulo 3 desta tese, acerca das dinâmicas econômicas dos sistemas produtivos e das redes de economia nos territórios. Isto porque, as características e dinâmicas sistêmicas do campo criativo demandam políticas e ações concertadas também numa perspectiva sistêmica, por meio de arranjos institucionais integrados aos territórios. A lógica de uma ação política isolada e unidirecional não dá mais conta da complexidade do campo. O mundo complexo pede uma atuação complexa e não compartimentalizada e limitada a uma única dimensão ou aspecto. Portanto, políticas de economia criativa não devem se limitar às políticas de um ministério ou de uma secretaria mas devem ser tratadas de modo transversal, ainda que sob a liderança de um órgão ou entidade, essencial para garantir um nível mínimo institucionalidade, coordenação e articulação.

Deste modo, diante de tudo o que foi descrito, só existiria alguma chance de o PBC ter avançado, considerando-se o cenário no qual estava inserido, a partir de uma decisão política conduzida e articulada pelo Ministério da Cultura, lócus institucional e nascedouro da proposta, junto à Casa Civil e aos demais ministérios parceiros. Esta decisão priorizaria o Plano na agenda política do MinC e demandaria um esforço da sua mandatária no sentido de articular as demais lideranças ministeriais numa soma de interesses e forças políticas para apresentar o PBC para a Presidência da República. Com o Plano aprovado, seria necessária a constituição de um núcleo que garantisse a sua execução, monitoramento e avaliação, baseado num modelo de governança colegiado com os demais parceiros. A Ministra Ana Hollanda, que deu início a essa construção, não tinha esse perfil e acabou por ser substituída antes do Plano ser concluído. Já a ministra Marta Suplicy tinha um poder de articulação política bem maior do que o da sua antecessora, embora não se interessasse em assumir essa empreitada que, segundo ela, não era prioritária na sua agenda política.

Em síntese, é interessante o destaque de algumas reflexões sobre esta experiência:

- A temática da economia criativa estava em processo de inauguração no plano federal, sendo inexistente ou incipiente o entendimento dos órgãos da administração pública quanto ao que essa economia representava ou às suas

potencialidades efetivas para o desenvolvimento do país. Neste sentido, a proposição de um Plano de Governo, naquele momento, foi prematura, considerando-se a falta de sensibilização institucional para a sua importância.

- A estrutura do estado era, e ainda é, extremamente hierarquizada e burocrática, habituada a uma lógica de funcionamento compartimentalizado, onde a cada órgão ou organização cabe uma função específica relacionada com o desenvolvimento de políticas, programas e projetos próprios. Ainda que existam acordos de cooperação e parcerias interinstitucionais, estes se limitam a ações específicas. Deste modo, políticas de natureza transversal, sem um costado político forte, ampliado e bem articulado, não tem força e acabam por suscitar desconfiança entre as partes que se sintam “invadidas” em suas pautas. Os limites institucionais são confundidos com territórios de poder que não podem ser ultrapassados.
- A gestão pública convive e é transpassada por uma rede de interesses, públicos e privados, que precisam ser considerados e reconhecidos na sua importância para a consecução e a concretização de ideias e projetos. Como uma rede fluida, ela pode ser influenciada por atores estratégicos que tenha força política mas nunca comandada de modo isolado. Deste modo, é necessário um trabalho contínuo que garanta a presença das partes envolvidas com a finalidade de gerar legitimidade às ações. A construção de um Plano de Governo, ainda que conceitualmente consistente e tecnicamente viável, não é suficiente para a efetivação do mesmo.
- A cultura personalista presente na gestão pública ainda é um fator impeditivo de processos mais amplos de colaboração e compartilhamento, além de precipitar soluções de continuidade de políticas, programas e projetos com forte associação às gestões antecessoras.

Apesar de todos estes pontos levantados, o PBC apontou para um caminho necessário de reformulação da atuação do estado. Esta experiência vivenciada, permitiu a autora desta tese vislumbrar este caminho como possível e potente, embora difícil, para a formulação e a implementação de políticas públicas com caráter transversal. Ratificando o pensamento de Castells (1999) fortalecido por Evans (2010), o estado-rede se configura como conceito e dinâmica indispensável para a integração de políticas e programas de múltiplos agentes, sejam públicos ou privados, demandando uma atenção especial na perspectiva da construção de arranjos institucionais efetivos e com a participação da

sociedade, capazes de transformar a realidade por meio do enfrentamento de questões complexas associadas ao desenvolvimento dos territórios.

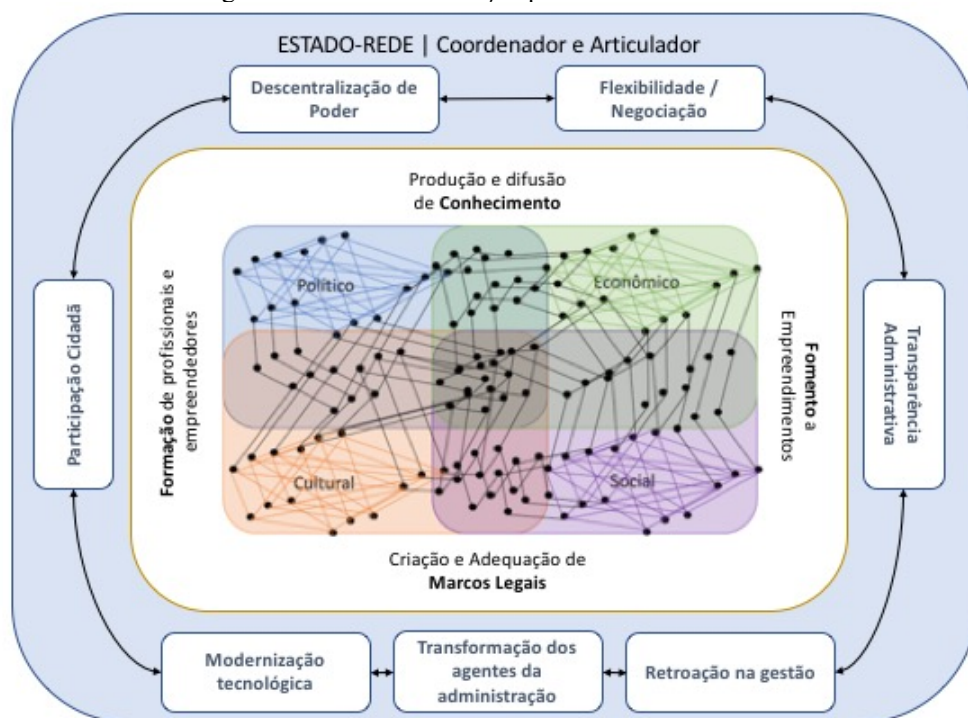
#### **4.5 O Estado-rede e a formulação de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes de economia criativa (SPREC)**

Considerando que a proposição de um estado-rede exige uma reforma das estruturas e dinâmicas do estado, são retomados então, de modo sintético e com alguns ajustes, os princípios defendidos por Castells (1999) no Capítulo 1 como necessários para esta reconfiguração: a capacidade de descentralizar poder e autoridade para entidades parceiras (supranacionais, nacionais e subnacionais); a flexibilidade, no sentido de ser capaz de atuar como negociador com os diversos entes legitimando uma ação de intervenção efetiva; a capacidade de coordenar sem gerar dependências, garantindo que os processos de descentralização e flexibilização sejam promotores do empoderamento dos atores locais promovendo o desenvolvimento de uma estrutura policêntrica (LE BOURLEGAT; FALCÓN, 2017); a participação cidadã concebida dentro de um sistema de governança que garanta não apenas a legitimidade e a efetividade das ações desenvolvidas mas que inclua a sociedade civil nos processos de formulação e monitoramento, num exercício articulado e multinível (THAYER E DELAMAZA, 2016); a transparência administrativa, no sentido de reforçar a sua credibilidade junto à sociedade civil e aos demais entes com os quais se relaciona; a modernização tecnológica da administração, objetivando mais agilidade, eficiência e eficácia na sua operação; a transformação dos agentes da administração, com o objetivo de qualificar e ampliar as capacidades de gestão e operação dos servidores públicos; e, por último, a retroação na gestão, promovendo sistemas e dinâmicas de aprendizagem organizacional voltados para a correção dos próprios erros.

Considerando que os sistemas produtivos e as redes de economia criativa (SPREC) se constituem dentro de sistemas territoriais (RAFFESTIN, 1993) que contemplam redes de tessituras constituídas por atores influenciados pelas dimensões políticas, econômicas, culturais e sociais, constata-se que o sistema de atuação política do estado-rede, apresentado esquematicamente na Figura 24, deve ser articulado e coordenado de modo a garantir uma capacidade de interlocução múltipla com os diferentes atores, promovendo encontros, associações, parcerias e cooperações.



Figura 24: Sistema de atuação política do Estado-Rede



Fonte: elaborado pela autora.

O território como um sistema pede então uma atuação sistêmica do estado. Os setores criativos, compreendidos também sob a perspectiva sistêmica, demandam uma interlocução sistêmica, integradora de políticas e capaz de agir de modo simultâneo e consistente por meio de programas e projetos verdadeiramente estruturantes, não fragmentários.

Dentro desta lógica atrelada ao território, o estado-rede emerge como ator fundamental a partir de um núcleo-base de coordenação e articulação dos diversos arranjos institucionais que deverão ser mobilizados nos territórios e incorporados como agentes políticos. No campo da economia criativa, percebe-se, portanto, a necessidade de uma composição mínima que inclua as pastas relacionadas à cultura, ao desenvolvimento econômico, ao trabalho, à educação, à ciência, tecnologia e inovação e ao turismo. Dentro desta lógica, o sistema de atuação política, apresentado anteriormente na Figura 36, é então assumido promovendo a integração de programas e projetos baseados nas demandas efetivas dos territórios, fugindo da lógica do curto prazo.

As características e estruturas próprias da cidade precisam ser compreendidas e repercutem em condições favoráveis ou não ao desenvolvimento dos empreendedores e

de seus empreendimentos, assim como especificidades próprias à realidades de cada um dos setores interferem nas suas dinâmicas econômico-produtivas. No Capítulo 3, foi apresentada uma ampla análise sobre os SPREC. E nessa análise percebeu-se que as relações com o estado ainda são limitadas e restritas a algumas esferas, principalmente quando o assunto se relaciona com autorizações de funcionamento ou acesso a editais e leis de incentivo, o que é muito pouco quando pensamos na lógica do estado-rede.

Deste modo, é evidente que o escopo do estado-rede é amplo, a partir do momento que articula, coordena e estimula a constituição de arranjos institucionais com representantes da sociedade civil, da iniciativa privada e de entes das três esferas governamentais. Entretanto, como um exercício de análise, será apresentado a seguir um levantamento acerca das estruturas dos governos do estado e da cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo de identificar programas e projetos relacionados, de algum modo, com o fortalecimento da economia criativa na cidade. Neste exercício, foram focadas as Secretarias e o órgãos responsáveis pelas áreas de Cultura, Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Ciência, Tecnologia e Inovação, Educação e Turismo. Os programas e projetos desenvolvidos pela prefeitura e pelo governo do Estado nem sempre são de fácil identificação e localização, em virtude de inconsistências e falta de tempestividade dos dados e das informações apresentadas nos sites oficiais, mas apontam para algumas reflexões relevantes. De qualquer modo, é importante ter em mente o fato de que o estado do Rio de Janeiro se encontra na pior crise a sua história, enfrentando um cenário de uma profunda crise fiscal que está longe de terminar<sup>109</sup>.

O Quadro 14, a seguir, representa um esforço de síntese dos programas e projetos liderados pela Prefeitura e pelo Governo do Estado, além de identificar instituições vinculadas que assumem ou poderiam assumir um papel importante para o desenvolvimento do campo criativo na cidade. É importante destacar que, como não há uma padronização do desenho organizacional da Prefeitura e do Governo do Estado (o que não é obrigatório), no caso da Prefeitura, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Emprego e Inovação (SMDEI) contempla os campos do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Ciência, Tecnologia e Inovação, enquanto que no âmbito do Turismo, não

---

<sup>109</sup>Os problemas do estado não se limitam às questões de má gestão ou de queda de arrecadação mas se relacionam fortemente com um sistema de corrupção comandado por um ex-governador (Sérgio Cabral), hoje preso, que chefiava uma quadrilha de ex-secretários da administração pública e conselheiros do Tribunal de Contas do Estado.

existe uma Secretaria Municipal mas duas Empresas Públicas Municipais vinculadas ao campo: a Empresa de Turismo do Rio de Janeiro – RioTur e a RioEventos<sup>110</sup>.

---

<sup>110</sup>Rio Eventos (vide: <http://www.rio.rj.gov.br/web/rioeventos/empresa>)

Quadro 14: Órgãos e instituições (municipais e estaduais) relacionados com as políticas públicas de economia criativa na cidade do Rio de Janeiro, considerando-se os campos da cultura, do desenvolvimento econômico, do trabalho, da ciência, tecnologia e inovação, da educação e do turismo

Cultura		Desenvolv. Econômico		Trabalho		Ciência, Tecnologia e Inovação		Educação		Turismo	
Municipal	Estadual	Municipal	Estadual	Municipal	Estadual	Municipal	Estadual	Municipal	Estadual	Municipal	Estadual
Secret. Munic. de Cultura (SMC)	Secret. de Cultura do Estado (SEC)	Secret. Munic. de Desenv., Emprego e Inovação (SMDEI)	Secretaria de Estado da Casa Civil e Desenv.	Secret. Munic. de Desenv., Emprego e Inovação (SMDEI)	Secret. de Estado de Trabalho e Renda (SETRAB)	Secret. Munic. de Desenv., Emprego e Inovação (SMDEI)	Secret. de Estado de CT&I e Desenv. Social (SECTIDS)	Secret. Munic. de Educação (SME)	Secret. de Estado de Educação (SEEDUC)	RioTur	Secret. de Estado do Turismo (SETUR)
Editais de fomento / Lei Munic. de Incent. à Cultura (Lei nº 5553/2013)	Editais de fomento / Lei Estad. de Incent. à Cultura (Lei nº 1.954/1992)	Zona Franca Social	Ag. Estadual de Fomento (AgeRio)	Projeto ForsoftRio / DJ Carioca	Plano Territorial de Qualif. - PLANTEQ	Projeto Porto 21 (Polo de Inovação Tecnológica)	Universidades estaduais: UERJ e UEZO.	Projeto Semeando Mudança (Periódico online)	Bolsas de Estudo - PROSSIGA	Rio Eventos	Cia de Turismo do Estado do RJ (TurisRio)
Equipamentos culturais municipais <i>FilmCommission</i> - RioFilme	Equipamentos culturais estaduais / PADEC	Polos Gastronômicos		Sist. de Inform. Sobre o mercado do Trabalho	Observatório de Emprego e Renda	Projeto Naves do Conhecimento	Fund. de Amp. à Pesq. do Estado do RJ (FAPERJ)	Orquestra de Vozes Meninos do Rio / Fest. Da Canção de Esc. Mun.	Progr. Escola Aberta		
	Rio Criativo			Economia Solidária (ECOSOL)	Economia Solidária (ECOSOL)	Projeto Caravana da Ciência	FAETEC	Mostra Mun. de Dança / Escola de Bamba	Cinema para todos / Rio Audiovisual		

Fonte: elaborado pela autora.

Analisando-se o Quadro 14, podem ser destacados alguns pontos:

- Os seis campos de formulação e implementação de políticas públicas, considerados como estruturantes para o desenvolvimento da economia criativa (cultura, desenvolvimento econômico, trabalho, ciência, tecnologia e inovação, educação e turismo) desenvolvem programas e projetos que se propõem ou que podem contribuir com o desenvolvimento e o fortalecimento de empreendedores e empreendimentos dos setores criativos na cidade.
- As Secretarias municipal e estadual de cultura correspondem aos órgãos com relação mais direta com os setores do campo cultural e criativo<sup>111</sup>, com destaque para: os mecanismos de financiamento (editais e leis de incentivo); a rede de equipamentos culturais voltados para a circulação e difusão cultural na cidade; a Rio Filme, pela sua relevante atuação “nas áreas de distribuição, apoio à expansão do mercado exibidor, estímulo à formação de público e fomento à produção audiovisual, visando o efetivo desenvolvimento da indústria audiovisual carioca”<sup>112</sup>; o PADEC<sup>113</sup> pela sua contribuição nas áreas de patrimônio, qualificação para a gestão pública de cultura e no apoio junto a equipamentos culturais no estado; e a Incubadora Rio Criativo<sup>114</sup>, pela sua atuação como incubadora de empresas, escola de formação livre e espaço de *coworking* voltada prioritariamente para empreendedores e empreendimentos dos setores da economia criativa.
- No campo do desenvolvimento econômico, podem ser destacados no plano municipal o projeto Zona Franca Social<sup>115</sup>, que dá autonomia aos gestores das unidades da prefeitura para a contratação de microempreendedores e empreendedores individuais que atuam na própria região atendida, e o apoio a criação de polos gastronômicos. Apesar da Zona Franca Social não destacar serviços de empreendedores dos setores criativos, estes tem potencial de serem contemplados. No plano estadual, a AgeRio, sociedade de economia mista vinculada à Secretaria de Estado da Casa Civil e Desenvolvimento Econômico do

---

<sup>111</sup>Conforme pôde ser confirmado no Capítulo 3.

<sup>112</sup>Rio Filme - vide: <http://www.riofilme.com.br>

<sup>113</sup>Programa de Apoio ao Desenvolvimento Cultural dos Municípios do Estado do Rio de Janeiro - vide: <http://www.cultura.rj.gov.br/apresentacao-projeto/padec>.

<sup>114</sup>Incubadora Rio Criativo (IRC) - vide: <http://riocriativo.com/incubadora>

<sup>115</sup>Zona Franca Social – vide: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-01/prefeitura-do-rio-quer-estimular-contrato-com-microempreendedores-em-2018>

Rio de Janeiro, figura pela sua relevância como fomentadora do desenvolvimento econômico do estado seja por meio do repasse de recursos próprios ou como operadora financeira de bancos públicos, financiadoras ou fundos de investimento. O microcrédito orientado é um produto financeiro importante que tem sido priorizado pela Agência. Vale ressaltar que a antiga SEDEIS (Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços), agora incorporada à Secretaria de Estado da Casa Civil, tinha um núcleo de APLs, voltado para apoiar APLs no estado, inclusive os que desenvolviam atividades criativas. Na Região Metropolitana se destacavam o APL de Moda Carioca, o APL de Moda do Leste Fluminense e o APL de Gemas e Joias. Este núcleo foi desativado.

