

ESTRUTURA TEÓRICO-METODOLÓGICA DOS MODELOS ANALÍTICOS DE CLASSIFICAÇÃO SETORIAL DA ECONOMIA CRIATIVA *

(Theoretical-methodological framework of the analytical models of sectorial classification on creative economy)

Thiago Cavalcante de Souza (UFU)

RESUMO:

Este paper busca analisar a economia criativa enquanto atividade econômica, examinando a estrutura teórico-metodológica de seus respectivos modelos analíticos de classificação setorial. Para tanto, articula o conceito de criatividade no bojo da análise econômica, além de situar a gênese, o desenvolvimento e o estado da arte do termo. No campo analítico, o trabalho conclui que o valor simbólico consiste no elemento norteador da classificação dos setores criativos, cujos modelos de classificação apoiam-se na intensidade de criatividade incorporada no processo de produção ou circulação dos bens e serviços. Esses modelos assumem uma concepção nuclear, em que um conjunto de atividades sintetizam o capital simbólico, mas que ao mesmo tempo integra-se a outras atividades de provisão direta de insumos ou circulação.

Palavras-chave: Criatividade. Inovação. Modelo. Economia Criativa. Setores Criativos.

JEL: B40. B50. L82.

ABSTRACT:

This paper seeks to analyze the creative economy as an economic activity, examining the theoretical and methodological structure of their respective analytical models of sectorial classification. In order to do so, it articulates the concept of creativity within the framework of economic analysis, in addition to situating the genesis, development and state of the art of the term. In the analytical field, the work concludes that the symbolic value consists of the guiding element of the classification of the creative sectors, whose classification models are based on the intensity of creativity incorporated in the process of production or circulation of goods and services. These models assume a nuclear conception, in which a set of activities synthesize symbolic capital, but at the same time integrates with other activities of direct supply of inputs or circulation.

Palavras-chave: Creativity. Innovation. Classification models. Creative economy. Creative Industries.

JEL: B40. B50. L82.

* Os autores agradecem ao Banco do Nordeste do Brasil pelo recurso financeiro destinado a pesquisa.

1 Introdução

A Terceira Revolução Industrial provocou profundas transformações na economia, impulsionando a formação de novos modelos de produção e paradigmas tecnológicos. Nesse estágio do capitalismo, as formas de organização da produção baseiam-se fortemente no conhecimento, estruturando-se por meio de sociedades em redes, em que os setores produtivos assumem um aspecto dinâmico, transversal e tecnológico. Como consequência, emergem, no cenário econômico contemporâneo, conglomerados de comunicação, cultura e tecnologia com feições transnacionais, que operam mercados globalmente segmentados e alteram a dinâmica da criatividade humana e suas formas de expressão social (HARTLEY, 2005).

Dado o elevado dinamismo tecnológico da sociedade atual, tais setores estimulam a conformação de novos bens e serviços, a exemplo das mídias eletrônicas, softwares, design, arquitetura, tecnologia da informação e, ainda, os bens culturais reproduzíveis (filmes, livros, jogos eletrônicos, entre outros). Desse modo, permite-se que, com recursos simbólicos e intangíveis, redefina-se a estrutura socioeconômica do mercado de trabalho, com a geração de emprego em setores nos quais prevaleça a expertise do conhecimento popular e cultural (artesanato, expressões culturais, música e artes cênicas, por exemplo), como em atividades em que se exige um elevado nível de qualificação, a exemplo da indústria computacional (FLORIDA, 2002). Nesse cenário, a demanda por trabalho na economia contemporânea tem registrado transformações, onde se destaca o aumento da procura por mão de obra qualificada e especializada, além do crescimento da estrutura ocupacional entre os setores que têm a criatividade como recurso produtivo essencial, a exemplo das atividades terciárias e informais vinculadas às expressões artísticas, arte, cultura, entretenimento e turismo (GOLGHER, 2008).

Estudos recentes apontam que a aglomeração de profissionais com habilidades cognitivas e criativas representam um fator relevante para as decisões locais das firmas, correspondendo, portanto, a um indutor estratégico de desenvolvimento regional, conforme argumentam Caves (2001), Jacobs (2001), Throsby (2001), Jeffcutt e Pratt (2002), Miguez (2007), Reis (2011), Machado et al. (2013) e Souza (2015). Nesse contexto, defende-se que “o ponto chave para o crescimento e desenvolvimento de cidades e de regiões seria o aumento na produtividade associado com a aglomeração de capital humano ou de pessoas qualificadas e criativas” (GOLGHER, 2008, p. 109). Nesse particular, os centros urbanos que absorvem esses profissionais desenvolvem vantagens locais sobre os vizinhos, aspecto que tem situado a economia criativa enquanto uma estratégia de desenvolvimento endógeno.

Por essa razão, muitos esforços têm sido empreendidos para a formulação de um conceito de economia criativa que seja universalmente aceito e que entrelace as suas respectivas tipologias, como: indústria criativa, classes criativas e cidades criativas e *clusters* criativos. No Brasil, este esforço tem sido liderado pela Secretaria da Economia Criativa (SEC) do Ministério da Cultura. De forma estrutural, a SEC propõe a seguinte definição para o conjunto de atividades econômicas criativas: setores “que têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor” resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social (MINC, 2012, p. 22).