- No campo do trabalho, tanto na atuação municipal quanto na estadual, são identificados projetos de formação e qualificação, sistemas e órgãos de geração de informações e dados relativos ao mercado de trabalho e programas de economia solidária. Ainda que estas iniciativas não priorizem o campo da economia criativa, elas tem todo potencial para o favorecimento deste campo.
- Na Ciência, tecnologia e inovação, podem ser destacados no plano municipal os projetos Porto 21<sup>116</sup>, que se propõe a criar um polo de inovação tecnológica na região portuária da cidade, Naves do Conhecimento<sup>117</sup> e Caravana da Ciência. No plano estadual, podem ser destacadas instituições fundamentais para a geração de conhecimento e que estão vinculadas à SECTIDS: a Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), a Universidade Estadual da Zona Oeste (UEZO), a Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio de Janeiro (FAPERJ) e Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC).
- As Secretarias municipal e estadual de educação tem como competência a oferta do ensino públicos fundamental e médio, respectivamente. No caso da Secretaria Municipal de Educação, foram identificados alguns projetos ligados a produção de conhecimentos relativos a tendências no mercado de trabalho e associados à formação e promoção artísticas (música, dança e carnaval). No plano estadual, puderam ser identificados o PROSSIGA – Programa de Bolsas de Estudo voltadas para alunos de ensino médio que pretendam ingressar em instituições privadas de

---

<sup>116</sup>Projeto Porto 21 – vide: <http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=7109233>

<sup>117</sup>Nave do Conhecimento – vide: <https://navedoconhecimento.rio>

ensino superior, o Programa Escola Aberta<sup>118</sup> e o Cinema para Todos. A importância da oferta e da manutenção de formação em arte e cultura ou de programas e projetos de acesso à fruição artístico-cultural nas escolas, conforme pôde ser verificado no sub-tópico 3.2.6.3 (relativo ao sentimento de pertença), é extremamente significativo para a ampliação de referências e repertórios culturais que mais adiante influenciarão nas novas gerações de profissionais do campo cultural e criativo.

- Por último, no campo do Turismo, a RioTur e a Rio Eventos são as empresas públicas responsáveis pelo campo na Prefeitura, tendo uma atuação direta com o turismo cultural associado ao patrimônio material e imaterial (incluindo as festas & celebrações e gastronomia analisados nesta tese) da cidade. A Secretaria de Estado do Turismo atua de modo vinculado à Companhia de Turismo do Estado (TurisRio).

Ainda que esse levantamento demonstre múltiplas iniciativas levadas a cabo por órgãos da prefeitura e pelo governo do estado, algumas com maior ou menor impacto no campo criativo da cidade, o que se percebe é que ainda estão aquém das necessidades do campo. Os programas e projetos, apesar da existência de alguns acordos interinstitucionais, ainda não são percebidos dentro de um processo mais amplo de fortalecimento de arranjos institucionais alinhados e constituídos em função de estratégias e ações específicas. Se, em cada um dos âmbitos (municipal e estadual), há falta de integração entre os órgãos, mais frágil ainda é a integração entre a prefeitura e o governo do estado, podendo ser praticamente inexistente ou inexistente quando as gestões governamentais são ocupadas por partidos militantes em campos ideológicos opostos. Dependendo do grau de tensionamento presente entre as redes de interesse nos territórios, podem ser geradas barreiras intransponíveis que impeçam a busca por processos sinérgicos.

Todavia, é preciso reconhecer que o exercício de se pensar estrategicamente e de se planejar buscando a integração das ações políticas nos territórios não é recente. É comum governos municipais, estaduais e federais, incorporarem práticas e métodos de planejamento buscando a convergência das ações em torno de objetivos e metas a serem medidas através de indicadores de desempenho, muitas vezes estabelecidos com o apoio

---

<sup>118</sup>Programa Escola Aberta – vide: <http://www.rj.gov.br/web/seeduc/exibeconteudo?article-id=1790831>

de consultores contratados para a facilitação destes processos. A ideia é que as metas definidas nos planos estratégicos pautem a definição das metas e dos orçamentos previstos nos Planos Plurianuais (PPAs).

No Rio de Janeiro, no ano de 2017, a equipe da gestão do Prefeito Marcelo Crivella conduziu um processo de planejamento que veio a culminar com a elaboração do Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro – Rio 2020: mais solidário e mais humano<sup>119</sup>. Este Plano foi formulado na perspectiva do mandato de 2017 a 2020, sendo construído e estruturado a partir de quatro dimensões denominadas como: Economia, Social, Urbano Ambiental e Governança. Não é prioridade desta tese uma análise crítica quanto à metodologia ou a estrutura do Plano, mas é relevante se chamar atenção para alguns pontos: a cultura e a criatividade da cidade do Rio de Janeiro é destacada como traço característico de sua tradição e construção histórica; palavras e expressões como indústrias criativas, economia criativa, economia da cultura e do conhecimento, cultura, vocação turística, patrimônio cultural, entretenimento, calendário de eventos culturais e artísticos, empreendedorismo, negócios, associativismo, cooperação, APLs, cadeias produtivas, acesso à cultura, políticas de cidadania e diversidade cultural estão presentes no decorrer de um Plano, mas não é explícito um posicionamento de reconhecimento acerca da economia criativa como um vetor estratégico prioritário para o desenvolvimento da cidade. O Plano figura mais como uma carta de intenções do que como um documento estruturado que aponte para a implementação de projetos consistentes e exequíveis, identificando responsáveis e arranjos institucionais, detalhando metas consistentes e coerentes, com prazos exequíveis e orçamentos claros. O Plano também foi analisado por membros da Casa Fluminense<sup>120</sup> e diversas organizações da sociedade civil que, em julho de 2017, participaram de oficinas para realizar uma primeira avaliação das prioridades apontadas pelo Plano e realizaram encontros para debater e sugerir ajustes e aperfeiçoamentos ao documento. Só para citar algumas conclusões destas discussões: a participação social no processo de construção do plano foi insignificante (354 pessoas) considerando-se a densidade demográfica da cidade; houve

---

<sup>119</sup>Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro – Rio 2020 – vide: [http://prefeitura.rio/c/document\\_library/get\\_file?uuid=028b1762-7931-47dc-b191-ef2f5825537f&groupId=7108891](http://prefeitura.rio/c/document_library/get_file?uuid=028b1762-7931-47dc-b191-ef2f5825537f&groupId=7108891)

<sup>120</sup>Comentários, críticas e sugestões ao Plano Estratégico do Rio de Janeiro (2017-2020) – Casa da Ciência – vide: <http://casafluminense.org.br/wp-content/uploads/2017/09/Comentários-Cr%C3%ADticas-e-Sugestões-ao-Plano-Estratégico-do-Rio-2017-2020.pdf>



pouca conexão entre as iniciativas estratégicas para a construção de políticas intersetoriais nos territórios e falta clareza quanto à metodologia de acompanhamento das metas.

Enfim, a sensação que se tem é de mais um plano para “inglês ver”, um documento natimorto, sem participação popular ou transparência, sem clareza quanto às capacidades institucionais e de execução da Prefeitura, um Plano de gabinete, construído sem o diálogo necessário com a sociedade civil e demais atores relevantes para o processo. A Prefeitura, em sua estrutura e dinâmica está bem longe de se constituir enquanto rede de atuação político-institucional.

De modo complementar aos programas, projetos e iniciativas vinculados à Prefeitura e ao Governo do Estado, é importante uma leitura acerca da rede de instituições e órgãos federais que também devem compor os arranjos institucionais interfederativos, necessários para o desenvolvimento e o fortalecimento dos setores criativos investigados nesta tese. O Quadro 15 destaca os Ministérios, seus órgãos e/ou organizações vinculadas e possíveis linhas de ação.

Quadro 15: Órgãos e instituições federais relacionados com as políticas públicas de economia criativa com impacto na cidade do Rio de Janeiro

Ministério	Órgão / Organização vinculada	Ações
Ministério da Cultura (MinC)	Secretaria de Economia da Cultura, Secretaria do Audiovisual, Secretaria da Cidadania e Diversidade Cultural, Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura, Funarte, Ancine, Fundação Cultural Palmares e Iphan	Fomento e formação (Lei Federal de Incentivo à Cultura e Editais)
Ministério do Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Exterior (MDIC)	Coord. Geral de APLs e APEX-Brasil	Fomento a APLs Criativos, promoção da exportação de produtos criativos brasileiros
Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)	PLANSEQ / FAT, Programa Nacional de Economia Solidária, Programa de Microcrédito Orientado, Observatório do Mercado de Trabalho, Regulamentação de profissões.	formação técnica, fomento a empreendimentos de economia solidária, pesquisa e regulamentação profissional.
Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC)	Secretaria de Desenv. Tecnológico e Inovação	Fomento à inovação
Ministério da Educação (MEC)	Institutos Federais de Educação Tecnológica, Universidades Federais	Formação
Ministério do Turismo (MTur)	Embratur	Promoção de destinos turísticos

Fonte: elaborado pela autora.

Retomando-se a análise dos resultados obtidos no Capítulo 3 desta tese, constata-se num primeiro momento que os desafios da economia criativa na cidade do Rio de Janeiro refletem e estão alinhados, de forma genérica, com aqueles identificados no Plano da Secretaria da Economia Criativa, descritos no tópico 4.2 do Capítulo 4. O Quadro 14 a seguir demonstra de modo sintético a correlação entre os principais pontos críticos diagnosticados e os desafios a serem enfrentados para o fortalecimento da economia criativa carioca.

Quadro 16: Diagnósticos e desafios para o fortalecimento dos SPREC no Rio de Janeiro

<p><b>Diagnóstico:</b> Os empreendimentos criativos são extremamente enxutos em sua estrutura e frágeis na incorporação de processos inovativos, sejam estes relacionados ao uso das tecnologias digitais ou ao desenvolvimento de modelos de negócios colaborativos sustentáveis. São poucas e, na maioria das vezes, burocráticas e inadequadas as fontes de financiamento ofertadas para o desenvolvimento dos negócios, somadas ao despreparo dos empreendedores na elaboração de projetos e na captação de recursos, além do desconhecimento quanto a novos caminhos. A articulação em redes de colaboração e cooperação se dá preferencialmente no desenvolvimento de atividades econômicas relacionadas a produção de bens e serviços. As articulações associadas a causas comuns, no território, ainda se dão de modo superficial e pouco articulado, sem resultados efetivos para a sustentabilidade financeira das atividades desenvolvidas ou para o fortalecimento de laços de confiança. Ainda assim, a diversidade cultural emerge como matriz e resultado dos processos de criação, reinventando espaços, fortalecendo identidades e o sentimento de pertença, promovendo empatias, solidariedades e encontros com potencial de transformação.</p>
<p><b>Desafios</b></p> <p>Fomento à empreendimentos, sistemas produtivos e redes de economia criativa; articulação de redes de colaboração e cooperação com vistas ao fortalecimento de laços de confiança para o desenvolvimento de modelos de governança efetivos nos territórios; promoção e desenvolvimento de ambiências favoráveis à criatividade e à inovação, em produtos, processos, tecnologias digitais e sociais, além de modelos de negócios colaborativos.</p>
<p><b>Diagnóstico:</b> A existência de uma infraestrutura científico-tecnológica na cidade não garante uma conexão efetiva entre estas instituições, produtoras de conhecimento, e os empreendedores e profissionais atuantes no campo da economia criativa, no sentido de acompanhar a evolução do campo e propor soluções de desenvolvimento. Ainda que a cidade apresente uma grande oferta de cursos (técnicos, profissionalizantes, de ensino superior e de pós-graduação) voltados para os setores analisados, é praticamente inexistente o desenvolvimento e a aplicação de conteúdos voltados para uma inserção efetiva no mercado, considerando temáticas relacionadas ao empreendedorismo, à gestão, às tecnologias digitais e sociais e a novos modelos de negócios. Embora algumas iniciativas isoladas estejam se constituindo neste sentido na oferta de cursos de pós-graduação, na extensão universitária (cursos livres e incubadoras) e nas escolas de formação livre tem sido criadas e desenvolvidas na cidade.</p>
<p><b>Desafios</b></p> <p>Produção e difusão de conhecimento no campo da economia criativa / Formação de profissionais e empreendedores atuantes nos setores criativos com ênfase em estratégia, gestão, inovação, processos colaborativos, novas tecnologias (digitais e sociais) e modelos de negócios.</p>
<p><b>Diagnóstico:</b> Inexistência de arranjos institucionais efetivos e significativos, em larga escala, para o fortalecimento dos sistemas produtivos e das redes de MPEs da economia criativa no Rio de Janeiro. As iniciativas governamentais são pouco significativas, se dão de modo isolado e desconectado entre si e não geram impactos estruturantes para o desenvolvimento dos empreendimentos no médio e longo prazos; as instituições de fomento técnico também atingem os setores de modo pouco significativo sem gerar mudanças reais nas dinâmicas econômicas dos setores criativos e na oferta de ambientes permanentes voltados para a criatividade e à inovação. O acesso a novos mercados ainda é limitado, sendo a maior parte dos relacionamentos econômicos restritos à cidade.</p>
<p><b>Desafio</b></p> <p>Desenvolvimento de políticas públicas de economia criativa voltadas para o desenvolvimento local e regional, por meio de uma articulação concertada entre a sociedade civil e arranjos institucionais</p>

integradores de programas e projetos nos territórios, mobilizando e fortalecendo sistemas produtivos e redes econômicas.

Fonte: elaborado pela autora.

O confronto dos diagnósticos e os desafios da economia criativa carioca, descritos acima, com o diagnóstico da estrutura dos órgãos governamentais presentes na cidade evidenciam a incapacidade do estado de fazer frente às problemáticas relativas à complexidade do campo.

O estado-rede, conforme descrito no início deste tópico, é um organismo vivo que demanda capacidades estatais descentralizadoras de poder e autoridade, flexibilidade na negociação, coordenação sem gerar dependências, promoção de empoderamento por meio do desenvolvimento de estruturas policêntricas nos territórios, concepção da participação cidadã dentro de um sistema de governança que garanta a legitimidade das ações, atuação de forma transparente, incorporação de tecnologias nos processos de gestão com capacidade inovativa e criação de uma ambiência de geração de aprendizagem e conhecimento contínuos.

O estado, portanto, da forma como está hoje estruturado, necessitaria de uma reformulação profunda que demandaria muito tempo para ser implementada, além de uma vontade política efetiva de mudança neste sentido. Deste modo, apesar de aparentemente óbvia, a lógica do estado-rede é bastante complexa e difícil de ser assumida no curto e médio prazos, considerando-se as dinâmicas, as estruturas, os jogos de poder e a cultura do próprio estado. Portanto, emerge a seguinte questão: É possível e viável, nas condições atuais, a proposta de um modelo intermediário que garanta minimamente a construção de arranjos institucionais efetivos que deem conta da complexidade e das necessidades dos setores criativos nos territórios considerando-se seus sistemas produtivos e redes econômicas?

Considerando-se a fragilidade das estruturas do estado no plano municipal e estadual, além das disputas políticas e de poder, potencializadas pelas sobreposições de redes de interesse formais e informais, entre os órgãos constituintes do poder público, esta tese aponta como sugestão (provocação) a criação de uma Agência Metropolitana do Desenvolvimento da Economia Criativa do Rio de Janeiro (AMDEC-RJ), que funcionaria como lócus institucional desse processo, como uma instância que assumiria o papel de agente integrador de programas e projetos, como um *hub* de políticas públicas de

economia criativa para a região, priorizando o fortalecimento de sistemas produtivos e redes de economia criativa na perspectiva do desenvolvimento local e regional.

Como a cidade do Rio de Janeiro se configura como uma metrópole e sua economia se constitui e é afetada por profissionais e empreendedores que transitam entre os municípios limítrofes, nada mais lógico do que incorporá-los no escopo territorial a ser atendido pela Agência. A atuação da AMDEC-RJ abarcaria, portanto, toda a região metropolitana, incluindo os municípios do Rio de Janeiro, Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Itaboraí, Japeri, Magé, Maricá, Mesquita, Nilópolis, Niterói, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São Gonçalo, São João de Meriti, Seropédica, Tanguá, Itaguaí, Rio Bonito e Cachoeiras de Macacu<sup>121</sup>. Sua constituição poderia se dar por meio de um consórcio público ou convênio de cooperação entre os entes federados<sup>122</sup>, estabelecendo uma governança interfederativa que garantisse o "compartilhamento de responsabilidades e ações entre entes da Federação em termos de organização, planejamento e execução de funções públicas de interesse comum" (Art. 2, IV da Lei n. 13.089, de 12 de janeiro de 2015)<sup>123</sup>.

À AMDEC-RJ caberia a mobilização e a articulação de múltiplos arranjos institucionais integrados em programas e projetos, desenvolvidos nos territórios com o envolvimento da sociedade civil, com a finalidade de enfrentar os desafios identificados no Quadro 14. As articulações políticas envolveriam tanto poder executivo (federal, estadual e municipal), priorizando as pastas da Cultura, do Turismo, do Desenvolvimento Econômico, do Trabalho e Emprego, da Educação, da Ciência, Tecnologia e Inovação e da Fazenda; quanto o poder legislativo (federal, estadual e municipal) no debate sobre marcos regulatórios estruturantes das atividades dos setores criativos nos territórios. As articulações com a sociedade civil deveriam ser sistematizadas através de mecanismos garantidores não só de consulta mas de deliberação e corresponsabilidade, envolvendo

---

<sup>121</sup>Projeto de Lei Complementar Nº 10/2015 - “Dispõe sobre a região metropolitana do rio de janeiro, sua composição, organização e gestão, define as funções públicas e serviços de interesse comum, cria a agência executiva da região metropolitana do rio de janeiro e dá outras providências.” (vide: <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/scpro1519.nsf/34c4e2da9b17c0d3832566ec0018d830/2ea5aadf9ff8f7b083257eba0077190a?OpenDocument>)

<sup>122</sup>Constituição Federal - **Modalidade de Gestão Associada Voluntária** => “Art. 241. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios disciplinarão por meio de lei os **consórcios públicos** e os **convênios de cooperação entre os entes federados, autorizando** a gestão associada de serviços públicos, bem como a transferência total ou parcial de encargos, serviços, pessoal e bens essenciais à continuidade dos serviços transferidos (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998).”

<sup>123</sup>Estatuto da Metrópole: vide - [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/113089.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113089.htm)

associações patronais e de classe, além de câmaras temáticas constituídas por representantes setoriais e territoriais.

A construção dos arranjos institucionais se dariam em cima de duas linhas prioritárias de atuação: a primeira promotora de fomento (técnico e financeiro) e de acesso a mercados (locais, regionais, nacionais e internacionais); a segunda relacionada com programas e projetos voltados para formação e para a geração de conhecimento de profissionais e empreendedores atuantes nas redes de economia criativa. A AMDEC-RJ contemplaria, portanto, programas e projetos voltados para a criatividade e a inovação de redes e sistemas produtivos de economia criativa, potencializados por incubadoras, aceleradoras, *makerspaces*<sup>124</sup>, *fablabs*<sup>125</sup>, espaços de *coworking*, *thinktanks*<sup>126</sup>, escolas de formação livre, feiras, mostras, festivais, projetos de pesquisa, seminários, congressos, sistemas de financiamento alternativo (ex.: plataformas de *crowdfunding* e bancos comunitários de desenvolvimento<sup>127</sup>), entre outros. A Figura 25 apresenta uma rede de instituições, potenciais parcerias que poderiam ser articuladas pela AMDEC-RJ.