Estima-se que essas atividades somam 2,84% do Produto Interno Bruto (PIB), movimentado cerca de R\$ 105 bilhões, ultrapassando o desempenho de setores tradicionais, como a indústria extrativa mineral e a produção e distribuição de energia (LEROY, 2013). Segundo dados da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT) e Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI, 2015), em 2010, as atividades da economia

criativa registram uma ocupação de 1.364.373 trabalhadores, representando 1,58% da estrutura ocupacional brasileira. Estima-se que em 2015, esse número tenha ultrapassado a proporção de 6% (SOUZA, 2015). Estudos semelhantes foram realizados para o Rio de Janeiro pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), para São Paulo pela Fundação do Desenvolvimento Administrativo do Município de São Paulo (FUNDAP) e para o Rio Grande do Sul pela Fundação de Economia e Estatística (FEE), nos anos de 2011 e 2013. Esses trabalhos apontaram diferenças expressivas no que se refere ao desempenho regional do emprego criativo, demonstrando que em alguns estados a participação de ocupações vinculadas a economia criativa ultrapassam os registros formais dos setores tradicionais da economia.

Embora, seja crescente o número de artigos científicos sobre economia criativa publicados em periódicos indexados ao longo da última década, pouca ênfase tem sido aplicada a estudos econômicos de caráter teórico-analítico, no sentido de apresentar uma síntese metodológica da construção conceitual e da modelagem setorial que norteia a classificação das atividades econômicas inseridas na compreensão de economia criativa. Em face dessas questões, questiona-se: como e em que medida a criatividade relaciona-se com a análise econômica? Sumariamente, interroga-se: quais são os parâmetros teórico-metodológicos que subsidiam o recorte setorial das atividades econômicas consideradas como criativas?

Nesse sentido, parte-se do argumento de que os setores da economia criativa encontram na massificação dos ativos simbólicos advindos do processo criativo de seus trabalhadores o elemento primordial para a acumulação de capital. Dessa forma, a cognição, a própria arte e a cultura são transformadas em mercadorias reproduzíveis, cujo valor excede a expressão monetária dos salários, pois incorpora componentes próprios, como: originalidade, inovação, espiritualidade e outros. Portanto, o valor simbólico do bem ou serviço criativo consiste no elemento norteador da classificação dos setores, que utiliza como parâmetro a intensidade de criatividade incorporada no processo de produção ou circulação, em uma perspectiva nuclear.

O presente artigo pretende contribuir com a discussão reportada, no sentido de estimular o debate e o pensamento crítico em relação ao conceito de economia criativa, colaborando com uma agenda de pesquisa pouco difundida na literatura. Para tanto, o texto encontra-se estruturado em cinco seções, incluindo essa introdução. Na segunda seção, discute-se a criatividade como objeto da análise econômica. Sequencialmente, a terceira seção expõe o desenvolvimento e o estado da arte da economia criativa, com a finalidade de explorar os conceitos de criatividade econômica propostos na literatura. Por sua vez, a quarta seção realiza uma síntese teórico-metodológica de interpretação dos modelos analíticos de classificação setorial da economia criativa. Por fim, a quinta seção esboça as considerações finais alcançadas.

2 Criatividade como objeto da análise econômica

A criatividade se constitui em uma poderosa força produtiva individual, atrelada à imaginação e às habilidades psicológicas, técnicas e culturais dos seres humanos. Por essa razão, geralmente se destaca pela combinação de ideias com múltiplas aplicações ao cotidiano e as necessidades dos indivíduos. Conforme Howkins (2013), a criatividade é a capacidade de gerar algo novo – um processo ou uma invenção que se tornem relevantes para o uso particular ou coletivo. Trata-se de um talento e uma aptidão intrínseca às capacidades cognitivas dos sujeitos e que se manifesta através dos pensamentos e ações, evidenciando-se por concepções originais ou adaptações da realidade existente. A criatividade e a inventividade humana (FURTADO, 1978) vão além do campo ideológico e se adentram nas

diversas categorias de decisão da sociedade, conferindo-lhes múltiplas perspectivas de interpretações e significados.

Encontram-se na base da vida cotidiana dos indivíduos a criatividade cultural e econômica. Por um lado, a imaginação e a capacidade, de gerar ideias originais proporcionam aos indivíduos novas maneiras de interpretar o mundo. Para tanto, abarcam os diversos aspectos da universalidade humana, como: o conhecimento, as tradições, a moral, as inferências éticas formais e informais e a arte expressa em texto, som e imagem (CUCHE, 2002), assim como a identidade intelectual proporcionada pelo tempo e pelo espaço (ELIAS, 1991; HALL, 2001). Por outro lado, a capacidade humana de criar processos sistemáticos e complexos através da ciência e tecnologia contribuem para a organização da sociedade e de suas formas de produção. Nessa perspectiva, a criatividade científica e a tecnológica corresponde a um produto da sistematização cognitiva dos sujeitos, que através da curiosidade, imaginação e do conhecimento, experimentam e indicam soluções para a sociedade (ALBUQUERQUE, 2013).

A criatividade, enquanto fator econômico, foi observada em algumas das correntes da Ciência Econômica, mas é apenas na década de 1990 que ganha corpo e aporte teórico próprio e sistematizado. Na teoria econômica clássica, por exemplo, temas como as expressões criativas reveladas pela arte e pela cultura despertaram a atenção dos primeiros economistas. A esse respeito, esboçou-se que a criatividade artística se refere a uma atividade improdutiva e inapropriada para o acúmulo de capital e, conseqüentemente, para a geração de riqueza, pois o trabalho e os recursos empregados em atividades diferentes da agricultura consistiam em um desvio inapropriado. Tanto as abordagens de Adam Smith como as contribuições de David Ricardo admitiram, contudo, que os produtos derivados da criatividade humana possuíam valor de uso e valor de troca, principalmente quando fossem direcionados para a atividade agrícola, como a produção de utensílios para a atividade rural (REIS, 2007; TOLILA, 2007).