---

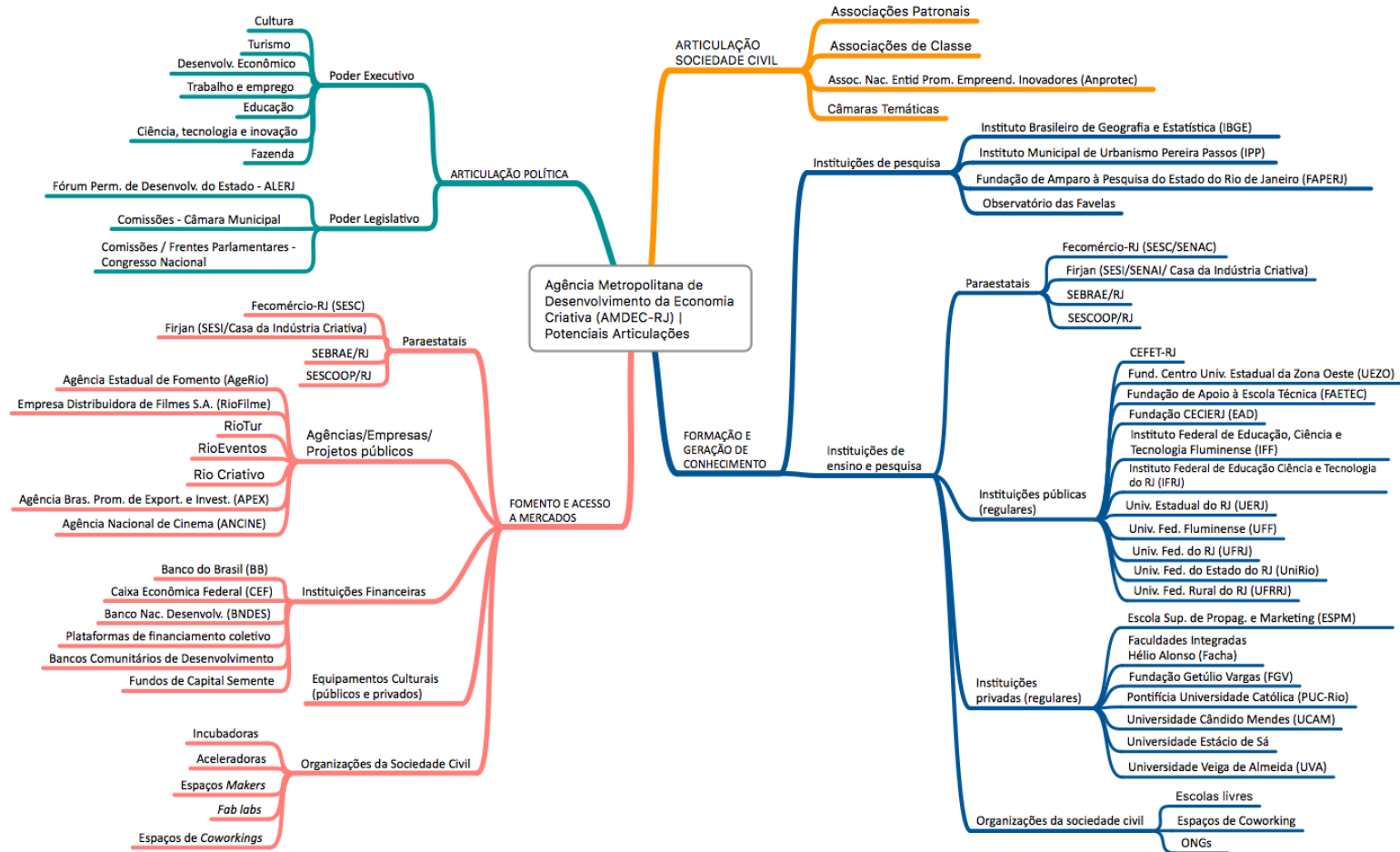
<sup>124</sup>“Os *makerspaces* segundo Taylor et al (2016) são espaços sociais, com oficinas abertas que disponibilizam diversas ferramentas e equipamentos possibilitando o desenvolvimento de projetos individuais ou colaborativos para que pessoas com diferentes habilidades e interesses comuns possam colaborar e aprender uns com os outros” (COSTA; PELEGRINI, 2017, p.59). Exemplo no Rio de Janeiro: Olab (vide:<https://www.olabi.org.br>)

<sup>125</sup>“Os *fablabs* se diferenciam dos demais espaços *maker* por apresentar requisitos básicos, tais como: abertura do espaço para comunidade em parte do tempo, participação ativa na rede de *fablabs* e compartilhamento de conhecimento, arquivos e documentação”(COSTA; PELEGRINI, 2017, p.59). Exemplos: Rede de *fablabs* no Brasil (vide: <https://www.fablab.io/labs?country=br>).

<sup>126</sup>ThinkTanks são organizações voltadas para a produção de conhecimento em assuntos específicos de interesse social, econômico, cultural, ambiental, tecnológico ou político. (vide: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/12/01/O-que-são-think-tanks.-E-como-eles-influenciam-a-pol%C3%ADtica>)

<sup>127</sup>“Bancos Comunitários são serviços financeiros solidários, em rede, de natureza associativa e comunitária, voltados para a geração de trabalho e renda na perspectiva de reorganização das economias locais, tendo por base os princípios da Economia Solidária. Seu objetivo é promover o desenvolvimento de territórios de baixa renda, através do fomento à criação de redes locais de produção e consumo.” (Banco Palmas - vide: site - <http://www.institutobancopalmas.org> e vídeo - <https://www.youtube.com/watch?v=NOT6meWB0aM> / Banco Comunitário União Sampaio e Agência Popular Solano Trindade - vide: Blog - <http://bancocomunitariosampaio.blogspot.com.br/> e vídeo - <https://www.youtube.com/watch?v=uCUDngoIvwk>)

Figura 25: A AMDEC-RJ e suas articulações institucionais



Fonte: elaborado pela autora.

As instituições de fomento e de acesso a mercados e as instituições voltadas para a formação e produção de conhecimentos são fundamentais na composição destes arranjos embora não suficientes. Os arranjos institucionais devem contemplar, necessariamente, empreendimentos e iniciativas da sociedade civil com forte incidência nos territórios, no sentido de garantir ações articuladas, cooperadas consistentes com as reais necessidades do campo. A seguir, alguns exemplos de instituições deste tipo:

- Observatório de Favelas<sup>128</sup> - organização da sociedade civil, dedicada à produção de conhecimento, por meio da realização de pesquisas, e à proposição de políticas públicas voltadas para o enfrentamento das problemáticas em territórios de favelas.
- Central Única das Favelas (CUFA)<sup>129</sup> – organização da sociedade civil, voltada para a promoção da cidadania e da inclusão social e produtiva de jovens de comunidades em situação de risco. Desenvolve projetos nas áreas de educação, esporte, lazer, arte, cultura e cidadania.
- Polo de Economia Criativa da Zona Oeste<sup>130</sup> – rede de agentes, empreendedores, coletivos e instituições do campo cultural e criativo atuantes na zona oeste da cidade do Rio de Janeiro. Tem como missão a articulação dos diversos atores no território com o objetivo de gerar conhecimento sobre e para a rede; de apoiar e promover programas de capacitação e de trocas de saberes e experiências; estimular e articular a realização de feiras, rodadas de negócios, festas e festivais; e de mobilizar os agentes para questões de natureza coletiva relativas ao desenvolvimento do território.
- Rede Asta – negócio social voltado para o empreendedorismo, a promoção e o desenvolvimento de artesãs, por meio da utilização de resíduos sólidos como matéria-prima. A Rede Asta atualmente conecta artesãs de todo o Brasil para a criação e o desenvolvimento de soluções sustentáveis e criativas no reaproveitamento de resíduos.

---

<sup>128</sup>Observatório das Favelas: vide - <http://observatoriodefavelas.org.br>

<sup>129</sup>CUFA (Central Única das Favelas): vide - <https://www.cufa.org.br/index.php>

<sup>130</sup>Polo de Economia Criativa da Zona Oeste: vide - <http://vinil69.com.br/site/polo.php>

- Gomeia Galpão Criativo<sup>131</sup> - espaço de *coworking* de coletivos culturais e empreendimentos criativos da Baixada Fluminense. Para além do compartilhamento do espaço de trabalho, o grupo se articula através de projetos com impacto no desenvolvimento local por meio do estímulo de práticas colaborativas e soluções inovadoras.

A AMDEC-RJ funcionaria, portanto, como o agente mediador e catalizador do estado-rede, assumindo a metáfora do *Hub*, coordenando, articulando, estimulando, apoiando e fortalecendo iniciativas e empreendimentos que também funcionem como hubs de outros empreendimentos, distribuídos nos territórios, por meio de redes de conhecimento (universidades, centros e institutos de pesquisa, associações, federações, plataformas etc), redes de formação (universidades, institutos, escolas profissionalizantes, escolas de formação livre, Sistema S etc), redes de fomento técnico e financeiro (Sistema S, incubadoras, aceleradoras, labs de inovação, parques tecnológicos, bancos, plataformas de financiamento coletivo, agências de fomento e desenvolvimento etc) e redes voltadas para articulações políticas e legislativas (poder executivo, poder legislativo, entidades representativas, associações de classe e coletivos), todas integradas nos sistemas produtivos e nas redes de economia criativa da Região Metropolitana do Rio de Janeiro.

#### **4.6 Considerações finais**

O histórico das políticas públicas de economia criativa no mundo completa 25 anos em 2019 e nesta curta caminhada muito foi feito e muito há o que se fazer. Num campo de disputas políticas e acadêmicas, a temática tem avançado e se fortalecido por meio de experiências que, com erros e acertos, tem conseguido apontar para caminhos efetivos para o desenvolvimento de países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Ainda que o histórico recente do Brasil não seja muito animador, frente a uma série de instabilidades e retrocessos de natureza política, percebe-se claramente o potencial de desenvolvimento da economia criativa nos territórios, onde sistemas produtivos e redes econômicas e de conhecimento se estabelecem e se constituem mesmo

---

<sup>131</sup> Gomeia Galpão Criativo: vide - <http://gomeia.com.br>



que em bases frágeis. As políticas, os programas, os projetos e as estruturas de um estado defasado nas suas capacidades institucionais, com mecanismos participativos frágeis e pouco efetivos para a legitimação de suas ações, além de incapaz de se constituir enquanto rede por meio de arranjos institucionais alinhados e eficazes, afeta negativamente a construção de um modelo de desenvolvimento local e regional que valorize as riquezas presentes nos territórios, que reconheça nas sociabilidades, na cooperação e na colaboração caminhos para soluções inovativas frente aos problemas e aos desafios a serem enfrentados.

Neste sentido, é evidente a necessidade de uma reformulação para constituição de um estado-rede, mediador de relações e articulações multiníveis, potencializador de sinergias, promotor do bem comum, estimulador e apoiador de autonomias através da descentralização de processos empoderando os atores nos territórios, transparente na sua atuação, atualizado em processos administrativos e de gestão e com uma equipe competente e em contínuo processo de aprendizagem.

No entanto, na maioria das vezes, o tempo do estado é lento e não acompanha a velocidade dos fatos, dos acontecimentos e das necessidades de mudança. E, no caso do campo da economia criativa, a ação do estado não apenas é lenta mas quase insignificante quando se analisa um país com as dimensões continentais, como é o caso brasileiro, ou uma metrópole como o Rio de Janeiro, favorecida em termos de densidade institucional mas extremamente frágil na sua capacidade estatal.

As vocações culturais e os potenciais criativos e inovadores da cidade tem obtido reconhecimento mas o investimento correspondente é ainda muito aquém para a geração de saltos reais para um reposicionamento econômico na região, através do fortalecimento de processos coletivos e modelos de negócios colaborativos que conectem e multipliquem as capacidades dos micro e pequenos empreendedores da economia criativa da cidade.

Não cabe mais o desenvolvimento de políticas públicas que reforcem processos de dependência e que não sejam realmente estruturantes do campo criativo. Ainda que o estado-rede esteja longe de acontecer, ele deve ser perseguido como modelo para o fortalecimento e o desenvolvimento de sistemas produtivos e redes de economia criativa.

Retomando Cunningham, Banks e Potts (2008), assume-se o modelo de inovação ou modelo de economia criativa, optando-se por um conceito de economia criativa como um sistema complexo facilitador e promotor de desenvolvimento, como um processo de mudança econômica e cultural que se utiliza da criatividade como recurso, que considera

em sua constituição aspectos identitários e que promove a geração de conhecimentos focados na experimentação, na diferença e na inovação.

A lógica do desenvolvimento local e regional (FURTADO, 2008), pautado pela cultura e pela ampliação das liberdades (SEN, 2000), se integra na construção de um novo modelo de desenvolvimento com impacto efetivo na construção de uma nova globalização (SANTOS, 2001), capaz de incorporar tecnologias globais às práticas, vivências e atividades econômicas locais, valorizando a diversidade cultural nos territórios ao mesmo tempo que amplia oportunidades para a geração de trabalho e renda. Numa rede de tensões e convergências, a economia criativa é viva e resultado das relações sistêmicas entre múltiplos atores, políticos, econômicos, sociais e culturais nos territórios.

## **Conclusões**

A economia criativa no Brasil mais do que um potencial é uma realidade, uma oportunidade e uma alternativa estratégica para o desenvolvimento do país. No entanto, é preciso ter claro sobre em que bases esta economia deve ser desenvolvida e fortalecida, sobre qual modelo de desenvolvimento deve ser adotado.

Conforme pôde ser visto no decorrer desta tese, a importação de modelos hegemônicos não é suficiente e nem adequada ao contexto de países em desenvolvimento. A assimilação e a reprodução de suas práticas e dinâmicas econômicas só reforçam a dependência cultural tão combatida por Furtado (2008), repercutindo na fragilização de uma ambiência promotora de autonomias e de capacidades inovativas. Soma-se a isso a consolidação de um modelo não incluyente, que privilegia a grande indústria, concentradora, e que replica lógicas de mercados globais. Nesse sentido, uma economia criativa brasileira deveria incorporar processos geradores de autonomias e liberdades (SEN, 1999) que apontem para uma nova ética, onde os meios não se sobreponham aos fins, onde a produção de riqueza econômica sirva como suporte para a promoção da qualidade de vida, gerando vantagens individuais e benefícios coletivos.

Esta economia deve, portanto, ter na sua centralidade a criatividade e a liberdade como fruto de um processo cultural mais amplo e profundo, baseado em um sistema que valorize a diversidade cultural dos e nos territórios, que estimule e fomente a inovação para a geração de novos produtos, processos e tecnologias, que promova sustentabilidades (políticas, econômicas, culturais, sociais e ambientais) e que garanta o acesso a oportunidades de crescimento e desenvolvimento produtivo.

Neste contexto, o desenvolvimento local e regional emerge como meio e processo para a expansão destas capacidades, reconfigurando estruturas e dinâmicas políticas, econômicas, culturais e sociais nos territórios, dentro de uma perspectiva sistêmica. O fortalecimento de sistemas produtivos e redes de economia criativa deve, deste modo, se dar a partir da articulação de arranjos institucionais, promotores de dinâmicas policêntricas que integrem estado, iniciativa privada e sociedade civil através de sistemas de governança ágeis, eficientes e eficazes, garantidores de mecanismos que incorporem processos participativos geradores de corresponsabilidade.

Na lógica do desenvolvimento local, a valorização das identidades culturais e dos conhecimentos locais conectam atores na busca por soluções inovadoras, autônomas e redutoras das desigualdades, assumidas coletivamente e de modo compartilhado. No entanto, é importante se ter claro que a valorização da cultura e dos saberes locais não se encerra em si mesma, visto que as dinâmicas globais interferem nos conhecimentos, nos valores e nas práticas nos territórios. Apesar da globalização se pautar por processos homogeneizantes, seus impactos nas pessoas e nos lugares acabam por reforçar e produzir novas heterogeneidades. E a homogeneização, ainda que favoreça o mercado global, não supre a heterogeneidade de uma demanda planetária e diversa (SANTOS, 2001).

A alternativa, portanto, para países em desenvolvimento e/ou subdesenvolvidos, é o fortalecimento e o desenvolvimento de uma economia criativa que se fortalece e se diferencia a partir do local mas que se apropria de mecanismos e tecnologias globais, por meio de práticas colaborativas, solidárias, inclusivas e inovadoras, tendo na diversidade cultural seu elemento diferenciador.

A análise das dinâmicas dos sistemas produtivos e das redes econômicas dos setores criativos no Rio de Janeiro serviu como base essencial para estas conclusões. Em termos de distribuição geográfica, pôde ser verificada a presença e o adensamento de empreendedores em todas as regiões da cidade, mantendo relações e conexões econômicas tanto no âmbito interno quanto externo aos setores. A economia criativa é uma economia de redes intersetoriais que se estabelecem no desenvolvimento de projetos multiliguagens, na complementaridade de expertises, na troca de saberes múltiplos e necessários para os processos de criação e para o desenvolvimento de produtos, na integração de atividades necessárias para as relações com os diversos públicos e mercados.

As configurações destes sistemas produtivos e redes econômicas contemplam e integram tanto profissionais das áreas-fim, relacionadas com a criação de bens e serviços criativos, quanto das áreas-meio, essenciais para a execução dos projetos e o desenvolvimento de atividades de apoio relacionadas com questões financeiras, de marketing, de tecnologia, de logística, de infraestrutura, jurídicas entre outras. Somam-se a essas redes, os arranjos institucionais necessários para o fortalecimento e o desenvolvimento do setores seja contribuindo com a geração de conhecimento, com o fomento técnico e financeiro ou com questões associadas à proposição e a cobranças de

marcos legais facilitadores e promotores de processos de desenvolvimento dos profissionais e dos empreendimentos nos territórios.

As estruturas e o desenvolvimento organizacional dos empreendimentos criativos, constituídos em sua maioria por micro e pequenas empresas, são precários e dependentes de fontes de fomento e financiamento que não são suficientes ou são inadequadas às suas dinâmicas econômicas para o desenvolvimento de atividades produtivas sustentáveis no médio e longo prazos. Por outro lado, há um despreparo do empreendedor na lida com questões de natureza econômica e de gestão. No entanto, a prática tem demonstrado exemplos de iniciativas e de mobilização na busca por modelos de espaços e de negócios colaborativos com a finalidade de enfrentar e mitigar suas fragilidades, compartilhando custos, potencializando sinergias e fortalecendo complementaridades.

Apesar das tecnologias digitais estarem incorporadas nas dinâmicas cotidianas de convivências e conexões existenciais ou econômicas, o uso delas ainda é muito limitado e relacionado, preferencialmente, a funções de comunicação, sem retornos financeiros efetivos. O domínio de técnicas e de estratégias de monetização ainda é uma realidade distante para a maioria dos empreendedores. Deste modo, percebe-se que instituições fundamentais relacionadas à geração de conhecimento e ao fomento técnico e financeiro, necessárias para o fortalecimento e para o desenvolvimento dos empreendimentos, mantem laços frágeis com os empreendedores, quando não estão descompassados e desatualizados como as demandas reais e efetivas do campo.

No que se refere aos processos de formação e de geração de conhecimento, é evidente o reconhecimento da contribuição da infraestrutura institucional de educação da cidade, embora o empreendedor ou profissional criativo reconheça que a priorização dos ofícios em si acaba por preterir aspectos importantes relacionados ao conhecimento do mercado e de suas dinâmicas, configurações e temáticas essenciais para a realização de projetos e o desenvolvimento de carreiras e empreendimentos de modo consistente e sustentável. Muito do conhecimento produzido e transmitido ocorre de forma tácita. Neste sentido, os espaços de *coworking*, a participação em feiras, festivais, mostras, congressos e seminários são evidenciados como espaços fundamentais para a geração e troca de conhecimentos. Mais do que formar profissionais criativos que dominem conhecimentos de ofício (específicos) e de mercado, é preciso criar uma rede de profissionais qualificados para o campo que se reconheçam e interajam por meio de conexões econômico-produtivas efetivas e afetivas.

A compreensão da importância de se colaborar e cooperar é clara para a grande maioria dos empreendedores e se dão prioritariamente dentro das dinâmicas econômicas a montante e a jusante das atividades setoriais. Os sistemas produtivos e as redes econômicas e de conhecimento funcionam de modo espontâneo em função de projetos específicos, mas são pouco articulados em processos colaborativos mais amplos com capacidade de gerar verdadeiros saltos de desenvolvimento para estes setores.