Com o surgimento da teoria neoclássica, as atividades econômicas deixaram de ser diferenciadas quanto a sua produtividade e improdutividade. Souza (2007) destaca que essas concepções foram favorecidas pelo avanço das técnicas manufactureiras e dos investimentos em capital humano e no treinamento de trabalhadores. Nesse sentido, a valoração dos bens passou a ser definida pelo grau de utilidade dos bens atribuída pelos agentes, o que permitiu que as relações entre a arte fossem vinculadas ao consumo. Ademais, a racionalidade atribuída à abordagem neoclássica da utilidade e dos custos, em que um agente deve ser “[...] capaz de colher todas as informações sobre os meios disponíveis e calcular as conseqüências do uso dos diferentes meios” (AUGUSTO, 2010, p. 233), aludiram a noção de capacidade cognitiva.

Destaca-se também a contribuição da escola institucionalista, especialmente, de Kenneth Boulding, John Galbraith e Thorstein Veblen. Tais autores afirmaram que a organização do sistema econômico é determinada pelas instituições criadas a partir do padrão de comportamento que os indivíduos estabelecem em decorrência de sua criatividade, tradições, desejos e pensamentos. A esse respeito, Conceição (2007, p. 631) afirma que ao contrário do:

agente racional e calculista, da teoria neoclássica, o institucionalismo vê o comportamento humano como normalmente orientado por hábitos e rotinas [...] pontuados por atos de criatividade e novidade [...] e situados ou moldados em uma cultura social evolutiva, tal que suas funções de preferências não são dadas ou fixas, mas integram um processo de adaptação contínua e mudança.

A ideia de criatividade também foi entrelaçada à concepção de inovação formulada por Schumpeter (2007), que se constituía na principal força de propulsão do desenvolvimento,

pois à medida que o empresário incorpora “novidades” à atuação da firma no mercado, tende a gerar transformações no mercado e no consumo, revigorando-o, levando ao crescimento, que no longo prazo refletiria no desenvolvimento das formas de acumulação do sistema capitalista. Dessa abordagem advém o conceito de destruição criativa, sendo um dos primeiros estudos a tratar a criatividade como objeto da análise econômica e força motriz do desenvolvimento (HARVEY, 1994; 2010). Segundo Schumpeter (2007, p. 73), esse fenômeno consiste na “substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos”.

Semelhantemente, a abordagem evolucionária aponta a inovação como principal determinante da dinâmica capitalista. Seu arcabouço teórico debruça-se sobre os impactos do processo inovador da conformação das estruturas de mercado, substituindo a premissa econômica de equilíbrio pela trajetória de evolução e adaptações provenientes do progresso técnico e das inventividades do empresário (KUPFER, 1996). Conforme Possas (1988, p. 158), os autores evolucionários encontram-se em “dois grupos não rivais – o que desenvolve ‘modelos evolucionistas’” e os que concentram suas análises na “geração e difusão de novas tecnologias”, mas que relacionam suas ideias com as estruturas de competição dos mercados.

A noção de evolução inserida nesse contexto teórico espelha-se nos princípios darwinianos, em que se destaca a intencionalidade da ação humana nos ambientes socioeconômicos. Porquanto, as intenções dos indivíduos encontram-se norteadas por aspectos cognitivos, desejos e criatividade, que aplicáveis à firma resultam em decisões concorrenciais que evoluem ao longo do tempo, fruto das próprias transformações nos aspectos cognitivos dos sujeitos (POSSAS, 2008). Nesse particular, observa-se que a criatividade representa um elemento relevante na discussão de questões e temas centrais da análise econômica, ainda que sob distintas ênfases e abordagens. Contudo, é nas últimas décadas que passa a ser objeto privilegiado da atenção na literatura. Diante dessas questões, torna-se proeminente apresentar a gênese, o desenvolvimento e o estado da arte da economia criativa, enquanto conceito.

3 Gênese, desenvolvimento e estado da arte da economia criativa

A expressão Economia Criativa é relativamente recente, assim como o esforço de sistematização enquanto campo de estudo. Enquanto formulação conceitual, sua gênese assenta-se na multidisciplinaridade analítica da Terceira Revolução Industrial e, por extensão, conectada ao paradigma de produção da sociedade pós-moderna, como: o modelo pós-industrial, o modelo pós-fordista e a economia do conhecimento, da experiência e da cultura (MIGUEZ, 2007). Essa absorção intelectual de múltiplas fontes de conhecimento caracteriza a economia criativa como um parâmetro de investigação analítica que precede uma revolução na estrutura científica da economia, sustentam Procopiuck e Freder (2013). Nesse particular, a economia criativa corresponde a uma concepção teórica em construção, cujas definições, formas de mensuração e caracterização apresentam variações (OLIVEIRA et al., 2013).

Preliminarmente, as discussões sobre economia criativa foram inseridas na agenda pública pelo governo australiano, com o projeto Nação Criativa lançado em 1994. Na ocasião, esteve no cerne das discussões o papel do Estado no desenvolvimento sociocultural dos centros urbanos, além do papel da cultura como insumo econômico. Consecutivamente, estendeu-se o interesse para a relevância e função do conhecimento criativo no sistema produtivo industrial, sendo problematizado o impacto das atividades econômicas ligadas à cultura e à tecnologia sobre a economia dos centros urbanos. Como resultado, surgiram as primeiras políticas públicas direcionadas aos “mercados da criatividade”, privilegiando investimentos em conservação e fortalecimento do patrimônio cultural, educação, infraestrutura e tecnologia (BLYTHE, 2001).

Em pouco tempo, essas discussões tornaram-se robustas e expandiram-se na Europa, cuja porta de entrada foi a Inglaterra em 1997, quando “[...] o governo britânico adotou o tema como prioridade e instituiu políticas públicas voltadas a desenvolver atividades relacionadas”, conforme destaca Silva (2012b, p. 688). Por meio do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS), o governo inglês envidou os primeiros esforços para organizar a criatividade e a cultura em um conjunto sistemático de atividades econômicas (THROSBY, 2001), tomando como referência as “atividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento humano e que dispõem de potencial para a geração de riqueza e a criação de emprego através da geração exploração da propriedade intelectual ” (DCMS, 2011, p. 6, tradução própria). O conjunto de atividades econômicas selecionada pelo DCMS foi denominado de indústrias criativas, por serem consideradas como importantes motores de acumulação de capital e viabilizar a reprodução capitalista através da oferta de tecnologia e conhecimento.

Também foi considerado com indústria criativa os setores econômicos responsáveis por pesquisa e desenvolvimento, responsável por transformar descobertas científicas em modelos e processos industriais para os setores tradicionais da economia (CUNNINGHAM, 2010). Esses esforços buscavam também mensurar os mercados criativos na economia da Grã-Bretanha, verificando a capacidade desses mercados na geração de ativos financeiros por meio da remuneração do conteúdo simbólico (BLYTHE, 2001). Para efeito de classificação, os mercados foram segmentados considerando suas “similaridades [...] e aplicação específica [de seus bens e serviços] na atividade econômica” (HOWKINS, 2013, p. 122). Esse interesse do governo britânico baseou-se no crescimento da inserção de conteúdo simbólico na dinâmica capitalista e no elevado volume de recursos que esse tipo de prática movimentava na economia.

Howkins (2013) propôs um ajuste ao modelo britânico de classificação da economia criativa, aproximando-os do conceito de propriedade intelectual. Por isso, sua modelagem teórica exclui as atividades ligadas ao turismo e esporte, sendo incluídos os mercados de informática e *software*, pesquisa e desenvolvimento (P&D), brinquedos e jogos eletrônicos. Por sua vez, Hartley (2005) propôs um ajuste ao modelo britânico, realizando uma separação entre criatividade e cultura. Sua contribuição advoga pela diferença entre cultura e criatividade, sendo a primeira entendida como fenômeno cognitivo e a segunda como um fenômeno social, que, em termos de valoração econômica, assumem disparidades e formatações diferentes.

Nesses termos, a indústria criativa abrange mais do que a produção de conteúdo simbólico, pois engloba bens e serviços que representam soluções ou insumos para outros setores e processos da economia, estabelecendo conexões com diversos segmentos do sistema produtivo. Por sua vez, a indústria cultural, ainda que tenha seus produtos subordinados à criatividade humana, tende a configurar mercados restritos e específicos. A indústria cultural, por sua vez, incorpora um modelo econômico de produção, em que os bens culturais não assumem, inicialmente, uma lógica completamente industrial, pois os elementos culturais constituem-se de resultados das expressões cognitivas dos indivíduos, como: hábitos, identidades, folclore e outros. Essas expressões podem ser reproduzidas na forma de bens e serviços, mas não podem ser fabricadas nos moldes industriais.

[...] nas indústrias criativas a criatividade é o elemento central, sendo percebida como necessária para a geração de propriedade intelectual. [...] parece haver uma tendência a comoditizar a criatividade, na medida em que se enfatiza seu potencial de comercialização. [...] a cultura é tratada na forma de objetos culturais. Esses objetos são definidos pela carga dos sentidos socialmente compartilhados que carregam, derivando seu valor de tal carga (BENDASSOLLII et al., 2009, *grifo dos autores*).

Transcorrendo para os Estados Unidos, a temática da economia criativa se inseriu em uma perspectiva mais cultural, onde a ênfase se estabeleceu sobre as relações de produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais, além das indústrias do entretenimento, destaca Caves (2001). Em razão disso, grande parte das formulações teóricas acerca da economia criativa desenvolvidas por americanos sofreram influência da Economia da Cultura – campo de estudo consolidado na década de 1960 – cuja abordagem concentra-se na investigação da relação entre a cultura e os fenômenos econômicos (TOWSE, 2011). Ademais, acrescenta-se como contribuição estadunidense, o estudo sobre a configuração da estrutura ocupacional do conjunto de atividades econômicas da criatividade (IZERROUGENE; COELHO; MATA, 2012). Por essa abordagem, busca-se compreender a dinâmica e a estrutura do mercado de trabalho criativo, tomando como referência o emprego de base intelectual. Porquanto, tais ocupações configuram uma classe criativa de profissionais (FLORIDA, 2002), em que a criatividade e o conhecimento (popular e/ou especializado) viabilizam novas formas de reprodução do capital, seja pela conformação de novos bens e serviços com elevado apelo ao consumo ou pela consolidação de alternativas de produção baseadas na economia solidária.

Este caráter concebe a ideia de inclusão social – antes mencionada neste trabalho – visto que com recursos próprios e intangíveis os indivíduos tendem a transformar a estrutura socioeconômica do mercado de trabalho, alocando-se tanto em setores que exigem elevado nível de educação, como em segmentos artísticos e culturais, em que prevalece a expertise do conhecimento popular e cultural, conforme destaca Florida (2002). Ressalta-se que os profissionais da criatividade podem se organizar de forma alternativa, por meio do empreendedorismo individual e coletivo, assim como por meio de redes solidárias de cooperação, inserindo-se em segmentos como artes e artesanato, por exemplo. Ademais, destaca-se que a aglomeração deste tipo de profissionais consiste em uma informação relevante para as decisões locais de investimentos, sendo, portanto, um relevante indutor de desenvolvimento territorial, tanto através da formação induzida de territórios criativos, a exemplo dos polos de ciência, tecnologia e criatividade (JACOBS, 2001).