Conforme pôde ser verificado na pesquisa realizada, a cidade do Rio de Janeiro é preta de uma diversidade cultural que a constitui com uma face plural e cosmopolita, que a integra por meio de sociabilidades e identidades geradoras de pertencimento, mas que é pouco revertida em termos de uma riqueza econômica, garantidora de dinâmicas econômicas sustentáveis para as redes e os sistemas produtivos dos setores criativos da cidade.

O discurso do Rio como cidade criativa é frágil e sucumbe ao conceito de um marketing urbano que se apropria do patrimônio cultural da cidade em seu aspecto utilitário relacionado ao seu potencial turístico, sem enfrentar questões mais amplas associadas às soluções da cidade e ao desenvolvimento de projetos estruturantes para o fortalecimento dos empreendimentos, das redes e dos seus sistemas produtivos de economia criativa.

Regiões metropolitanas, como a do Rio de Janeiro, são espaços de desigualdades profundas mas de grandes potências criativas em virtude do adensamento de empreendimentos, instituições e infraestruturas urbanas, ao mesmo tempo que demandam um nível mínimo de articulação e cooperação entre os diversos atores. Os arranjos institucionais no Rio de Janeiro são frágeis e pontuais, as políticas de economia criativa, apesar de avançadas em comparação com outras cidades do país, são pouco significativas quando analisamos a densidade dos empreendimentos e as dimensões territoriais por onde estão espalhados. As relações que os empreendedores estabelecem com as instituições e os órgãos públicos são burocráticas e dependentes.

A economia criativa em sua essência é uma economia de rede e deve ser, deste modo, potencializada por meio de processos colaborativos e cooperativos articulados por meio de arranjos institucionais amplos, envolvendo atores públicos e privados. O estado-rede emerge, portanto, com um papel essencial de mediador, integrando forças, articulando redes, mobilizando arranjos institucionais, estimulando a cooperação e reconhecendo o sistema territorial como uma rede de tessituras que pode ser

potencializada e fortalecida somente por meio de uma atuação sistêmica e policêntrica, criando processos de empoderamento e de promoção de encontros e trocas.

Entretanto, a fragilidade das instituições que compõem o estado demonstram a necessidade de uma ampla reforma que não será conquistada facilmente. O estado-rede no contexto atual é inviável mas não deixa de ser um modelo que deva ser perseguido como sistema de atuação político-institucional dos governos. Apesar de não ser possível a sua concretização no curto-prazo, existem etapas que podem ser cumpridas em sua direção. A proposta de uma Agência Metropolitana de Desenvolvimento da Economia Criativa do Rio de Janeiro (AMDEC-RJ) se coloca como uma provocação, como uma espécie de etapa intermediária em função da possibilidade de agir como *hub* de conexões das políticas, dos programas e dos projetos institucionais com os sistemas produtivos e as redes de economia criativa da região. A AMDEC-RJ, em última instância, funcionaria como mediadora e catalizadora das ações do estado-rede.

Em síntese, os debates e as reflexões suscitadas no decorrer desta tese apontam para algumas questões de natureza estruturante quando analisamos as dinâmicas da economia criativa dentro de um sistema territorial. A primeira delas revela ser impossível se pensar uma economia descontextualizada das dimensões políticas, sociais e culturais presentes nos territórios; a segunda se refere ao fato de que a importação de modelos de desenvolvimento repercute, invariavelmente, em processos de dependência que impedem o surgimento e o fortalecimento de autonomias e de liberdades necessárias para os processos de inovação, ampliando ainda mais as desigualdades sociais e econômicas; a terceira reconhece a importância da cultura, dos conhecimentos e das práticas locais no desenvolvimento de soluções e tecnologias sociais duradouras em virtude do compartilhamento de códigos que favorecem o entendimento e a apropriação social; a quarta chama atenção para os tensionamentos e convergências entre processos globais e resistências locais que podem ser, de algum modo, integrados por meio de dinâmicas de apropriação e reinvenção, valorizando as identidades locais através da incorporação de práticas e tecnologias globais; a quinta estabelece que a formulação e implementação de políticas públicas de economia criativa voltada para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes econômicas demanda um estado constituído e articulado em rede com capacidade de agir e de se articular com múltiplos atores, integrando sinergias e complementaridades institucionais a partir das condições e das demandas provenientes dos territórios.

Por fim, é importante frisar que, como todo estudo, este tem as suas limitações. Se por um lado, ele permitiu uma visão ampla das dinâmicas dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa dos seis setores investigados na cidade, identificando fragilidades e fortalezas e aspectos fundamentais que apontaram para o desenho de um sistema de atuação constituidor de um estado-rede, com capacidade efetiva e promotora de transformações concretas; por outro, demanda análises territoriais mais profundas e qualitativas acerca de modelos de negócios e de gestão que tem propiciado processos transformadores nas dinâmicas econômicas de empreendimentos criativos na cidade.

Como proposta de agenda para pesquisas futuras, seria relevante o desenvolvimento de estudos que tratassem de modo específico e aprofundado as relações e conexões possíveis entre economia criativa e economia solidária, posto que ambas possuem um enorme potencial de impacto no desenvolvimento local de comunidades periféricas e excluídas, já existindo casos práticos e iniciativas em curso no país que tem demonstrado o vigor do encontro entre esses dois campos<sup>132</sup>.

---

<sup>132</sup> Um exemplo de iniciativa é o **Banco Comunitário União Sampaio**, situado no bairro Jardim Maria Sampaio, em São Paulo (capital), oferece microcrédito para moradores e empreendedores do bairro, promovendo o desenvolvimento local da comunidade. Neste processo, deu origem a uma iniciativa importante e de impacto significativo na produção cultural do bairro. Jovens da comunidade que trabalhavam no Banco criaram a **Agência Solano Trindade**, uma agência com o objetivo de viabilizar a produção artística da periferia através de uma moeda social denominada Solano. A ação de fomento da Agência Solano Trindade é voltada tanto para a produção como para a comercialização dos produtos artísticos da comunidade, apoiando artistas e empreendedores do campo cultural, gerando trabalho e renda. Esta iniciativa funciona como uma plataforma de troca de serviços. Para adquirir mais Solanos, é preciso prestar mais serviços. E este movimento aquece a dinâmica de produção e de consumo cultural no bairro. (vide: <https://www.youtube.com/watch?v=uCUDngoIvwk>)



## Referências

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AUSTRALIA. *Creative nation: commonwealth cultural policy, october 1994*. Disponível em: <http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>. Acesso em: 2011.

BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka. *Voice, choice and diversity through creative industries - Towards a new development agenda*. In: BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka (edit). **Creative Industries and Developing Countries: voice, choice and economic growth**. Abingdon, New York: Routledge, 2008 (Routledge studies in contemporary political economy).

BENDASSOLLI, Pedro F. e BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo. **Significado do trabalho nas indústrias criativas**. RAE • São Paulo • v. 51 • n. 2 • mar./abr. 2011 • 143-159. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v51n2/v51n2a03.pdf> Acesso em: novembro de 2014.

BENDASSOLLI, Pedro F. e WOOD JR., Thomaz. **O paradoxo de Mozart: Carreiras nas indústrias criativas**. o&s (Organizações & Sociedade) - Salvador, v.17 - n.53, p. 259-277 - Abril/Junho - 2010 259, [www.revistaoes.ufba.br](http://www.revistaoes.ufba.br).

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; PINA E CUNHA, Miguel. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades**. ©RAE • São Paulo • v. 49 • n.1 • jan./mar. 2009 • 010-018 / ISSN 0034-7590.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

BOLAÑO, César et al. Uma economia política da cultura e da criatividade. In: LEITÃO, Cláudia; MACHADO, Ana Flávia. **Por um Brasil criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira**. Belo Horizonte: Código Editora, 2016.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Conceito de cultura em Celso Furtado**. Salvador: EDUFBA, 2015.

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

\_\_\_\_\_. **Relatório de Ações da SEC – 2011 a 2013**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/950374/Relatório/32a18e51-0299-483f-9604-96a3e221b0ab>. Acesso em: Setembro de 2013.

\_\_\_\_\_. **Relatório Final – Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura**. Brasília: Ministério da Cultura, 2016. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA\\_PNEC\\_RELATÓRIO+FINAL.compressed.pdf/8b6de](http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA_PNEC_RELATÓRIO+FINAL.compressed.pdf/8b6de)

c76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6. Acesso em: outubro de 2016.

\_\_\_\_\_. **Por dentro do Ministério.** Fórum das Indústrias Criativas em Salvador - Centro Internacional das Indústrias Criativas deve ser referência para a Indústria Criativa Mundial. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/por-dentro-do-ministerio/-/asset\\_publisher/dhdgdV8fiG9W/content/forum-das-industrias-criativas-em-salvador-40525/10883](http://www.cultura.gov.br/por-dentro-do-ministerio/-/asset_publisher/dhdgdV8fiG9W/content/forum-das-industrias-criativas-em-salvador-40525/10883). Acesso em: junho de 2017.

\_\_\_\_\_. **Constituição Federal de 1988.** Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: [https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88\\_Livro\\_EC91\\_2016.pdf?sequence=1?concurso=CFS%202%202018](https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf?sequence=1?concurso=CFS%202%202018)>. Acesso em: julho de 2017.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior. **Estatísticas de comércio exterior – Comex Vis: Brasil Geral.** Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/comex-vis/frame-brasil>>. Acesso em: janeiro de 2018.

BRITO, Fausto. **O deslocamento da população brasileira para as metrópoles.** Estudos Avançados 20 (57), 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/10158/11742>> Acesso em: março de 2018.

CAMPOS, Humberto A.. **Falhas de mercado e falhas de governo:** uma revisão da literatura sobre regulação econômica. Prismas: Dir., Pol. Publ. e Mundial., Brasília, v. 5, n. 2, p. 341-370, jul./dez. 2008. Disponível em: <https://www.olibat.com.br/documentos/prismas-regulacao-economica.pdf>. Acesso em: março de 2018.

CAPORALI, Renato; VOLKER, Paulo (Orgs). **Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais:** Projeto Promos- Sebrae - BID: versão 2.0. Brasília: Sebrae, 2004. 287 p.

CARVALHO, Mônica de. **Cidade global:** anotações críticas sobre um conceito. São Paulo em Perspectiva, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v14n4/9753.pdf>>. Acesso em: setembro, 2017.

CASSIOLATO, José E.; SZAPIRO, Marina. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E.; MACIEL, Maria Lúcia (Orgs). **Pequena empresa:** cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

CASSIOLATO, José Eduardo; MATOS, Marcelo Pessoa de. Política brasileira para arranjos produtivos locais: o aprendizado acumulado e suas perspectivas. In: LASTRES, Helena M. M.; PIETROBELI, Carlos; CARPORALI, Renato; SOARES, Maria C.C.; MATOS, Marcelo Pessoa de; **A nova geração de políticas de desenvolvimento produtivo:** sustentabilidade social e ambiental. Brasília: CNI, 2012. Disponível em: <https://publications.iadb.org/handle/11319/3159>. Acesso em: janeiro de 2018.

CASSIOLATO, José Eduardo; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais em atividades culturais e políticas para

sua promoção. In: CASSIOLATO, José Eduardo; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M. (Orgs). **Arranjos produtivos locais: uma alternativa para o desenvolvimento: criatividade e cultura**.v.1. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

CASTELLS, Manuel. Para o Estado-Rede: globalização econômica e instituições políticas na era da informação. In: PEREIRA, L. C. Bresser; WILHEIM, Jorge; e SOLA, Lourdes (Orgs). **Sociedade e Estado em Transformação**. São Paulo: Editora da UNESP; Brasília: Editora da UNB, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CORAZZA, Rosana Icassatti. **Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas**. Revista Brasileira de Inovação, Campinas (SP), 12 (1), p.207-231, janeiro/junho 2013.

COSTA,Christiane M. O. N. G.;PELEGRINI, Alexandre Vieira. **O Design dos Makerspaces e dos Fablabs no Brasil: um mapeamento preliminar**. *Design & Tecnologia*, ISSN-e 2178-1974, Vol. 7, Nº. 13, 2017, págs. 57-66. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6137560>>. Acesso em: março de 2018.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CUNILL-GRAU, Nuria. *Servicios sociales y asociaciones público privadas: ¿conquiénes y para qué toda vez que está en juego la construcción de ciudadanía?* In: FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. et. Al. **Políticas públicas na América Latina: novas territorialidades e processos**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p. 262 a 292.

CUNNINGHAM, Stuart et al. *Financing creative industries in developing country contexts*. In: BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka (edit). **Creative Industries and Developing Countries: voice, choice and economic growth**. Abingdon, New York: Routledge, 2008 (Routledge studies in contemporary political economy).

CUNNINGHAM, Stuart; BANKS, John; POTTS, Jason. *Cultural economy: the shape of the field*. In: ANHEIER, Helmut K.; et.al (edit). **The cultural economy**. Los Angeles, London, New Delhi, Sigapore: SAGEs Publications, 2008 (The Cultures and Globalizations Series, v2).

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

DELAMAZA, Gonzalo. *Contexto y características de la institucionalización de la participación em las políticas públicas. Um modelo metodológico a partir del caso chileno*. In: FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. et. Al. **Políticas públicas na América Latina: novas territorialidades e processos**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p. 171 a 197.

EISENBERG, José. Governo eletrônico. In: DI GIOVANNI, Geraldo; NOGUEIRA, Marco Aurélio (Orgs.) **Dicionário de Políticas Públicas**. 2.ed. São Paulo: FUNDAP / Imprensa Oficial, 2014, v.2, p.422-425.

ERNST & YOUNG – EY. *Cultural times: the first global map of cultural and creative industries*. EY, 2015. Disponível em: <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)>. Acesso em: fevereiro de 2018.

EVANS, Peter. *Constructing the 21st century developmental state: potentialities and pitfalls*. In: EDIGHEJI, O. (Editor). **Constructing a Democratic Developmental State in South Africa. Potential na dChallenges**. HSRC Press, South Africa, 2010, Cap. 2

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO – FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economicriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>>. Acesso em: dez 2016.

FIANI, Ronaldo. Arranjos institucionais e desenvolvimento: o papel da coordenação em estruturas híbridas. In: GOMIDE, Alexandre de Ávila; PIRES, Roberto Rocha C. **Capacidades estatais e democracia: arranjos institucionais de políticas públicas**. Brasília: IPEA, 2014. p.57 a 81.

FLEMING, Tom. *Targeting creativity through the intermediary - Regional and local approaches in the UK and beyond*. In: BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka (edit). **Creative Industries and Developing Countries: voice, choice and economic growth**. Abingdon, New York: Routledge, 2008 (Routledge studies in contemporary political economy).

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV. **Participação de Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira – Relatório executivo**. Brasília: Sebrae, 2015. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/e55cdb1932bc40120b21bf4d277bb6ea/\\$File/5307.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e55cdb1932bc40120b21bf4d277bb6ea/$File/5307.pdf)>. Acesso em: julho de 2016.

FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

GALA, Paulo. **Complexidade econômica: uma nova perspectiva para entender a antiga questão da riqueza das nações**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado de Políticas para o Desenvolvimento, 2017.

GANDINI, Alessandro (2015). *The rise of coworking spaces: A literature review*. Ephemera theory & politics in organization. Volume 15(1): 193-205. Disponível em: <http://www.ephemerajournal.org/sites/default/files/pdfs/contribution/15-1gandini.pdf>. Acesso em: dezembro de 2017.

GOBIERNO DE CHILE. *Consejo Nacional de la Cultura e las Artes. Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa*. Publicado el 02.05.2017. Disponível em:

<<http://www.cultura.gob.cl/publicaciones/plan-nacional-de-fomento-a-la-economia-creativa/>>. Acesso em: março de 2018.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades:** uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v.35,nº 2, p.57-63. Mar./Abr. 1995.

GOMIDE, Alexandre de Ávila. Capacidades estatais para políticas públicas em países emergentes: (des)vantagens comparativas do Brasil. In: GOMIDE, Alexandre de Ávila; BOSCHI, Renato Raul. **Capacidades estatais em países emergentes:** o Brasil em perspectiva comparada. Rio de Janeiro: IPEA, 2016. 536 p.

GOMIDE, Alexandre de Ávila; PIRES, Roberto Rocha C. Capacidades estatais e democracia: a abordagem dos arranjos institucionais para análise de políticas públicas. In: GOMIDE, Alexandre de Ávila; PIRES, Roberto Rocha C. **Capacidades estatais e democracia:** arranjos institucionais de políticas públicas. Brasília: IPEA, 2014. p.15 a 28.

GRAND JUNIOR, João. **Cultura, criatividade e desenvolvimento territorial na cidade do Rio de Janeiro:** o caso da Rede Carioca de Rodas de Samba. Tese (doutorado). Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2017.

HALL, Peter. **Cidades do amanhã:** uma história intelectual do planejamento e do projeto urbanos no século XX. São Paulo: Perspectiva, 2013.

HERRLEIN JR, Ronaldo; TATSCH, Ana Lúcia. Características e desenvolvimento dos arranjos produtivos locais de economia criativa apoiados pelo Minc. In: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (Org.). **Economia criativa, cultura e políticas públicas.** Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p. 43 a 69. Disponível em:<http://www.ufrgs.br/obec/pubs/CEGOV2016EditorialGTEconomiaCriativadigital.pdf>. Acesso em: janeiro de 2018.

HOWKINS, J. **Economia criativa –** como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2013.

INSTITUTO DE ESTUDOS DO TRABALHO E SOCIEDADE – IETS. Observatório das Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio de Janeiro. **Economia Criativa do Rio de Janeiro e as MPE |** Boletim quadrimestral. Rio de Janeiro: Sebrae/RJ, 2012. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae\\_SET\\_nov12\\_ec\\_crtv.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae_SET_nov12_ec_crtv.pdf)>. Acesso em: julho de 2016.

KAMEL, José Augusto N. e SOUZA, Felipe S. **Entretenimento Social Clube, engenharia de produção e economia da experiência.** Sistemas & Gestão, Rio de Janeiro, v. 7, pp 288-297, 2012.

KINGDON, John. Como chega a hora de uma idéia? In: SARAVIA, Enrique e FERRAREZI, Elisabete (Orgs). **Políticas Públicas.** vol. I. Brasília: ENAP, 2006, pp. 219-223.

KOVÁCS, Máté. A economia criativa e a erradicação da pobreza na África: princípios e realidades. In: REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização.** – São Paulo : Itáu Cultural, 2008. 267 p. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/economia-criativa-como-estrategia-de-desenvolvimento-uma-visao-dos-paises-em-desenvolvimento>> . Acesso em: julho de 2017.

LEITÃO, Cláudia S.; GUILHERME, Luciana L.; OLIVEIRA, Luiz Antônio G.; GONDIM, Raquel V.. **“Nordeste Criativo” e desenvolvimento regional: esboço de uma metodologia para o fomento da economia criativa no nordeste brasileiro.** São Paulo: Extraprensa – Cultura e Comunicação na América Latina, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/77159/81021>> Acesso em: julho de 2011.

LEITÃO, Cláudia Sousa. **Meu verbo cultura: escritos amorosos sobre cultura e desenvolvimento.** 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2016. v. 1. 255p

\_\_\_\_\_. “Ter ou não ter direito à criatividade, eis a questão”: sobre os desafios, os impasses e as perspectivas de um Brasil Criativo. In: LEITÃO, Cláudia Sousa; MACHADO, Ana Flávia. **Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira.** Belo Horizonte: Código Editora, 2016. 384p

LEVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed.34, 1999, p. 246

LIMA, Carmen Lúcia Castro. **Redes sociais e aglomerações produtivas culturais: proposição de método de pesquisa e aplicação ao caso da produção de filmes em Salvador / Carmen Lúcia Castro Lima.** Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, 2009. 345 p.