Enquanto campo de investigação, o conceito de economia criativa tem sido apresentado de múltiplas formas na literatura, não havendo um consenso usual entre os trabalhos em economia. Contudo, observa-se que o objeto central de estudo das pesquisas com ênfase em economia criativa articula-se com relações de produção, distribuição e circulação de bens e serviços com elevada carga simbólica em sua concepção. Por isso, grande parte desses estudos se caracterizam por uma abordagem analítica multifacetada, apropriando-se de conceitos de economia, cultura e tecnologia, podendo, portanto, articular-se com diversos ramos do conhecimento para interpretar o processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços com conteúdo simbólico e criativo. Por essa razão, trata-se de um campo de análise que se entrelaça com aspectos e fenômenos da sociologia, antropologia, administração, engenharia, entre outros, com os quais se espera explicar o caráter econômico da criatividade.

Para tanto, o campo da economia criativa concentra sua investigação nos efeitos de atividades econômicas criativas sobre o desenvolvimento econômico, cuja teorização associa-se aos novos conceitos de economia, ou, economia contemporânea, visto que o modo de produção e circulação deste tipo de bens é, fundamentalmente, dependente das novas tecnologias e de alternativas econômicas existentes para o setor e secundário e terciário (FREEMAN, 2010). Assim, entende-se que a economia criativa abrange além das indústrias, o estudo do impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles, conforme propõe Hartley (2005). Como resultado dos esforços empregados na investigação dessas especificidades, organismos oficiais e

pesquisadores se empenharam na formulação de modelos analíticos que problematizam as dimensões da produção e do consumo criativo e propõem mecanismos de classificação setorial.

Esses modelos partem da similaridade dos bens e serviços direcionados ao mercado, cujos esforços de classificação são, essencialmente, baseados na “energia intelectual, cuja fonte deriva do patrimônio cultural e natural, e cuja dinâmica se encontra no capital humano, isto é, nas aptidões educacionais e informacionais do fator trabalho”, conforme destaca Izerrougene, Coelho e Mata (2012, p. 666). Essa conotação permite englobar dentro deste conglomerado produtivo todos os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos básicos. Dessa forma, parece adequado, para este estudo, reunir os diversos conceitos de indústrias criativas, considerando a pluralidade existente. Para tanto, o Quadro 1 apresenta algumas das interpretações da economia criativa.

Quadro 1 – Proposições conceituais de indústrias criativas

Continua.

Proposição Conceitual	Referência
Indústrias criativas (música, entretenimento e moda, por exemplo) são geridas por empreendedores que aproveitam ao máximo o talento e a criatividade dos indivíduos, transformando suas ideias em produtos e serviços transacionais. Nessas indústrias, grandes organizações dotam acesso ao mercado, por meio do varejo e da distribuição. Ressalta-se, porém, que o insumo essencial desse tipo de segmento de mercado constitui-se na criatividade de produtores de conteúdo independentes.	LEADBEATER (1999)
Indústrias criativas referem-se às atividades econômicas que produzem e fornecem bens e serviços associados a valores culturais, artísticos ou simplesmente de entretenimento. Elas incluem publicação de livros e revistas, as artes visuais (pintura e escultura), as artes performáticas (teatro e danças), gravação de músicas, filmes, moda, brinquedos e jogos.	CAVES (2001)
Trata-se de um conjunto de negócios orientados comercialmente para o mercado, fazendo uso da criatividade e a propriedade intelectual como recurso primário. Sua lógica mercadológica entra-se sustentada nos lucros advindos da exploração dos conteúdos criativos.	HOTN (2000)
As atividades das indústrias criativas podem ser inseridas em um grupo de atividades que incluem desde as atividades totalmente dependentes da circulação de conteúdo simbólico e sustentadas pela audiência (exemplifica-se as apresentações e exposições culturais das mais variadas naturezas) até aquelas atividades informacionais, orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão (publicação, música gravada, filme, <i>broadcasting</i> , por exemplo).	CORNFORD; CHARLES (2001)

Proposição Conceitual	Referência
Entende-se como indústrias da criatividade o conjunto de atividades que se dedica a produtos e serviços culturais, contemplando certo grau de propriedade intelectual, cujo retorno é auferido pela valoração do conteúdo simbólico intrínsecos aos produtos e serviços que lhe são pertinentes.	THROSBY (2001)
As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e do setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento. Ademais, a indústria criativa apresenta uma grande variedade de atividades relacionadas, que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade.	JEFFCUTT; PRATT (2002)
Indústrias criativas é um tema que se segue à paisagem política, cultural e tecnológica. Baseia-se na consideração de cultura como criatividade, entretanto, a criatividade enquanto recurso é passível de ser produzida, organizada, consumida e desfrutada de forma muito diferente nas sociedades pós-industriais, o que permite a configuração de mercados específicos para transacioná-las em formas de bens e serviços.	CUNNINGHAM (2002)
Representa um <i>cluster</i> de atividades, as quais possuem a criatividade como um componente essencial, estando-as inseridas diretamente no processo industrial e sujeitas à proteção de direitos autorais. Trata-se dos ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários.	UNCTAD (2004)
Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração de propriedade intelectual [...] tem por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).	DCMS (2005)
A ideia de “indústrias criativas” abrange a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa) no contexto de novas tecnologias midiáticas (TI) e no escopo da nova economia do conhecimento.	HARTLEY (2005)
Indústria onde o trabalho intelectual é preponderante resultando em ativos econômicos vinculados a propriedade intelectual.	HOWKINS (2005)
Indústrias criativas são aquelas que produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio de produção. Trata-se de segmentos de mercados guiados por um regime de propriedade intelectual e que, na verdade, empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um grupo central composto de música, audiovisual, multimídia, <i>Software</i> , <i>broadcasting</i> e todos os processos de editoria em geral. Entretanto, não apresenta uma fronteira de atividades econômica bem estabelecida. Ademais, é comumente [...]	JAGUARIBE (2006)
[...] adotado como sinônimo de indústrias de conteúdo e que têm as suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de <i>management</i> , de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição.	JAGUARIBE (2006)

Proposição Conceitual	Referência
O termo indústrias criativas abrange um conjunto amplo de atividades que incluem as indústrias culturais (produção cultural ou artística, como obras e espetáculos ao vivo ou produzidas como uma unidade individual reproduzível, por exemplo). Abrange também os setores cujo produto ou serviço contém um elemento artístico ou um esforço criativo substancial, como: como arquitetura e propaganda.	UNESCO (2007)
Indústrias criativas são entendidas como um conjunto de setores econômicos específicos e baseados em um ativo intangível e simbólico. Apresenta variações de acordo com a região ou país, considerando o impacto econômico potencial na geração de riqueza, trabalho, arrecadação tributária e divisas de exportações.	REIS (2008)
As indústrias criativas assentam-se na convergência de três campos, a saber, as artes, as indústrias culturais e as novas tecnologias digitais de informação, baseando-se, também, na economia do conhecimento, na sociedade em rede e da informação. Seu conjunto de atividades econômicas opera em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural, apresentando uma grande variedade de atividades que possuem como núcleo a criatividade.	BENDASSOLI; WOOD (2009)
São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e, ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.	CAIADO (2011)
Conglomerado produtivo responsável pelo fluxo de produção, distribuição e circulação de um conjunto de bens e serviços dotados de valor simbólico e que mobilizam ativos culturais, intelectuais, tecnológicos e científicos.	SOUZA (2015)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de diversas referências.

4 Modelos analíticos aplicados à economia criativa internacional

Delimitar as atividades econômicas que compõem o conglomerado produtivo criativo (indústrias criativas), principal objeto de estudo da economia criativa, é complexo. Isso porque, há diferentes proposições conceituais a respeito de indústrias criativas, conforme apresentado no Quadro 1. Ademais, as regiões, nas suas mais variadas escalas, apresentam distinções relativas à vocação criativa de suas atividades produtivas, o que amplia as classificações das atividades econômicas alicerçadas no critério da criatividade.

Por esse motivo, os diversos modelos analíticos constituídos ao longo dos últimos anos, segundo Oliveira et al., (2013, p. 14), buscaram “proporcionar uma sistemática de entendimento sobre as características estruturais das indústrias criativas”, considerando casos e regiões específicas. Portanto, segundo os autores, “cada modelo tem uma razão particular, dependendo de suposições subjacentes sobre a finalidade e o modo de operação das indústrias. Cada um leva a uma base diferente para a classificação em indústrias centrais e indústrias periféricas” (idem, 2013, p. 14) vinculadas à economia criativa. Nesse particular, essa seção busca reunir as proposições conceituais apresentadas na seção anterior em uma estrutura teórico-metodológica de classificação dos setores analíticos, preservando as convergências conceituais na classificação do ativo criativo na composição de bens e serviços, conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Modelos analíticos da economia criativa internacional

Continua.

Modelo Analítico	Referência	Eixo de análise e ideia-força
Modelo britânico de Indústrias Criativas	<i>United Kingdom Department for Culture, Media and Sport</i> (UK/DCMS, 2001)	Deriva dos esforços da Inglaterra para sistematizar uma política nacional de incentivo a criatividade e a inovação. Nesse modelo, as indústrias criativas são definidas como aquelas que requerem habilidade, criatividade e talento, com potencial de riqueza e a criação de emprego por meio da exploração de sua propriedade intelectual.
Texto Simbólico	Hesmondhalgh (2003) Towse (2011)	Esta abordagem vê o cerne das artes como o <i>locus</i> do estabelecimento social e político. Assim, para o modelo, as artes são mais importantes do que a cultura popular. Os processos pelos quais a cultura de uma sociedade é gerada e transmitida, contemplados neste modelo, são a produção, difusão e consumo de textos simbólicos ou mensagens, que são transmitidas por meio de várias mídias, como cinema, radiodifusão e imprensa.
Círculos concêntricos	Landry (2000) Throsby (2006)	Baseia-se na proposição de que é o valor cultural dos bens culturais que dá a essas indústrias a sua característica mais distintiva. O modelo afirma que as ideias criativas são originárias do núcleo criativo das artes na forma de texto, som e imagem, e que essas ideias e influências se difundem de dentro para fora através de uma série de camadas ou “círculos concêntricos”, com a proporção de conteúdo cultural em relação ao comercial, decrescente à medida que se move mais para fora do centro. Isto é, atividades culturais têm-se as atividades criativas, das atividades criativas formam-se as atividades tecnológicas e sucessivamente.
Propriedade Intelectual	Wipo (2003)	Este modelo baseia-se em indústrias envolvidas direta ou indiretamente na criação, fabricação, produção, transmissão e distribuição de obras protegidas por direitos. É feita uma distinção entre as indústrias que de fato produzem a propriedade intelectual (PI) e aquelas que são necessárias para transportar os bens e serviços protegidos pela PI ao consumidor, como as empresas de registro de patentes, por exemplo. Outro grupo é o de indústrias em que a PI é apenas uma pequena parte de sua operação.
Indústrias Criativas	UNCTAD (2010)	Nesse modelo, as indústrias criativas se fundamentam no conceito da criatividade como componente simbólico para gerar produtos e serviços, com uma forte dependência de propriedade intelectual. Há também uma distinção entre

		“atividades a montante” – atividades tradicionalmente culturais, tais como artes cênicas ou artes visuais – e “atividades a jusante” – muito mais próximo do mercado, como publicidade ou atividades relacionadas às mídias. Assim, as indústrias culturais formam um subconjunto das indústrias criativas.
--	--	---

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de diversas referências.