LOBATO, Lenaura. Algumas considerações sobre a representação de interesses no processo de formulação de políticas públicas. In: SARAIVA, Enrique e FERRAREZI, Elisabete (Orgs). **Políticas Públicas – Coletânea – Volume 1.** ENAPE, Brasília, 2006. p.289 a 313.

MAGALHÃES, Fabio. Celso Furtado e os desafios do Ministério da Cultura. In: FURTADO, Rosa Freire D’Aguiar (Org.). **Ensaios sobre a cultura e o Ministério da Cultura.** Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012.

MATOS, Marcelo P.. **O sistema produtivo e inovativo local do carnaval carioca.** 2007. 143 f. Dissertação (Mestrado em Economia). Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói.

MATOS, Marcelo G. P. de. **Economia da Cultura e Desenvolvimento: Teoria e Evidências a Partir da Análise de Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais Culturais No Brasil.** 2011. 279 f. Tese (doutorado em economia) – Universidade Federal Fluminense. Niterói.

MATOS, Marcelo G.P.; BORIN, Elaine; CASSIOLATO, José E.; ARRUDA, Danilo. A evolução de arranjos produtivos locais em uma década. In: MATOS, Marcelo G.P.;

BORIN, Elaine; CASSIOLATO, José E. **Uma década de evolução dos arranjos produtivos locais**. 1ª Edição. Rio de Janeiro: E-papers, 2015. 416 p.

MATOS, Marcelo Pessoa de; Amaral Filho, J.; Costa, Francisco de Assis. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos culturais. In: MATOS, Marcelo Pessoa de; CASSIOLATO, José Eduardo; LASTRES, Helena M. M.; LEMOS, Cristina; SZAPIRO, Marina. **Arranjos produtivos locais** – Referencial, experiências e políticas em 20 anos da RedeSist. Rio de Janeiro: E-papers, 2017.

MARTES, Ana Cristina Braga; ARAUJO, Theo Lovizio de. Participação social no Brasil: os pressupostos inatingíveis e as boas práticas possíveis. In: FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. et. Al. **Políticas públicas na América Latina**: novas territorialidades e processos. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p. 262 a 292.

MASSARDIER, Gilles. Redes de Política Pública. In: SARAVIA, Enrique e FERRAREZI, Elisabete. **Políticas Públicas** – Coletânea – Volume 2. ENAPE, Brasília, 2006. p. 167 a 185

MELO, Leonardo de Jesus. **Rio, cidade adjetivada**: O direito à cidade e a narrativa cidades inteligentes no contexto 2009-2016. Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, 2017. 310 f.

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. **Economia criativa**: uma visão global. Latitude, vol. 6, n°2, pp.241-265, 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/880/576>>. Acesso em: março de 2018.

MIGUEZ, Paulo. **Repertório de Fontes sobre Economia Criativa**. Salvador: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2007. Disponível em: [http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio\\_economia\\_criativa.pdf](http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf). Acesso em: julho de 2008.

\_\_\_\_\_. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). **Teorias e políticas da cultura**: visões multidisciplinares. Salvador : Edufba, 2007. 257 p. — (Coleção cult). Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/139/4/Teorias%20e%20politicas%20da%20cultura.pdf>>. Acesso em: março de 2018.

MILLER, Toby. **La nueva derecha de los estudios culturales - las industrias creativas**. Tabula Rasa. Bogotá - Colombia, No.15: 115-135, julio-diciembre 2011.

MINISTÉRIO DA CULTURA DE CABO VERDE – MCCV. **Plano Cabo Verde Criativo**: Plano Estratégico Integrado para o Desenvolvimento das Economias Criativas de Cabo Verde. Praia: UNCTAD, 2015. Disponível em: <[http://unctad.org/Sections/ditc\\_cep/docs/ditc\\_ceip\\_2015\\_CaboVerde\\_pt.pdf](http://unctad.org/Sections/ditc_cep/docs/ditc_ceip_2015_CaboVerde_pt.pdf)>. Acesso em: agosto de 2015.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. Pólis. In: DI GIOVANNI, Geraldo; NOGUEIRA, Marco Aurélio (Orgs.) **Dicionário de Políticas Públicas**. 2.ed. São Paulo: FUNDAP / Imprensa Oficial, 2014, v.2, p.703-706.

OLIVEIRA, Luiz Antônio G. Cultura, criatividade e desenvolvimento territorial: reflexões sobre redes e sistemas produtivos de economia criativa. In: LEITÃO, Cláudia Sousa; MACHADO, Ana Flávia. **Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira**. Belo Horizonte: Código Editora, 2016. 384p

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

\_\_\_\_\_. Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>. Acesso em: maio de 2017.

\_\_\_\_\_. Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Artísticas. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>. Acesso em: maio de 2017.

PAGLIOTO, Bárbara Freitas. **A singular mediação entre cultura e economia: economia criativa como estratégia de desenvolvimento**. Dissertação (Mestrado em Economia) do Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, p.161, 2015. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/BUBD-9WNG9H>. Acesso em: julho de 2016.

PARADA, Eugenio Lahera. *Política y políticas públicas*. In: SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete (Orgs). **Políticas Públicas – Coletânea – Volume 1**. ENAPE, Brasília, 2006. P.67 a 95

POTTS, Jason ; CUNNINGHAM, Stuart; HARTLEY, John; ORMEROD, Paul. **Social network markets: a new definition of the creative industries**. J Cult Econ (2008) 32:167–185, DOI 10.1007/s10824-008-9066-y (Journal of Cultural Economics).

RAFFESTIN, C.. **Por uma geografia do poder**. Trad. Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência da sua aplicação na cidade de São Paulo**. Tese (Doutorado) da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade São Paulo. São Paulo, p.297, 2011. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-08042013-091615/pt-br.php>. Acesso em: julho de 2017.

RESSEL, Lúcia Beatriz; COLOMÉ BECK, Carmem Lúcia; ROSA GUALDA, Dulce Maria; HOFFMANN, Izabel Cristina; MARION DA SILVA, Rosângela; DUTRA SEHNEM, Graciela. **O uso do grupo focal em pesquisa qualitativa**. Texto & Contexto



Enfermagem, vol. 17, núm. 4, outubro-diciembre, 2008, pp. 779-786. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71411240020>>. Acesso em: fevereiro de 2018.

ROCHA, Carlos Vasconcelos; CASTRO, José Flávio Moraes. Dilemas da territorialização na produção de políticas públicas: reflexões a partir do caso de consórcios intermunicipais de saúde de um estado brasileiro. In: FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. et. Al. **Políticas públicas na América Latina**: novas territorialidades e processos. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p. 66 a 94.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais no Brasil**: tristes tradições. Galáxia, núm. 13, 2007, pp. 101-113. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, Brasil. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641239008>>. Acesso em: março de 2018.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula. (Orgs.) **Epistemologias do Sul**. São Paulo; Editora Cortez. 2010. 637páginas.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 6ª Edição. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SARAVIA, Enrique. Introdução à teoria da política pública. In: SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete (Orgs). **Políticas Públicas – Coletânea – Volume 1**. ENAPE, Brasília, 2006. p. 21 a 42.

\_\_\_\_\_. Técnicas de Determinação de Prioridades. In: DI GIOVANNI, Geraldo; NOGUEIRA, Marco Aurélio (Orgs.) **Dicionário de Políticas Públicas**. 2.ed. São Paulo: FUNDAP / Imprensa Oficial, 2014, v.2, p.980-983.

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

SCOTT, Allen J. *Economic geography: the great half-century*. *Cambridge Journal of Economics*, Volume 24, Issue 4, 1 July 2000, Pages 483–504, <https://doi.org/10.1093/cje/24.4.483>.

SCOTT, Allen J. *A perspective of economic geography*. *Journal of Economic Geography*, Volume 4, Issue 5, 1 November 2004, Pages 479–499, <https://doi.org/10.1093/jnlecg/lbh038>.

SCOTT, Allen J.; STORPER, Michael. *Regions, globalization, development*. Published, 2003: *Regional Studies*, vol. 37: 6&7, pp 579-593.

SCOTT, Allen J. *Entrepreneurship, Innovation and Industrial Development: Geography and the Creative Field Revisited*. *Small Business Economics* (2006) 26: 1–24.

SELDIN, Cláudia. **A ‘cidade criativa’ como um novo paradigma nas políticas urbano-culturais**. Rio de Janeiro: VII Seminário Internacional de Políticas Culturais, 2016. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/313338438\\_A\\_%27Cidade\\_Criativa%27\\_Co](https://www.researchgate.net/publication/313338438_A_%27Cidade_Criativa%27_Co)>

mo\_um\_Novo\_Paradigma\_nas\_Políticas\_Urbano-Culturais>. Acesso em: outubro de 2017.

SEN, Amartya. **Sobre ética e economia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor individual 2015**. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Perfil%20do%20MEI%202015.pdf>. Acesso em: setembro de 2016.

SERRA, Neusa e FERNANDEZ, Rafael Saad. **Economia Criativa**: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. *Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014.

SILVA, Jorge Antônio Santos. **Turismo, crescimento e desenvolvimento**: uma análise urbano-regional baseada em cluster. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes/USP. São Paulo: USP, 2004. 480 f. v. 1 e v.2

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.

SIMIS, Anita; AMARAL, Rodrigo Correia do. **Mecenato no Brasil democrático**. *Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Vol. XIV, nº 3, Sep – Dic/ 2012. Disponível em: <http://200.145.6.238/handle/11449/125016>. Acesso em março de 2018.

SORENSEN, Georg. *The Transformation of the State*. In: HAY, Colin; LISTER, M.; e MARSH, D. (Editors). **The State. Theories and Issues**. Hampshire/New York. Palgrave Macmillan, 2006. p. 190 a 208.

STORPER, Michael; VENABLES, Anthony J. **Buzz: face-to-face contact and the urban economy**. *Journal of Economic Geography* 4 (2004) pp. 351-370. Disponível em: <https://academic.oup.com/joeg/article-abstract/4/4/351/1005137?redirectedFrom=fulltext>. Acesso em: julho de 2017.

THAYER C., Luis Eduardo; DELAMAZA, Gonzalo. *¿Territorios o regiones? Prácticas de participación y percepciones políticas como condiciones para la Gobernanza democrática. Una mirada comparada a Tres regiones del sur de Chile*. In: FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. et. Al. **Políticas públicas na América Latina**: novas territorialidades e processos. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p. 28 a 46.

THE MIT MEDIA LAB MACRO CONNECTIONS GROUP. *The Observatory of Economic Complexity – OEC. United States – Exports*. Disponível em: <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/usa/> Acesso em: fevereiro de 2018.

THROSBY, David. *Globalization and the cultural economy: a crisis of value?* In: ANHEIER, Helmut K.; et.al (edit). ***The cultural economy***. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: SAGEs Publications, 2008 (The Cultures and Globalizations Series, v2).

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das redes sociais à inovação**. Ci. Inf., Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652005000200010&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652005000200010&script=sci_abstract&tlng=pt). Acesso em: julho de 2017.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT - UNCTAD. ***Creative Industries Report 2008***. Disponível em: <[http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)>. Acesso em: set. 2009.

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

\_\_\_\_\_. ***UN Global South-South Creative Economy Symposium***. Disponível em: <<http://unctad.org/en/pages/MeetingsArchive.aspx?meetingid=11322>>. Acesso em: junho de 2017.

VALE, Gláucia Vasconcelos; WILKINSON, John; AMÂNCIO, Robson. **Empreendedorismo, inovação e redes**: uma nova abordagem. RAE-eletrônica, v. 7 n. 1, Art. 7, jan./jun. 2008. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1676-56482008000100008&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1676-56482008000100008&script=sci_abstract&tlng=pt). Acesso em: julho de 2017.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1 – Questionário para Priorização Setorial

Prezad@ Criativ@,

O SEBRAE, através do Instituto Alvorada Brasil, está realizando um diagnóstico sobre as Redes de Economia Criativa no Rio de Janeiro. Para isso, 6 setores culturais e criativos serão priorizados nessa pesquisa e precisamos da sua ajuda nessa priorização levando em conta aspectos relacionados às identidades culturais, à capacidade de gerar negócios, ao potencial econômico e à capacidade de movimentar outros setores. Gostaríamos então de convidar-lhe a responder quatro perguntas fundamentais para o sucesso desta pesquisa.

Desde já, agradecemos sua gentileza.

**1. Dos 25 setores culturais e criativos relacionados a seguir, indique no máximo 6 setores que você considera como os mais representativos na construção das identidades culturais do Rio de Janeiro.**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Filme e vídeo   | <input type="checkbox"/> Jogos Digitais (incluindo os jogos <i>online</i> ) |
| <input type="checkbox"/> TV (aberta e fechada)   | <input type="checkbox"/> TICs (Softwares e Aplicativos)                     |
| <input type="checkbox"/> Rádio   | <input type="checkbox"/> Música   |
| <input type="checkbox"/> Publicidade & Propaganda  | <input type="checkbox"/> Teatro   |
| <input type="checkbox"/> Gastronomia   | <input type="checkbox"/> Circo  |
| <input type="checkbox"/> Artesanato  | <input type="checkbox"/> Dança  |
| <input type="checkbox"/> Festas e celebrações  | <input type="checkbox"/> Arquitetura e Urbanismo                            |
| <input type="checkbox"/> Fotografia  | <input type="checkbox"/> Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)  |
| <input type="checkbox"/> Pintura   | <input type="checkbox"/> Design de Jóias                                    |
| <input type="checkbox"/> Escultura   | <input type="checkbox"/> Design gráfico (em mídias impressas e digitais)    |
| <input type="checkbox"/> Arte Urbana   | <input type="checkbox"/> Design de interiores                               |
| <input type="checkbox"/> Livros (mídia impressa e digital)                                       | <input type="checkbox"/> Design de produto                                  |
| <input type="checkbox"/> Periódicos (jornais, revistas e quadrinhos em mídia impressa e digital) |   |

**2. Dos 25 setores culturais e criativos relacionados a seguir, indique no máximo 6 setores que, na sua opinião, se destacam economicamente, em função da sua capacidade de gerar negócios.**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Filme e vídeo            | <input type="checkbox"/> Jogos Digitais (incluindo os jogos <i>online</i> ) |
| <input type="checkbox"/> TV (aberta e fechada)    | <input type="checkbox"/> TICs (Softwares e Aplicativos)                     |
| <input type="checkbox"/> Rádio                    | <input type="checkbox"/> Música   |
| <input type="checkbox"/> Publicidade & Propaganda | <input type="checkbox"/> Teatro   |
| <input type="checkbox"/> Gastronomia              | <input type="checkbox"/> Circo  |
| <input type="checkbox"/> Artesanato               | <input type="checkbox"/> Dança  |
| <input type="checkbox"/> Festas e celebrações     | <input type="checkbox"/> Arquitetura e Urbanismo                            |
| <input type="checkbox"/> Fotografia               | <input type="checkbox"/> Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)  |
| <input type="checkbox"/> Pintura                  |   |
| <input type="checkbox"/> Escultura                |   |

- Arte Urbana
- Livros (mídia impressa e digital)
- Periódicos (jornais, revistas e e digitais) quadrinhos em mídia impressa e digital)
- Design de Jóias
- Design gráfico (em mídias impressas e digitais)
- Design de interiores
- Design de produto

**3. Dos 25 setores culturais e criativos relacionados a seguir, indique no máximo 6 setores que, na sua opinião, ainda não têm representatividade econômica, mas possuem potencial pra se desenvolverem nos próximos anos, especialmente se apoiados pelo SEBRAE.**

- Filme e vídeo
- TV (aberta e fechada)
- Rádio
- Publicidade & Propaganda
- Gastronomia
- Artesanato
- Festas e celebrações
- Fotografia
- Pintura
- Escultura
- Arte Urbana
- Livros (mídia impressa e digital)
- Periódicos (jornais, revistas e e digitais) quadrinhos em mídia impressa e digital)
- Jogos Digitais (incluindo os jogos *online*)
- TICs (Softwares e Aplicativos)
- Música
- Teatro
- Circo
- Dança
- Arquitetura e Urbanismo
- Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)
- Design de Jóias
- Design gráfico (em mídias impressas e digitais)
- Design de interiores
- Design de produto

**4. Dos 25 setores culturais e criativos relacionados a seguir, indique no máximo 6 setores prioritários no Rio de Janeiro, que lideram e produzem a movimentação de outros setores em torno deles. (exemplo: o cinema movimenta o setor da música, a moda movimenta o artesanato e assim por diante).**

- Filme e vídeo
- TV (aberta e fechada)
- Rádio
- Publicidade & Propaganda
- Gastronomia
- Artesanato
- Festas e celebrações
- Fotografia
- Pintura
- Escultura
- Arte Urbana
- Livros (mídia impressa e digital)
- Periódicos (jornais, revistas e e digitais) quadrinhos em mídia impressa e digital)
- Jogos Digitais (incluindo os jogos *online*)
- TICs (Softwares e Aplicativos)
- Música
- Teatro
- Circo
- Dança
- Arquitetura e Urbanismo
- Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)
- Design de Jóias
- Design gráfico (em mídias impressas e digitais)
- Design de interiores
- Design de produto

## ANEXO 2 – Etapas do Processo de Priorização dos Setores Investigados

Processo de priorização e tratamento dos dados:

1. Aplicação de questionário junto aos participantes do Fórum Mercado Rio Criativo e online com quatro perguntas visando identificar os setores criativos, com as seguintes características:

- indicação dos setores mais representativos na construção das identidades culturais de Salvador;
- indicação dos setores que se destacam economicamente, em função da sua capacidade de gerar negócios;
- indicação dos setores que ainda não têm representatividade econômica, mas possuem potencial pra se desenvolver, especialmente se apoiados pelo Sebrae;
- indicação dos setores que lideram e mobilizam outros setores, como, por exemplo, o cinema que “puxa” o setor música; a moda que movimenta evento; etc.

2. No questionário, o respondente devia escolher seis setores dentre os 25 setores culturais/criativos previamente definidos pelo projeto Mercado Brasil Criativo.

3. Para cada pergunta foi registrada a quantidade de vezes que o setor foi mencionado pelos respondentes dos questionários.

4. Para efeito de ranqueamento dos setores foi calculado um número-índice para cada setor a partir da multiplicação da quantidade de menções ao setor por um fator de ponderação da pergunta (pergunta 1: peso 3; pergunta 2: peso 3; pergunta 3: peso 2; pergunta 4: peso 2 - total da ponderação: 10). O produto desta multiplicação foi dividido por 10 e o número-índice de cada setor foi, conseqüentemente, obtido.