Nota: (1) As referências correspondem aos trabalhos seminais e os trabalhos de atualização, por isso não seguem ordem cronológica. (2) Entende-se por eixo de análise e ideia força, o conceito empregado na sistematização do modelo e a ideia que norteia a classificação dessas atividades econômicas criativas.

Destaca-se também, a existência de concepções alternativas para a interpretação do conceito de economia criativa presente nos modelos analíticos descritos (Quadro 3). Trata-se de adaptações e propostas de classificações paralelas, que, porém, não acompanham uma sistematização de informações estatísticas. Optou-se por apresentá-las separada, no Quadro 3, para expor os setores econômicos que foram considerados nos modelos descritos anteriormente.

Quadro 3 – Concepção alternativa para a classificação de economia criativa

Referências	Setores econômicos considerados	Eixo de análise e ideia-força
UNESCO (2009)	Artes performáticas e música; artes visuais e artesanato; audiovisual e mídia interativa; <i>design</i> e serviços criativos (como arquitetura e publicidade); livros e edição; preservação do patrimônio cultural e natural; atividades transversais relacionadas ao turismo, esportes e lazer.	Atividades econômicas que estejam diretamente relacionadas à criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais.
Observatório de Indústrias Criativas (OIC)	Artes cênicas e visuais (teatro, dança, pintura, escultura); audiovisual (cinema, rádio, televisão, etc.); design (gráfico, industrial, moda, etc.); editorial (livros e periódicos); música (gravada e ao vivo); serviços criativos conexos (informática, games, internet, arquitetura, publicidade, agências de notícias, bibliotecas, museus).	O mesmo estabelecido pela UNCTAD

Fonte: Valiati; Wink Junior (2013).

Entre as principais diferenças nos modelos aqui apresentados podem ser destacados os seguintes aspectos: origem da interpretação conceitual de indústrias criativas, ênfase (ou não) na questão cultural; geração de valor pela exploração da propriedade intelectual; divergência no entendimento de criatividade, enquanto recurso produtivo principal. Por conseguinte, a análise estrutural e a seleção das atividades econômicas que compõem cada modelo se diferenciam em função das características estruturais consideradas na definição de indústria criativa adotada pela composição e propósito analítico do modelo (Quadros 2 e 3).

Nesse sentido, a estrutura de classificação de cada modelo analítico, ainda que apresente variações, possui por escopo delimitar as atividades produtivas do conglomerado produtivo da economia criativa, as quais são desenvolvidas sob o controle e responsabilidade de uma unidade institucional, usando insumos de trabalho, capital e bens e serviços, para produzir novos bens e serviços de natureza criativa e cultural. Este tipo de delimitação permite classificar as unidades de produção criativas em categorias similares, que apresentem

ou não, nexos de complementaridade com outras atividades econômicas, inclusive criativas, mas que apresentem menor intensidade de carga simbólica, estética e tecnológica. Assim, cada modelo propicia a produção de estatísticas específicas, permitindo a mensuração do valor agregado do setor criativo na produção nacional.

Dessa forma, cada modelo analítico serve à classificação de todos os tipos de unidades engajadas na produção de bens e serviços criativos, considerando a principal atividade exercida e sua natureza, exceto no modelo britânico de indústrias criativas, que pressupõe um grupo genérico de atividades. Não obstante, os modelos de Texto simbólico, Círculos concêntricos e Propriedade Intelectual distinguem as atividades pela sua característica e intensidade no uso da criatividade, apontando um núcleo central e um conjunto de forças produtivas adjacentes, formado, em grande medida, por setores convergentes com a cultura. No modelo de Círculos concêntricos, acrescentam-se também as atividades relacionadas ao núcleo e aos setores adjacentes, mas que não se constituem uma base simplificada no que se refere à tipologia dos seus bens e serviços. O modelo formulado pela UNCTAD segrega as atividades em função de sua composição e as características do insumo criativo adotado em seu modo de produção.

Os modelos analíticos estruturam-se através de um núcleo central, responsável pela proposição de atividades econômicas que a criatividade ou a inovação sejam o principal componente de valoração do bem. Essas atividades são a base da economia criativa. É a partir desses núcleos que outros conjuntos de atividades vão sendo acopladas, integrando setores industriais menos intensivos no uso da criatividade, mas que são primordiais para agregação de valor as atividades nucleares. Por exemplo, no Modelo de Círculos Concêntricos, em que a economia criativa baseia-se quase que exclusivamente em atividades de cunho cultural, abriga em seu núcleo setorial as atividades ligadas a literatura, envolvendo o mercado editorial, responsável pela produção de conteúdo literário simbólico. Nesse caso em particular, observa-se que o livro ou publicações editoriais representam o principal bem produzido, cujo conteúdo é altamente simbólico e dependente do conhecimento criativo. De forma menos intensa, essa atividade nuclear liga-se atividades de publicação, responsáveis pela reprodução gráfica do material, além da publicidade, setor responsável pela diagramação e ilustração, culminando no setor de livrarias e bibliotecas, responsáveis pela circulação do bem ao consumidor final. Esses setores estabelecidos no fim da cadeia produtiva mobilizam pouco conhecimento criativo, mas é completamente dependente do ativo criativo mobilizado pelo segmento de criação editorial vinculado ao núcleo das artes criativas, nesse caso, a literatura (Quadro 4).