Figura 26: Planilha de priorização setorial na cidade do Rio de Janeiro

Setores	Critérios		Mais representativos		Capacidade de gerar negócios		Potencial de crescimento		Geração de externalidades positivas	
		P		P		P		P		P
Arquitetura e Urbanismo	108	3	70	3	70	2	78	2		
Arte Urbana	238	3	79	3	79	2	89	2		
Artesanato	134	3	79	3	79	2	55	2		
Circo	42	3	22	3	22	2	36	2		
Dança	129	3	59	3	59	2	60	2		
Design de interiores	8	3	15	3	15	2	19	2		
Design de Joias	18	3	31	3	31	2	18	2		
Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)	80	3	144	3	144	2	114	2		
Design de produto	21	3	42	3	42	2	28	2		
Design gráfico (em mídias impressas e digitais)	20	3	52	3	52	2	42	2		
Escultura	13	3	4	3	4	2	7	2		
Festas e celebrações	224	3	220	3	220	2	231	2		
Filme e vídeo	210	3	210	3	210	2	256	2		
Fotografia	101	3	42	3	42	2	49	2		

Gastronomia	171	3	241	3	241	2	138	2
Jogos Digitais (incluindo os jogos online)	17	3	81	3	81	2	46	2
Livros (mídia impressa e digital)	66	3	53	3	53	2	42	2
Música	331	3	228	3	228	2	179	2
Periódicos (jornais, revistas e quadrinhos em mídia impressa e digital)	36	3	51	3	51	2	71	2
Pintura	28	3	15	3	15	2	12	2
Publicidade & Propaganda	70	3	38	3	38	2	169	2
Rádio	50	3	46	3	46	2	77	2
Teatro	166	3	94	3	94	2	113	2
TICs (Softwares e Aplicativos)	18	3	84	3	84	2	56	2
TV (aberta e fechada)	132	3	92	3	92	2	225	2
<b>TOTAL</b>	<b>2431</b>		<b>2092</b>		<b>2092</b>		<b>2210</b>	

Fonte: elaborado pela autora baseado em Sebrae (2017)

5. O *ranking* final foi elaborado a partir dos números-índices em ordem decrescente, no qual os setores mais relevantes foram posicionados no topo do *ranking*.

Figura 27: Ranqueamento da priorização setorial de acordo com o número-índice

Setores	Nº índice*
Música	249,10
Festas e celebrações	223,40
Filme e vídeo	219,20
Gastronomia	199,40
TV (aberta e fechada)	130,60
Arte Urbana	128,70
Teatro	119,40
Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)	118,80
Artesanato	90,70
Arquitetura e Urbanismo	83,00
Dança	80,20
Publicidade & Propaganda	73,80
Fotografia	61,10
TICs (Softwares e Aplicativos)	58,60
Jogos Digitais (incluindo os jogos online)	54,80
Livros (mídia impressa e digital)	54,70
Rádio	53,40
Periódicos (jornais, revistas e quadrinhos em mídia impressa e digital)	50,50
Design gráfico (em mídias impressas e digitais)	40,40
Design de produto	32,90
Circo	30,80
Design de Joias	24,50
Pintura	18,30
Design de interiores	13,70
Escultura	7,30

Fonte: elaborado pela autora baseado em Sebrae (2017)



\* O Número-índice é um indicador síntese das respostas às quatro perguntas do questionário de priorização setorial.

6. O *ranking* de números-índices foi correlacionado com o *ranking* de densidade empresarial dos setores, de maneira a correlacionar a relevância socioeconômica dos setores percebida pelos agentes culturais com a quantidade absoluta de empreendimentos destes setores no Rio de Janeiro.

Figura 28: Ranqueamento setorial por densidade absoluta\*\*

Setores	Quantidade Empresas
Gastronomia***	12.708
Filme e vídeo	9.341
Artesanato	8.443
Publicidade & Propaganda	6.278
Rádio	5.650
Dança****	4.703
Teatro****	4.703
Periódicos (jornais, revistas e quadrinhos em mídia impressa e digital)	4.544
TV (aberta e fechada)	4.200
Festas e celebrações***	3.790
Livros (mídia impressa e digital)	3.657
Arquitetura e Urbanismo	2.727
Design de interiores	1.970
Design de Joias	1.970
Design gráfico (em mídias impressas e digitais)	1.970
Música	1.595
Fotografia	1.151
Jogos Digitais (incluindo os jogos online)	451
Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)***	386

Fonte: elaborado pela autora baseado em Sebrae (2017)

\*\* Quantidade absoluta de empresas formais existentes na cadeia produtiva do setor, conforme levantamento feito junto à RAIS Ano-Base 2014

\*\*\* A quantidade de empresas deste setor corresponde apenas ao núcleo da cadeia produtiva

\*\*\*\* Os setores de Dança e teatro compartilham a mesma cadeia produtiva. Portanto, os quantitativos de empresas de ambos são idênticos.

7. Por fim, o resultado foi balizado com informações (dados extraídos da Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho e Emprego – ano de 2013) relativas ao adensamento empresarial dos setores culturais e criativos na cidade do Rio de Janeiro e com aspectos estratégicos e interesses indicados pelo SEBRAE/RJ. Com base na confrontação dos dois *rankings* acima, os setores escolhidos foram os seguintes: Design de Moda, Festas & Celebrações, Filme & Vídeo, Música, Gastronomia e Teatro. Ressalte-se que o setor de TV foi desconsiderado, por um lado, por se tratar de um setor cujo núcleo criativo é reconhecidamente

oligopolizado e, por outro, pelo fato de que parte de sua cadeia produtiva já está sendo considerada pelo setor de Filme & Vídeo. Além disto, o setor de Arte Urbana foi descartado pelo fato de que é composto de empreendimentos extremamente difusos em múltiplos setores. Para seus lugares foram selecionados os setores imediatamente abaixo no *ranking* índice, quais sejam os de Teatro e de *Design* de Moda.

Figura 29: Ranqueamento setorial final – Rio de Janeiro

<b>Setores priorizados</b>
1. Design de Moda
2. Festas & Celebrações
3. Filme & Vídeo
4. Gastronomia
5. Música
6. Teatro

Fonte: elaborado pela autora baseado em Sebrae (2017)

## **ANEXO 3 –Plano Amostral Pesquisa-diagnóstico Mercado Rio Criativo**

### **População-alvo da pesquisa**

Neste levantamento, a população-alvo é composta por empreendimentos individuais ou de micro, pequeno e médio portes, formais ou informais, que fazem parte de seis setores da Economia Criativa do Rio de Janeiro, quais sejam: *Design* de Moda, festas & Celebrações, Filme & Vídeo, Gastronomia, Música e Teatro.

### **Unidade Amostral**

Para efeito do presente estudo, a unidade amostral é o empreendimento de natureza econômica, formado por uma ou mais pessoas, sediado no Rio de Janeiro e que atua de maneira formal ou informal nos mercados local, regional, nacional ou internacional, produzindo e comercializando bens e serviços finais dos setores de *Design* de Moda, festas & Celebrações, Filme & Vídeo, Gastronomia, Música e Teatro.

### **Abrangência Geográfica**

Todo o território da cidade do Rio de Janeiro.

### **Período de Tempo**

A coleta de dados foi realizada ao longo dos meses de novembro de 2016 a fevereiro de 2017.

### **Dimensionamento das Amostras – Pesquisa Rio de Janeiro (RJ)**

Para efeito de dimensionamento dos tamanhos das amostras da Pesquisa Mercado Rio Criativo – Rio de Janeiro (RJ), optou-se por adotar a técnica de amostragem não-probabilística. Neste levantamento, as populações-alvo são compostas por empreendimentos individuais ou de micro, pequeno, médio e grande portes – **formais e informais** – que fazem parte de 6 (seis) setores da Economia Criativa do município do Rio de Janeiro (RJ), quais sejam: Filme & Vídeo, Música, Gastronomia, Festas & Celebrações, Teatro e Design de Moda.

Para efeito de dimensionamento do tamanho das amostras, optou-se por adotar a abordagem empregada pelo SEBRAE no documento “Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais”.

A metodologia proposta pelo SEBRAE estabelece as seguintes premissas:

- Nível de confiança de 95%;
- Margem de erro de 5%.

A partir daí são definidas as condições de dimensionamento das amostras:

- para estratos com menos de 100 unidades, fazer o censo;
- para estratos acima de 1.000 unidades, usar amostra de tamanho 200;
- para o estrato de tamanho entre 100 e 200 unidades, sortear amostras de 100 unidades; e
- para o estrato com mais de 200 unidades, sortear de acordo com o Quadro 1 abaixo:

Quadro17: Simulação de possíveis tamanhos de amostra por estrato

Tamanho do estrato	Tamanho da amostra
50	40
100	67
150	87
200	101
250	113
300	122
400	135
500	145
600	153
800	163
1.000	170
1.500	180

Fonte: Caporali e Volker (2004, p.122)

Tomando o Quadro 1 acima como referência, procedeu-se o dimensionamento das amostras dos empreendimentos estratificados por setor.

Neste levantamento, as populações-alvo são compostas por empreendimentos individuais ou de micro, pequeno, médio e grande portes – **formais e informais** – que fazem parte de 6 (seis) setores da Economia Criativa do município do Rio de Janeiro (RJ), quais sejam: Filme & Vídeo, Música, Gastronomia, Festas, Teatro e Design de Moda.

O cálculo dos tamanhos das populações-alvo foi realizado através da extração de dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS (Ano 2014), do Ministério do Trabalho e Emprego.

### Resumo do Cálculo da Amostra

As amostras de empreendimentos dos seis setores criativos do município do Rio de Janeiro totalizam 1.135 (hum mil, cento e trinta e cinco) observações e estão segmentadas conforme a tabela a seguir:

Quadro18: Simulação de possíveis tamanhos de amostra por setor investigado

Setor	População formal* (a)	Amostra (b)	% (b/a)
Design de Moda	386	135	34,97%
Festas & Celebrações	3.790	200	5,27%
Filme & Vídeo	9.341	200	2,14%
Gastronomia	12.708	200	1,57%
Música	1.595	200	12,53%
Teatro	4.703	200	4,25%
<b>Total</b>	<b>32.523</b>	<b>1.135</b>	<b>3,48%</b>

Fonte: elaborado pela autora com base em estudo do Sebrae - IAB (2017)

\* Os tamanhos das populações de cada setor foram calculados a partir de dados extraídos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) – Ministério do Trabalho e Emprego – para o ano de 2014.

Os perfis dos públicos-alvo da Pesquisa Mercado Rio de Janeiro Criativo são detalhados a seguir:

<b>Design de Moda</b>	
CNAE	DESCRIÇÃO
7410-2	DESIGN E DECORAÇÃO DE INTERIORES
<b>Esta classe compreende:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- as atividades de design de mobiliário, joias, sapatos, <b>roupas (estilistas de moda)</b> e de outros objetos pessoais e domésticos</li> </ul>	
<b>Festas &amp; Celebrações</b>	
CNAE	DESCRIÇÃO
9001-9	ARTES CÊNICAS, ESPETÁCULOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES
<b>Esta classe compreende:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- as atividades de produção teatral, isto é, de produção e promoção de apresentações ao vivo de grupos e companhias de teatro em casas de espetáculos e em teatros;</li> <li>- as atividades de produção musical, isto é, de produção e promoção de bandas, grupos musicais, orquestras e outras companhias musicais, de concertos e óperas;</li> <li>- a produção e promoção de espetáculos das companhias e grupos de dança;</li> <li>- a produção e promoção de espetáculos circenses, de marionetes e similares;</li> <li>- a produção e promoção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares;</li> <li>- as atividades de sonorização e iluminação de salas de teatro, de música e de outros espaços dedicados a atividades artísticas e culturais;</li> <li>- a produção de espetáculos de some luz;</li> <li>- a produção de shows pirotécnicos;</li> <li>- as atividades de diretores, produtores e empresários de eventos artísticos ao vivo;</li> <li>- as atividades de cenografia;</li> <li>- as atividades de elaboração de roteiros de teatro, cinema, etc;</li> <li>- a produção e promoção de espetáculos artísticos e de eventos culturais, não especificados anteriormente.</li> </ul>	
<b>Filme &amp; Vídeo</b>	
CNAE	DESCRIÇÃO
5911-1	ATIVIDADES DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO
<b>Esta classe compreende:</b>	
<p>Atividades de produção de filmes de todos os tipos e em quaisquer suportes, tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- filmes cinematográficos produzidos em estúdios cinematográficos;</li> <li>- filmes destinados à difusão (broadcasting) pela televisão e pela internet produzidos fora dos estúdios de televisão;</li> <li>- filmes publicitários institucionais, para comerciais na televisão, para campanhas políticas, etc;</li> <li>- gravação, fora dos estúdios de televisão, de programas de televisão por produtores independentes;</li> <li>- arquivos de filmes cinematográficos, publicitários, etc.</li> </ul>	
CNAE	DESCRIÇÃO
7420-0	ATIVIDADES FOTOGRÁFICAS E SIMILARES
<b>Esta classe compreende:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- a atividade de filmagem e de gravação de vídeos de festas e eventos.</li> </ul>	
CNAE	DESCRIÇÃO
9002-7	CRIAÇÃO ARTÍSTICA
<b>Esta classe compreende:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- as atividades de criadores de desenho animado, gravadores, etc.</li> </ul>	
CNAE	DESCRIÇÃO
5912-0	ATIVIDADES DE PÓS-PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO
<b>Esta classe compreende:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- os serviços de dublagem de filmes cinematográficos, vídeos e programas de televisão;</li> <li>- os serviços de mixagem sonora em produção audiovisual;</li> </ul>	

- a edição de filmes envolvendo telecinagem (transposição do filme em película para fita), colocação de títulos e legendas, edição dos créditos, animação e efeitos especiais;
- o processamento e montagem de filmes cinematográficos;
- os laboratórios de filmes cinematográficos;
- os laboratórios especiais para filmes de animação;
- outras atividades de pós-produção de filmes e gravações de programas de televisão
- a reprodução de cópias de filmes cinematográficos (em película) a partir de matrizes originais para distribuição em salas de projecção.

### Gastronomia

CNAE	DESCRIÇÃO
5611-2	RESTAURANTES E OUTROS ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS  Esta classe contém a seguinte subclasse: 5611-2/01 RESTAURANTES E SIMILARES 5611-2/02 BARES E OUTROS ESTABELECIMENTOS ESPECIALIZADOS EM SERVIR BEBIDAS 5611-2/03 LANCHONETES, CASAS DE CHÁ, DE SUCOS E SIMILARES

#### Esta classe compreende:

- as atividades de vender e servir comida preparada, como usem bebidas alcoólicas, ao público em geral, com serviço completo.

CNAE	DESCRIÇÃO
5612-1	SERVIÇOS AMBULANTES DE ALIMENTAÇÃO

#### Esta classe compreende:

- o serviço de alimentação de comida preparada, para o público em geral, em locais abertos, permanentes ou não, tais como: trailers, carrocinhas e outros tipos de ambulantes de alimentação preparada para consumo imediato.

### Música

CNAE	DESCRIÇÃO
5920-1	ATIVIDADES DE GRAVAÇÃO DE SOM E DE EDIÇÃO DE MÚSICA

#### Esta classe compreende:

- a gravação de matrizes originais para reprodução de som em qualquer suporte e para qualquer finalidade, inclusive para publicidade
- a atividade de reprodução, promoção e distribuição das gravações de composições musicais para o comércio atacadista e varejista ou diretamente ao público. Estas atividades podem estar integradas ou não com a produção de matrizes originais em uma mesma unidade. Se não, a unidade que exerce estas atividades tem que obter os direitos de reprodução e distribuição da gravadora das matrizes originais
- as atividades de promoção e autorização das composições musicais em gravações, no rádio, televisão, filmes, apresentações ao vivo e em outros veículos de comunicação. As unidades ligadas a estas atividades podem ter a propriedade dos direitos autorais ou atuarem como administradoras de direitos autorais musicais em nome dos proprietários desses direitos
- as atividades de serviços de gravação em estúdios ou outros locais, inclusive a produção de programas de rádio para serem transmitidos posteriormente
- os serviços de mixagem sonora de material gravado
- os serviços de masterização e remasterização de material sonoro
- a edição de música e de partituras musicais
- o registro e cessão de direitos autorais de composições musicais

CNAE	DESCRIÇÃO
9493-6	ATIVIDADES DE ORGANIZAÇÕES ASSOCIATIVAS LIGADAS À CULTURA E À ARTE

#### Esta classe compreende:

- as atividades de associações com objetivos dominantes nas áreas culturais e artísticas, como: as associações de música, de arte.

CNAE	DESCRIÇÃO
9001-9	ARTES CÊNICAS, ESPETÁCULOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES

---

**Esta classe compreende:**

- as atividades de produção musical, isto é, de produção e promoção de bandas, grupos musicais, orquestras e outras companhias musicais, de concertos e óperas
  - as atividades de diretores, produtores e empresários de eventos artísticos ao vivo
  - as atividades de elaboração de roteiros de teatro, cinema, etc.
  - as atividades de músicos independentes
- 

**Teatro**

CNAE	DESCRIÇÃO
9001-9	ARTES CÊNICAS, ESPETÁCULOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES

**Esta classe compreende:**

- as atividades de produção teatral, isto é, de produção e promoção de apresentações ao vivo de grupos e companhias de teatro em casas de espetáculos e em teatros
  - a produção e promoção de espetáculos circenses, de marionetes e similares
  - as atividades de diretores, produtores e empresários de eventos artísticos ao vivo
  - as atividades de cenografia
  - as atividades de elaboração de roteiros de teatro, cinema, etc.
  - as atividades de atores independentes.
-

**ANEXO 4 – Levantamento de Dados Secundários  
Formulário de Compilação de Informações e Dados por Setor**

<b>1. Pesquisador (a)</b>	
<b>2. Setor Criativo Pesquisado</b>	
Filmes	Teatro
Vídeo	Circo
TV (aberta e/ou fechada)	Dança
Rádio	Artes visuais (fotografia, pintura, escultura e arte urbana)
Livros (mídia impressa e digital)	Arquitetura e Urbanismo
Periódicos (jornais, revistas e quadrinhos em mídia impressa e digital)	Design de moda (vestuário, acessórios e calçados)
Jogos Digitais (incluindo os jogos <i>online</i> )	Design de Joias
TICs (Softwares e Aplicativos)	Design gráfico (em mídias impressas e digitais)
Gastronomia	Design de interiores
Artesanato	Design de produto
Festas e celebrações	Publicidade & Propaganda
Música	
<b>3. Dados da Cadeia Produtiva (criação, produção, distribuição e consumo)</b>	
<b>4. Dados sócio-demográficos e econômicos</b>	
<b>5. Dados de Fomento – linhas e programas</b>	
<b>6. Dados de Formação – oferta de ensino (livre, profissionalizante, técnico, superior e pós-graduação)</b>	
<b>7. Dados de Marcos Legais (Direito administrativo, societário e contratual, trabalhista e previdenciário, tributário etc.)</b>	
<b>8. Observações Gerais (comentários que o pesquisador acredita que merecem destaque)</b>	
<b>9. Referencial Bibliográfico Utilizado</b>	



## ANEXO 5 – Fontes Secundárias Sugeridas

### Organizações internacionais (sugeridas):

1. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO)
2. Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)
3. Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI)
4. Organização dos Estados Americanos (OEA)
5. Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI / WIPO)
6. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)

### Órgãos e organizações federais / nacionais (sugeridas):

- |   |  |
|---|--|
| 1. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)   | 14. Ministério das Comunicações (MC)   |
| 2. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)  | 15. Ministério das Cidades (MCidades)  |
| 3. Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES)  | 16. Ministério do Turismo (MTur)   |
| 4. Banco do Nordeste (BNB)  | 17. Ministério da Integração Nacional (MI)   |
| 5. Banco da Amazônia (BASA)   | 18. Secretaria da Micro e Pequena Empresa  |
| 6. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)  | 19. Associações setoriais e de classe nacionais (Ex: Abragames, Acegames, ABDesign, ABEST, ABPITV, ABRAMUS, ABMI, SBAT etc.) |
| 7. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)   | 20. Sistema S (SEBRAE, SESI e SENAI / CNI, SESC e SENAC / CNC)   |
| 8. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC): Observatório de APLs (buscar pelos intensivos em cultura) | 21. RedeSist (UFRJ)  |
| 9. Agência Brasileira de Promoção e de Exportações e Investimentos (APEX)   | 22. Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional (CEDEPLAR)   |
| 10. Ministério da Cultura (MinC)  |  |
| 11. Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) – Programa Talentos do Brasil   |  |
| 12. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI)   |  |
| 13. Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)  |  |

### Órgãos e organizações nas regiões pesquisadas (sugeridas):

1. Observatórios
2. Universidades Públicas e Privadas
3. Fundação de Apoio à Pesquisa (FAP)
4. Institutos de Pesquisa
5. Secretarias e órgãos estaduais e municipais:

- 5.1. Secretaria de Desenvolvimento Econômico
- 5.2. Secretaria da Cultura
- 5.3. Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação
- 5.4. Secretaria de Turismo
- 5.5. Secretaria do Trabalho
- 5.6. Secretaria Planejamento e Administração
6. Sistema S/UF: Sebrae, Sesc/Senac e Sesi/Senai/Casa da Indústria Criativa

## **ANEXO 6 – Roteiro de Questões dos Grupos Focais**

1. Quem compõe o sistema produtivo do seu setor?
2. Como se dão as dinâmicas econômicas do seu setor (ciclo econômico – criação, produção, distribuição, comercialização e consumo)?
3. O setor se encontra articulado em redes (formais ou informais)? Quais?
4. Como os elementos simbólicos e identitários se configuram e estão presentes nos produtos do seu setor?
5. Identifique os pontos fortes, os pontos fracos e as potencialidades do seu Setor.
6. Como o SEBRAE pode contribuir para o fortalecimento do seu setor?

## ANEXO 7 – Formulário de Levantamento Institucional

<b>PESQUISADOR:</b>	
<b>SETOR PRIORIZADO:</b>	
<b>PERÍODO DE LEVANTAMENTO DAS INFORMAÇÕES:</b>	

### 1. Infraestrutura Educacional Local/Regional

<b>Cursos oferecidos</b>	<b>Número de cursos</b>	<b>Vagas ofertadas em 2014</b>	<b>Vagas preenchidas em 2014</b>
Técnico (ensino médio)			
Bacharelado/tecnológico			
Pós-graduação lato sensu			
Mestrado			
Doutorado			
Cursos livres			

### 2. Infraestrutura Institucional Local/Regional – Pública (Sistema S, secretarias governamentais, agências de desenvolvimento, fundações, incubadoras etc) e privada (Associações empresariais, sindicatos de empresas/trabalhadores, cooperativas etc.)

<b>Instituições Privadas (Nome)</b>	<b>Ano de criação</b>	<b>Função</b>
<b>Instituições Públicas (Nome)</b>	<b>Ano de criação</b>	<b>Função</b>

### 3. Infraestrutura de Financiamento

<b>Tipo de Organização</b>	<b>Nº de Organizações</b>	<b>Volume de empréstimos concedidos em 2014 (R\$ 1,00)</b>
Organização comunitária		
Organização municipal		
Organização estadual/Agência local		
Organização federal/ Agência local		
Outras. Citar		

### 4. Infraestrutura de Científica e Tecnológica

<b>Tipo de instituição</b>	<b>Nº de instituições</b>
Universidades	
Institutos de pesquisa	
Centros tecnológicos e de assistência técnica	
Instituições de testes, ensaios e certificações.	
Outras. (Citar)	

### 5. Infraestrutura de Criação, Produção, Distribuição (circulação, comercialização) e Consumo/Fruição

<b>Tipo de instituição</b>	<b>Nº de instituições</b>

**ANEXO 8 – Questionário**  
**Empreendedores, empresários e profissionais criativos**  
**Sistemas Produtivos e Redes de Economia Criativa**  
**Design de Moda**

De acordo com a Lei no 12.965 de 23 de abril de 2014, todos os dados pessoais inseridos neste questionário são sigilosos e serão utilizados pelo Instituto Alvorada Brasil apenas para geração de indicadores e do diagnóstico Mercado Rio Criativo.

Afinal, o Rio de Janeiro é um polo de criatividade? De que maneira o seu empreendimento ajuda a construir as identidades culturais da nossa cidade?

Você deve ter percebido que de uns tempos pra cá o tema economia criativa tem ganhado cada vez mais espaço nos meios de comunicação e até mesmo nas conversas mais informais entre os entes e agentes dos sistemas produtivos e das redes de economia criativa.

Pensando nisso, o Sebrae Nacional e o Instituto Alvorada Brasil estão juntos na produção do “Diagnóstico dos Sistemas Produtivos e Redes de Economia Criativa no Rio de Janeiro”, levantando informações de seis setores culturais e criativos (Design de Moda, Festas & Celebrações, Filme & Vídeo, Gastronomia, Música e Teatro) considerados como prioritários na cidade.

Portanto, contamos com a sua participação e convidamos você a responder as questões deste importante instrumento de coleta de dados sobre o setor **Design de Moda**. As respostas nortearão uma atuação mais efetiva e direcionada do Sebrae neste setor e servirá como fonte para a formulação de políticas públicas estruturais.

Você vai levar alguns minutos para responder e a sua participação vai contribuir significativamente para a produção de importantes indicadores e um melhor entendimento da dinâmica dos setores culturais e criativos no Rio de Janeiro.

Participe!!!

Qualquer dúvida entre em contato conosco:

E-mail: [mercadoriocriativo04@institutoalvorada.org.br](mailto:mercadoriocriativo04@institutoalvorada.org.br)

Telefone (21) 982679374 / (61) 982029339

Contamos com você!

Questionário N°:	Entrevistador:
CEP:	

**1. Qual o seu nome?**

**2. Email:**

**3. Por favor, preencha seu CPF.**

Este dado serve apenas para controle das respostas e não será divulgado.

			.				.				-		
--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--

**Caracterização do Empreendimento**

Queremos te conhecer melhor para fazer as perguntas certas. Para isso, precisamos de informações básicas sobre o perfil do seu empreendimento.

**4. Seu empreendimento é formal?**

- Sim *Ir para a pergunta 5*  
 Não *Ir para a pergunta 6*

**Empreendimento Formal**

**5. Qual a natureza jurídica de seu empreendimento?**

Marcar apenas uma opção.

- Cooperativa  
 Empresa de Pequeno Porte (PP)  
 Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI)  
 Fundação privada  
 Microempreendedor Individual (MEI)  
 Microempresa (ME)  
 Sociedade Limitada (Ltda.)  
 Organização sem fins lucrativos  
 Outras

## Porte do Empreendimento

### 6. Se for comércio ou serviços:

Marcar apenas uma opção.

	Descrição	Qtde com carteira Assinada	Qtde Outros Vínculos
<input type="checkbox"/>	Até 2 pessoas ocupadas		
<input type="checkbox"/>	De 3 a 9 pessoas ocupadas		
<input type="checkbox"/>	De 10 a 49 pessoas ocupadas		
<input type="checkbox"/>	De 50 a 99 pessoas ocupadas		
<input type="checkbox"/>	Acima de 100 pessoas ocupadas		

### 7. Se for indústria:

Marcar apenas uma opção.

	Descrição	Qtde com carteira Assinada	Qtde Outros Vínculos
<input type="checkbox"/>	1 a 19 pessoas ocupadas		
<input type="checkbox"/>	20 a 99 pessoas ocupadas		
<input type="checkbox"/>	100 a 499 pessoas ocupadas		
<input type="checkbox"/>	Acima de 500 pessoas ocupadas		

### 8. Onde se localiza a sede do seu empreendimento?

Marcar apenas uma opção.

<input type="checkbox"/>	Abolição	<input type="checkbox"/>	Gamboa
<input type="checkbox"/>	Água Santa	<input type="checkbox"/>	Gardênia Azul
<input type="checkbox"/>	Alto da Boa Vista	<input type="checkbox"/>	Gávea
<input type="checkbox"/>	Anchieta	<input type="checkbox"/>	Gericinó
<input type="checkbox"/>	Andaraí	<input type="checkbox"/>	Glória
<input type="checkbox"/>	Anil	<input type="checkbox"/>	Grajaú
<input type="checkbox"/>	Bancários	<input type="checkbox"/>	Guadalupe
<input type="checkbox"/>	Bangu	<input type="checkbox"/>	Guaratiba
<input type="checkbox"/>	Barra da Tijuca	<input type="checkbox"/>	Higienópolis
<input type="checkbox"/>	Barra de Guaratiba	<input type="checkbox"/>	Honório Gurgel
<input type="checkbox"/>	Barreira do Vasco	<input type="checkbox"/>	Humaitá
<input type="checkbox"/>	Barros Filho	<input type="checkbox"/>	Inhaúma
<input type="checkbox"/>	Benfica	<input type="checkbox"/>	Ipanema
<input type="checkbox"/>	Bento Ribeiro	<input type="checkbox"/>	Irajá
<input type="checkbox"/>	Bonsucesso	<input type="checkbox"/>	Itanhangá
<input type="checkbox"/>	Botafogo	<input type="checkbox"/>	J. Guanabara
<input type="checkbox"/>	Brás de Pina	<input type="checkbox"/>	Jacaré
<input type="checkbox"/>	Cacuia	<input type="checkbox"/>	Jacarepaguá
<input type="checkbox"/>	Caju	<input type="checkbox"/>	Jacarezinho
<input type="checkbox"/>	Campinho	<input type="checkbox"/>	Jardim América



	Campo	dos		Jardim Botânico	
	Afonso			Jardim Carioca	
	Campo Grande			Jardim Sulacap	
	Cascadura			Joá	
	Catete			Lagoa	
	Catumbi			Laranjeiras	
	Centro			Leblon	
	Cidade de Deus			Leme	
	Cidade Nova			Lins	de
	Cidade			Vasconcelos	
	Universitária			Madureira	
	Cocotá			Magalhães Bastos	
	Colégio				
	Complexo	do		Mangueira	
	Alemão			Maracanã	
	Copacabana			Maré	
	Cordovil			Marechal Hermes	
	Cosme Velho			Méier	
	Costa Barros			Moneró	
	Curicica			Olaria	
	Deodoro			Oswaldo Cruz	
	Encantado			Paquetá	
	Engenho da Rainha			Parada de Lucas	
	Engenho de Dentro			Parque Anchieta	
	Engenho Novo			Pavuna	
	Estácio			Pechincha	
	Flamengo			Pedra	de
	Freguesia			Guaratiba	
	Galeão			Penha	

	Penha Circular			São Cristóvão
				São Francisco
	Piedade			Xavier
	Pilares			Saúde
				Senador
	Pitangueiras			Vasconcelos
	Portuguesa			Tanque
	Praça da Bandeira			Taquara
	Praça Seca			Tauá
	Praia da Bandeira			Tijuca
	Ramos			Todos os Santos
	Realengo			Tomás Coelho
	Riachuelo			Turiaçú
	Ribeira			Urca
	Ricardo de			
	Albuquerque			Vaz Lobo

<input type="checkbox"/>	Rio Comprido	<input type="checkbox"/>	Vicente de
<input type="checkbox"/>	Rocha	<input type="checkbox"/>	Carvalho
<input type="checkbox"/>	Rocha Miranda	<input type="checkbox"/>	Vidigal
<input type="checkbox"/>	Rocinha	<input type="checkbox"/>	Vigário Geral
<input type="checkbox"/>	Sampaio	<input type="checkbox"/>	Vila Cosmos
<input type="checkbox"/>	Santa Cruz	<input type="checkbox"/>	Vila da Penha
<input type="checkbox"/>	Santa Teresa	<input type="checkbox"/>	Vila Isabel
<input type="checkbox"/>	Santíssimo	<input type="checkbox"/>	Vila Militar
<input type="checkbox"/>	Santo Cristo	<input type="checkbox"/>	Vila Vaqueire
<input type="checkbox"/>	São Conrado	<input type="checkbox"/>	Vista Alegre
		<input type="checkbox"/>	Zumbi

**9. Qual o seu principal setor de atuação?**

- Design de moda
- Festas e Celebrações
- Filme & Vídeo
- Gastronomia
- Música
- Teatro

**10. Qual a principal atividade econômica desenvolvida por seu empreendimento?**

**11. Com quais outros setores seu empreendimento atua de modo secundário?**

Marque aquelas opções que se aplicam.

- |                          |                          |                          |   |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Filme & Vídeo            | <input type="checkbox"/> | Periódicos (jornais, revistas e quadrinhos em mídia impressa e digital) |
| <input type="checkbox"/> | TV (aberta e fechada)    | <input type="checkbox"/> | Jogos Digitais (incluindo os jogos <i>online</i> )                      |
| <input type="checkbox"/> | Rádio                    | <input type="checkbox"/> | TICs (Softwares e Aplicativos)  |
| <input type="checkbox"/> | Publicidade & Propaganda | <input type="checkbox"/> | Música  |
| <input type="checkbox"/> | Gastronomia              | <input type="checkbox"/> | Teatro  |
| <input type="checkbox"/> | Artesanato               | <input type="checkbox"/> | Circo   |
| <input type="checkbox"/> | Festas & Celebrações     | <input type="checkbox"/> | Dança   |
| <input type="checkbox"/> | Fotografia               | <input type="checkbox"/> | Arquitetura e Urbanismo   |
| <input type="checkbox"/> | Pintura                  | <input type="checkbox"/> | Design de joias   |
| <input type="checkbox"/> | Escultura                | <input type="checkbox"/> | Design Gráfico (mídias impressas e digitais)                            |
| <input type="checkbox"/> | Arte Urbana              | <input type="checkbox"/> | Design de Interiores  |

Livros (mídia impressa e digital)  Design de Produto

## 12. Ano de fundação do empreendimento

Em caso de empreendimento formal, considerar o ano do registro. No caso de empreendimento informal, incluir ano de início da atuação.

--	--	--	--

## Perfil da principal liderança do seu empreendimento

### 13. Faixa-etária

- ( ) 15 a 20 anos      ( ) 41 a 50 anos  
( ) 21 a 30 anos      ( ) 51 a 60 anos  
( ) 31 a 40 anos      ( ) 61 anos ou mais

### 14. Gênero

Marcar apenas uma opção.

- Feminino  
 Masculino  
 Prefiro não responder

### 15. Escolaridade

Marcar apenas uma opção.

- Ensino Fundamental Incompleto  
 Ensino Fundamental Completo  
 Ensino Médio Incompleto  
 Ensino Médio Completo  
 Ensino Técnico  
 Ensino Superior Incompleto  
 Ensino Superior Completo  
 Especialização  
 Mestrado  
 Doutorado  
 Sem educação formal

## Desenvolvimento Organizacional, Processos de Produção e Acesso a Mercados

Nesse bloco queremos saber como os empreendimentos do seu setor lidam com as questões gerenciais e de prospecção de mercados: planejam suas atividades? Procuram aprender mais sobre organização e finanças, liderança de grupos, avaliação de contextos/riscos e como tomar decisões? De que modo buscam informações sobre oportunidades de mercado? Procuram novas formas de utilizar a internet e a tecnologia para incrementar a sua atividade criativa? Utilizam empréstimos e financiamentos?

**16. Você considera que é comum que os empreendimentos do seu setor utilizem métodos/técnicas de planejamento para o desenvolvimento da empresa?**

- Sim  
 Não

**17. É usual que os líderes dos empreendimentos estejam constantemente se capacitando para o desenvolvimento das atividades do seu negócio?**

- Sim  
 Não

**18. Quais os canais mais utilizados pelos empreendimentos do seu setor, na busca por informações relativas ao seu mercado de atuação?**

Marque todas que se aplicam.

- Internet (sites, blogs, redes sociais etc.)  
 Associações profissionais (sindicatos, conselhos etc.)  
 Associações empresariais (sindicatos patronais, federações etc.)  
 Eventos (feiras, rodadas de negócios, mostras, exposições, festivais etc.)  
 Cursos de formação (faculdade, pós-graduação, cursos livres etc.)  
 Consultorias externas  
 Pesquisas de mercado  
 Outro(s): \_\_\_\_\_

**19. É comum que os empreendimentos do seu setor contratem algum tipo de consultoria?**

- Sim *Ir para a pergunta 20*  
 Não *Ir para a pergunta 21*

**20. Indique os tipos de consultoria que geralmente são contratadas:**

Marcar todas que se aplicam.

- ( ) Tecnológica  
( ) Comercial e de marketing  
( ) Financeira  
( ) Administrativa  
( ) Produção

- ( ) Jurídica
- ( ) Desenvolvimento de produto (bem e/ou serviço)
- ( ) Outro(s): \_\_\_\_\_

**21. Indique as tecnologias/equipamentos adotados pelos empreendimentos do seu setor.**

Marcar todas que se aplicam.

- ( ) Smartphone / internet móvel
- ( ) Notebook / Computador de mesa (desktop)
- ( ) Internet fixa
- ( ) Site, blog, vlog ou página do empreendimento na Internet
- ( ) Rede social (Facebook, Twitter, Instagram etc.)
- ( ) Aplicativos de negócios para dispositivos moveis (celular, tablet etc.)
- ( ) Computação em nuvem
- ( ) Plataformas eletrônicas de terceiros
- ( ) Software de gestão comercial, financeira, produção, desenho, planejamento, automação, RH etc.
- ( ) Outro(s): \_\_\_\_\_

**22. É comum no seu setor que os empreendimentos acessem fontes de financiamento externo?**

- Sim *Ir para a pergunta 23*
- Não *Ir para a pergunta 24*

**23. Das fontes de financiamento externo relacionadas a seguir, indique as mais utilizadas pelos empreendimentos do seu setor.**

Marcar todas que se aplicam.

- Patrocínio de empresas via Lei de Incentivo Fiscal Federal, estadual ou Municipal.
- Recursos oriundos da seleção de projetos via Editais lançados por órgãos públicos federais, estaduais ou municipais.
- Empréstimos em Bancos públicos
- Empréstimos em Bancos privados
- Anjos de investimento (capital semente)
- Plataformas de financiamento coletivo
- Fundos de investimento
- Empréstimo pessoal
- Outro (s): \_\_\_\_\_

**24. Quais os maiores obstáculos no acesso às fontes externas de financiamento?**

Marcar no máximo três opções.

- Despreparo técnico no que se refere à elaboração de projetos a serem submetidos a Editais e Leis de Incentivo Fiscal.
- Dificuldade no processo de captação de recursos relacionados a projetos aprovados junto às Leis de Incentivo Fiscal Federais, Estaduais ou Municipais.

- Inadequação de linhas de crédito correspondentes às necessidades específicas do setor.
- O não reconhecimento da importância do setor junto aos agentes financeiros.
- Dificuldades ou entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes.
- Entraves fiscais que impedem o acesso às fontes oficiais de financiamento.
- Garantias exigidas pelas instituições financeiras
- Juros altos ou alto custo do dinheiro.
- Outro (s): \_\_\_\_\_

## Identities Culturais

O que faz um lugar ser o que é? Sua identidade. A identidade é construída pela sociedade através de seus símbolos, objetos, relacionamentos...

Nesta parte da pesquisa, queremos conhecer as identidades culturais do trabalho criativo produzido em nossa cidade.

### 25. Você acha que sua atividade criativa contribui para a diversidade cultural?

Diversidade cultural corresponde às várias representações das diferentes culturas que se traduzem nas linguagens, tradições, religiões, enfim, nos diversos modos de viver das pessoas em um determinado território.

- Sim *Ir para a pergunta 26*
- Não *Ir para a pergunta 27*

### 26. Se sim, por quê?

Cite algumas características do seu trabalho que justifiquem sua resposta.

---



---



---



---

### 27. Qual o grau de importância do Valor Cultural do seu produto?

Marcar apenas uma opção.

Sendo 1 “Não é importante” e 5 “Muito Importante”.

	1	2	3	4	5	
Não é importante						Muito Importante

**28. Qual o grau de importância do Valor Comercial de seu produto?**

Marcar apenas uma opção.

Sendo 1 “Não é importante” e 5 “Muito Importante”.

	1	2	3	4	5	
Não é importante						Muito Importante

**29. Sua atividade criativa possui uma vocação cultural. Que características confirmam isso?**

Marcar as opções que se aplicam.

<input type="checkbox"/>	Minha atividade representa identidades culturais tradicionais brasileiras.
<input type="checkbox"/>	Minha atividade representa identidades culturais contemporâneas brasileiras.
<input type="checkbox"/>	Minha atividade representa identidades culturais globais.
<input type="checkbox"/>	Outro: _____

**30. Suponha que existisse uma certificação para produtos tipicamente brasileiros, um selo que indique "Produto Criado no Brasil". Você acha que seu produto receberia essa certificação?**

<input type="checkbox"/>	Sim <i>Ir para a pergunta 31</i>
<input type="checkbox"/>	Não <i>Ir para a pergunta 32</i>

**31. Se sim, por quê?**

---

---

---

---

**32. Os produtos de sua atividade criativa possuem relação com seu cotidiano, sua história de vida, de família ou comunidade?**

<input type="checkbox"/>	Sim <i>Ir para a pergunta 33</i>
<input type="checkbox"/>	Não <i>Ir para a pergunta 34</i>

**33. Se sim, qual a relação?**

---

---

---

---

## Dinâmica Espacial

Ninguém trabalha sozinho. Todos precisamos do trabalho uns dos outros, em constante troca. Em muitos casos, essa troca forma redes de contatos, que se ligam mais ou menos fortemente dependendo da intensidade e frequência da troca.

Nesta parte da pesquisa, queremos entender como essas redes se formam no lugar onde você trabalha, seja num estúdio/oficina e até mesmo pela Internet.

### Articulação

---

É a movimentação e troca entre os membros da rede em função de objetivos e causas de interesse comum.

**34. Existe articulação entre os profissionais e empreendedores do seu setor de atuação em função de causas de interesse comum?**

- Sim *Ir para a pergunta 35*  
 Não *Ir para a pergunta 36*

**35. Quais são os tipos de articulação existentes no seu setor?**

Marcar as opções que se aplicam.

- Para conquista de direitos (p. ex.: regulamentação da atividade profissional, desonerações de tributos, etc.) relacionados ao desempenho pleno da sua atividade empreendedora e produtiva.
- Para a conquista e ocupação de lugares, promovendo a aproximação entre a oferta e a demanda dos bens e serviços do setor.
- Para a realização de projetos individuais ou coletivos representativos da produção de determinada comunidade ou território.
- Outro(s): \_\_\_\_\_

### Institucionalização

---

Quando um empreendimento organiza ou faz parte de associações, sindicatos e/ou entidades representativas de classe, consideramos que ele possui algum grau de institucionalização.

**36. Seu empreendimento participa de alguma entidade formal ou informal de representação do seu setor? Ex.: associação, sindicato, fórum, comissão etc.**

- Sim *Ir para a pergunta 37*  
 Não *Ir para a pergunta 38*



**37. De quais entidades de representação você participa?**

Marcar as opções que se aplicam.

- ABEST – Associação Brasileira de Estilistas
- ABEDESIGN – Associação Brasileira de Empresas de Design
- ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção
- ABVTEX – Associação Brasileira do Varejo Têxtil
- ABECA – Associação Brasileira de Estilistas de Calçados e Afins
- ABRAVEST – Associação Brasileira de Vestuário
- IN-MOD – Instituto Nacional de Moda e Design
- Sindvestuário – Sindicato dos Vestuários
- ABEPEM – Associação Brasileira de Estudos e Pesquisa em Moda
- Outra (s): \_\_\_\_\_

**38. Como você avalia a contribuição de entidades de representação do seu setor no Rio de Janeiro?**

Marque uma opção em cada linha.

	Não contribui	Contribui Pouco	Contribui	Contribui muito
Auxílio na definição de objetivos comuns para sua rede				
Estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica				
Disponibilização de informações sobre matérias-primas, equipamentos, softwares, assistência técnica, consultoria etc.				
Identificação de fontes e formas de financiamento				
Promoção de ações cooperativas				
Apresentação de reivindicações comuns				
Criação de fóruns e ambientes para discussão				
Promoção de ações dirigidas à capacitação tecnológica de organizações				
Estímulo ao desenvolvimento do sistema de ensino e pesquisa local				
Organização de eventos técnicos e comerciais				

## Colaboração

---

Trabalho colaborativo é trabalho em parceria. É trabalhar por uma causa ou objetivo comum, em relações de confiança mútua, combinando diversos profissionais e empreendimentos no lugar onde atuam.

**39. Durante os últimos dois anos, você ou seu empreendimento estiveram envolvidos em atividades colaborativas (formais ou informais), com outros empreendimentos? \***

- Sim *Ir para a pergunta 41*  
 Não *Ir para a pergunta 40*

**40. Por que seu empreendimento não se envolve em atividades colaborativas?**

---

---

---

---

---

**41. Existem muitas vantagens para um empreendimento que faz parte de uma rede. Marque a opção que indica o grau de impacto (resultado) positivo de cada uma dessas vantagens para o seu empreendimento.**

Marque uma opção em cada linha.

	N/A	Baixo Impacto	Médio Impacto	Alto Impacto
Compra de insumos				
Compra de equipamentos				
Venda conjunta de produtos				
Parceria via plataformas de distribuição na internet				
Desenvolvimento de tecnologias para a produção				
Desenvolvimento de coleções				
Pesquisa de materiais, tendências, mercados etc.				
Capacitação para profissionais do setor				
Disponibilidade de profissionais qualificados				
Baixo custo de serviços profissionais				
Facilidade de acesso aos fornecedores de serviços, matérias-primas e outros insumos				
Facilidade de acesso a canais de divulgação				

Obtenção de financiamento				
Existência de programas de apoio e promoção				
Facilidade de acesso às universidades e centros de formação profissional				
Facilidade de acesso aos núcleos e/ou grupos de pesquisa de moda				
Participação conjunta em rodadas de negócios voltadas para o seu setor				
Outra(s):				

## Redes

---

Numa rede criativa, algumas relações são mais intensas que outras. Nesta seção, queremos saber sobre os tipos e a intensidade das relações/conexões econômicas e produtivas entre os empreendimentos da sua rede.

**Nota:** Etapas do Ciclo Econômico dos Setores Culturais e Criativos  
**CRIAÇÃO:** Etapa de concepção/desenho do bem (material ou imaterial) ou serviço cultural/artístico/criativo;  
**PRODUÇÃO:** Etapa de fabricação/realização/execução do bem (material ou imaterial) ou serviço cultural/artístico/criativo;  
**DIVULGAÇÃO:** Etapa de divulgação do bem (material ou imaterial) ou serviço cultural/artístico/criativo junto ao seu público-alvo.  
**DISTRIBUIÇÃO:** Etapa na qual o bem (material ou imaterial) ou serviço cultural/artístico/criativo é disponibilizado para consumo.

OBS.: Em alguns casos, as etapas de PRODUÇÃO e COMERCIALIZAÇÃO/DISTRIBUIÇÃO/ CIRCULAÇÃO ocorrem simultaneamente.

**42. Das organizações abaixo relacionadas, identifique aquelas com as quais seu empreendimento se relaciona e se o relacionamento se dá de modo formal (Ex. contrato) ou informal (Ex.: RPA), marque em qual ou em quais etapas do ciclo econômico (criação, produção, divulgação e distribuição) essa relação acontece, com que frequência se dão essas relações e qual a origem (da cidade do Rio de Janeiro, do RJ, de outro estado, de outro país) destas organizações.**

\* Indicar a frequência de contato com a organização, independente da identificação do projeto relacionado.

A/P: Assume o papel

N/A: Não aplicável

Organizações	A/P	Relacionamento			Etapas do Ciclo Econômico				Principal frequência das relações*				Origem da Organização			
		N/A	Formal	Informal	Criação	Produção	Divulgação	Distribuição	Diária	Semanal	Mensal	Outra	Do Rio	Do RJ	De outro Estado	De outro país
Fabricantes de aviamentos																
Fabricantes de máquinas e equipamentos																
Artesãos de rendas e bordados																
Fabricantes de embalagens																
Fabricantes de fiação e tecelagem																
Fabricantes de confecção e vestuário																

Organizações	A/P	Relacionamento			Etapas do Ciclo Econômico				Principal frequência das relações*				Origem da Organização			
		N/A	Formal	Informal	Criação	Produção	Divulgação	Distribuição	Diária	Semanal	Mensal	Outra	Do Rio	Do RJ	De outro Estado	De outro país
Serviços de acabamento / beneficiamento																
Transporte e armazenagem																
Comércio varejista																
Comércio atacadista																
Ateliês de moda (design e costura)																
Serviços especializados de exportação																
Agências de publicidade e propaganda																
Escritórios de design gráfico e interativo																

Organizações	A/P	Relacionamento			Etapas do Ciclo Econômico				Principal frequência das relações*				Origem da Organização			
		N/A	Formal	Informal	Criação	Produção	Divulgação	Distribuição	Diária	Semanal	Mensal	Outra	Do Rio	Do RJ	De outro Estado	De outro país
Agência Brasileira de Promoção da Exportações e Investimentos - APEX																
SEBRAE																
SESC																
SENAC																
SESI																
SENAI																
Rio Criativo																
Secretaria de Fazenda (políticas fiscais e incentivos)																
Secretaria de cultura (políticas públicas)																
Secretaria de Desenvolvimento Econômico																

Organizações	A/P	Relacionamento			Etapas do Ciclo Econômico				Principal frequência das relações*				Origem da Organização			
		N/A	Formal	Informal	Criação	Produção	Divulgação	Distribuição	Diária	Semanal	Mensal	Outra	Do Rio	Do RJ	De outro Estado	De outro país
Internet (plataformas de comércio eletrônico)																
Internet (sites, blogs, vlogs e redes sociais)																
Desenvolvedores de softwares/ aplicativos																
Instituições de Ensino Superior																
Outra:																

**43. Considerando as organizações que você marcou na questão anterior, indique por meio de quais canais essas relações acontecem:**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Pessoalmente       | <input type="checkbox"/> E-mail        |
| <input type="checkbox"/> Celular / WhatsApp | <input type="checkbox"/> Redes Sociais |
| <input type="checkbox"/> Skype              | <input type="checkbox"/> Outro(s):     |

## APÊNDICES



## APÊNDICE 1 – Quantidade de cursos ofertados na cidade por setor criativo investigado, de acordo com a titulação

Quadro 19: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de design de moda

Instituições	Quantidade de cursos
<b>Bacharelado/tecnológico</b>	8
Universidade Estácio de Sá (2)	
Universidade Cândido Mendes (1)	
Universidade Veiga de Almeida (1)	
Centro Univ. de Maringá - Unicesumar (1)	
Faculdade Senai-Cetiqt (3)	7
<b>Pós graduação lato sensu</b>	
Faculdade Senai-Cetiqt	
Faculdades Integradas Hélio Alonso	
Faculdade de Tecnologia do Instituto Europeodi Design	
Faculdades Integradas Rio Branco	
Escola Superior de Propaganda e Marketing	
Universidade Veiga de Almeida (2)	

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 20: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de festas & celebrações

Instituições	Quantidade de cursos
<b>Bacharelado/tecnológico</b>	4
Centro Univ. Hermínio da Silveira (Uni IBMR)	
Universidade Estácio de Sá (UNESA)	
Cons. Brasileiro de Música (CBM)	
<b>Pós graduação lato sensu</b>	9
Universidade Cândido Mendes (UCAM)	
Universidade Cândido Mendes (UCAM)	
Fac. Integradas Hélio Alonso (FACHA)	
Universidade Estácio de Sá (UNESA)	
Universidade Veiga de Almeida (UVA)	
Faculdade Integrada AVM	
Faculdade Integrada AVM	
Universidade Veiga de Almeida (UVA)	
Fund. Getúlio Vargas (FGV)	

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 21: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de filme & vídeo (audiovisual)

<b>Instituições</b>	<b>Quantidade de cursos</b>
<b>Técnico / Profissionalizante</b>	
Escola de Cinema Darcy Ribeiro (4)	
Instituto de Artes e Tec. De Comunicação (IATEC)	
Academina Internacional de Cinema (2)	45
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) - 2	
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) - 16	
Polo Rio Cine Video (5)	
Academia Internacional de Cinema e TV (15)	
<b>Bacharelado/tecnológico</b>	
Fac. Integradas Hélio Alonso (FACHA) - 1	
Esc. Sup. Propag. e Marketing (ESPM) - 1	
Universidade Estácio de Sá (UNESA) - 1	11
Instituto Infnet - Esc. Comunic. Design Digital (4)	
Pontificia Univ. Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO) - 2	
Universidade Federal Fluminense (UFF) - 2	
<b>Pós graduação lato sensu</b>	
Esc. Sup. Propag. e Marketing (ESPM) - 3	6
Instituto Infnet - Esc. Comunic. Design Digital (2)	
Universidade Veiga de Almeida (UVA) - 1	
<b>Mestrado</b>	
Pontificia Univ. Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO) - 1	2
Universidade Federal Fluminense (UFF) - 1	
<b>Doutorado</b>	
Pontificia Univ. Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO) - 1	2
Universidade Federal Fluminense (UFF) - 1	
<b>Cursos livres</b>	
TreinaWeb (7)	
Academia Internacional de Cinema (43)	68
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) - 2	
Escola de Cinema Darcy Ribeiro (14)	
Instituto Infnet - Esc. Comunic. Design Digital (2)	

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 22: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de gastronomia

<b>Instituições</b>	<b>Quantidade de cursos</b>
<b>Técnico / Profissionalizante</b>	
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) - 2	6
Gastromotiva (1)	
IGA Brasil (2)	
Universidade Estácio de Sá (UNESA) - 1	
<b>Bacharelado/tecnológico</b>	
Universidade Estácio de Sá (UNESA) - 2	7
Centro Univ. Augusto Mota (UNISUAM) - 1	
Centro Univ. Maringá (UNICESUMAR) - 1	
Centro Univ. Hermínio da Silveira (Uni IBMR) - 1	
Centro Univ. Moacyr Sreder Bastos (UNIMSB) - 1	
Univ. Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) - 1	
<b>Pós graduação lato sensu</b>	
Centro Univ. Augusto Mota (UNISUAM) - 1	3
Faculdade de Tecnologia Inspirar - 1	
Faculdade Integrada AVM - 1	
<b>Cursos livres</b>	
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) - 13	107
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) - 2	
IGA Brasil (6)	
Centro Univ. Hermínio da Silveira - Uni IBMR (4)	
SindRio (24)	
Bendita Panela (21)	
As Marias (7)	
Escola de Gastronomia (4)	
Atelier da Confeitagem (15)	
Atelier da Gula (21)	

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 23: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de música

<b>Instituições</b>	<b>Quantidade de cursos</b>
<b>Técnico / Profissionalizante</b>	16
Escola de Música Villa-Lobos	
Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC)	
Instituto de Artes e Tec. De Comunicação (IATEC)	
Serviço Nac. de Aprend. Comercial (Senac)- 5	
<b>Bacharelado/tecnológico</b>	25
Conservatório Brasileiro de Música (OBM)	
Univ. Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	
Univ. Federal do Estado do Rio de Janeiro (UniRio)	
<b>Pós graduação lato sensu</b>	2
Univ. Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	
Univ. Federal do Estado do Rio de Janeiro (UniRio)	
<b>Mestrado</b>	2
Univ. Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	
Univ. Federal do Estado do Rio de Janeiro (UniRio)	
<b>Doutorado</b>	1
Univ. Federal do Estado do Rio de Janeiro (UniRio)	
<b>Cursos livres</b>	3
Escola de Música Villa-Lobos	
Escola Portátil de Música	

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 24: Quantidade de cursos e instituições de formação com ofertas de cursos na área de teatro

<b>Instituições</b>	<b>Quantidade de cursos</b>
<b>Técnico (ensino médio)</b>	15
ACCEC – Casa de Cultura Eduardo Cabus	
<b>Bacharelado/tecnológico</b>	5
Univ. Federal do Estado do Rio de Janeiro - UniRio	
Escola de Belas Artes – UFRJ	
Universidade Estácio de Sá	
Universidade Cândido Mendes	
Pontifícia Univ. Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO) - 1	
CAL – Casa de Artes de Laranjeiras	
<b>Pós graduação lato sensu</b>	1
Escola de Belas Artes – UFRJ	
<b>Mestrado</b>	1
UniRio	
<b>Doutorado</b>	1
UniRio	
<b>Cursos livres e profissionalizantes</b>	10
CAL – Casa de Artes de Laranjeiras	
Nu Espaço – Escola de formação em Artes Dramáticas	
ETTAM – Escola de Teatro Tânia de Moraes	
Nova Escola de Teatro	
Cia de Teatro Contemporâneo	
Martins Penna	
CCPAC – Pós Médio em Artes Cênicas	
ETLA – Escola de Teatro Leonardo Alves	
Espaço Nandi – Formação de Atores	
Studio Escola de Atores	
Nova Escola de Teatro	
Escola de Atores Wolf Maia	
O Tablado	
Galpão Aplauso	

Fonte: elaborado pela autora.

**APÊNDICE 2 – Quantidade de instituições científicas e tecnológicas relacionadas com os setores criativos analisados, de acordo com o tipo**

<b>Design de Moda</b>		<b>Festas &amp; Celebrações</b>		<b>Filme &amp; Vídeo</b>	
Infraestrutura Científica-tecnológica		Infraestrutura Científica-tecnológica		Infraestrutura Científica-tecnológica	
Tipo de instituição	Quant. de instituições	Tipo de instituição	Quant. de instituições	Tipo de instituição	Quant. de instituições
Universidades*	5	Universidades	5	Universidades	5
Institutos de pesquisa**	14	Institutos de pesquisa	1	Institutos de pesquisa	8
Centros tecnológicos e de assistência técnica **	13	Centros tecnológicos e de assistência técnica	1	Centros tecnológicos e de assistência técnica	13
Instituições de testes, ensaios e certificações**	14	Instituições de testes, ensaios e certificações.	9	Instituições de testes, ensaios e certificações.	12
<b>Gastronomia</b>		<b>Música</b>		<b>Teatro</b>	
Infraestrutura Científica-tecnológica		Infraestrutura Científica-tecnológica		Infraestrutura Científica-tecnológica	
Tipo de instituição	Quant. de instituições	Tipo de instituição	Quant. de instituições	Tipo de instituição	Quant. de instituições
Universidades	2	Universidades	2	Universidades	5
Institutos de pesquisa	10	Institutos de pesquisa	2	Institutos de pesquisa	3
Centros tecnológicos e de assistência técnica	4	Centros de estudos, documentos e acervos	10	Centros de estudos, documentação e acervos	4
Instituições de testes, ensaios e certificações.	6	Instituições de testes, ensaios e certificações.	0	Instituições de testes, ensaios e certificações.	0

\* Guia do Estudante e Site SEBRAE Rio

\*\* SMC – Secretaria Municipal de Cultura, IED Brasil e Sistema Firjan

Fonte: elaborado pela autora