No Brasil, a discussão sobre economia criativa emergiu a partir dos anos 2000, quando na XI Conferência da UNCTAD, realizada em 2004 na cidade de São Paulo, refletiu acerca da preponderância das atividades criativas e da propriedade intelectual para o desenvolvimento econômico. A temática ganhou força, sendo instalado no Brasil em 2005 o Centro Internacional de Indústrias Criativas, momento em que emergem as primeiras aproximações do Brasil com os modelos analíticos da economia criativa internacional. Por iniciativa da UNCTAD e do Ministério da Cultura realizou-se em Salvador o I Fórum Internacional de Indústrias Criativas em 2005, tornando esse ano um marco para a institucionalização da economia criativa brasileira. Em um primeiro momento a agenda brasileira da economia criativa concentrou suas discussões no desempenho dos setores criativos das economias desenvolvidas, propondo estimativas para o conjunto de atividades econômicas da criatividade local.

Entre essas proposições discutiu-se o papel da cultura brasileira, extremamente heterogênea, na configuração da indústria cultural brasileira, destacando a sua pujança e o seu caráter promissor. Manifestações culturais, indústria carnavalesca, o cinema da retomada e a internacionalização da música popular brasileira foram alguns dos aspectos identificados como potenciais para a formulação de um projeto de desenvolvimento econômico alternativo, pautado na economia criativa. Ademais, a emergência de segmentos de mercados intensivos no uso de tecnologia e carga simbólica, como a indústria de *software*, pesquisa e desenvolvimento, biotecnologia, moda e arquitetura, foram consideradas promissoras e relevantes. Essas discussões evidenciaram a necessidade de políticas públicas capazes de fornecer impulso à configuração de mercados específicos, a fim de fomentar a geração de riqueza e emprego.

Entre os eventos que marcaram tais discussões, destacam-se: o módulo de Economia Criativa vinculado ao Fórum Cultural Mundial, realizado no Rio de Janeiro, em 2006; e os seminários internacionais temáticos, em dezembro de 2007, realizados no Ceará, São Paulo e Espírito Santo (REIS, 2008a). Nesse período, a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) incube-se da tarefa de identificar e estimar a participação dos setores criativos na economia brasileira. Para tanto, foi proposto um modelo de estimativa do valor adicionado das atividades econômicas da criatividade, com base na Relação Anuais de Informações Sociais (RAIS), o qual identificou uma movimentação de R\$383 bilhões, correspondendo a 16,4% do PIB brasileiro, conforme destacam Leitão e Gantos (2014). Em 2008, com base em uma reprodução do modelo analítico da UNCTAD, a FIRJAN delineou um modelo analítico de referência para o Brasil, constituído de um núcleo de atividades centrais e interligadas a um conjunto de atividades relacionadas e de apoio. Este modelo foi testado para o Brasil e para o estado do Rio de Janeiro, resultando em um trabalho inédito, publicado em 2008, intitulado de A cadeia da indústria criativa no Brasil (FIRJAN, 2008), sendo o mais amplo até então publicado (FUNDAP, 2011).

A partir de então, diversos organismos brasileiros começaram a defender a necessidade de uma padronização na classificação da economia criativa brasileira, requerendo, desse modo, uma sistematização de informações estatísticas capaz de propiciar diagnósticos do setor. Essa necessidade deve-se a inexistência de uma conta satélite específica para as atividades culturais dentro do cálculo da demanda agregada nacional, bem como insuficiência de variáveis e estudos que enquadrem esses segmentos de mercado por parte do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), conforme aponta o Ministério da Cultura (2012). Por meio da instituição da Secretaria da Economia Criativa (SEC) na estrutura administrativa do Ministério da Cultura¹, em 2010, diversos esforços foram empreendidos a fim de minimizar a escassez de informação estatística. Para tanto, o órgão traçou um plano de políticas, diretrizes e ações com vista a subsidiar a coleta de informações estatísticas em

¹ Lei 12.243 de 02 de dezembro de 2010.

parceria com diversos organismos oficiais e multilaterais. Ademais, destaca-se a missão de conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional “criativo”.

Buscando contribuir para que a cultura se constitua um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Brasil, a SEC propôs também a institucionalização do conceito de economia criativa para o caso brasileiro, conforme concebido inicialmente pelo governo australiano e britânico. Este conceito incorpora múltiplas dimensões da política pública, permitindo o engajamento de diversos órgãos, conforme Figura 4.

Nesse contexto, define-se a economia criativa como o conjunto de setores econômicos “cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza”, seja cultural, econômica ou social (MINC, 2012, p. 22). Sugere-se, portanto, que a distinção mais significativa para a economia criativa seja dada a partir da análise de uma cadeia produtiva horizontal, em que os primeiros elos – criação e produção – configuram-se preponderantes para a determinação de existência de carga criativa de uma atividade econômica. Por isso, uma atividade econômica pode ser considerada criativa, mesmo que seus insumos ou produtos não resultem em ativos de propriedade intelectual. Trata-se de um conceito derivado da convergência de diversas outras proposições teóricas acerca da economia criativa, principalmente de organismos multilaterais da ONU, resultando em uma adaptação para a realidade brasileira.

Em síntese, este conceito abarca além das atividades formais, as atividades produtivas informais e as expressões criativas e culturais organizadas dentro de um fluxo de produção autônomo, mas reproduzível. Considera-se, portanto, que as expressões e tradições orais, rituais, línguas e práticas sociais, tais como: artesanato, folclore, práticas desportivas, parques naturais e culturais, festas e festivais, feiras, entre outros. Ressalta-se, porém, que tais manifestações produzem efeitos multiplicadores, mas em grande parte são difíceis de serem mensuradas, tanto pelo aspecto subjetivo e intangível que apresentam, como pela informalidade ou associação com outras atividades econômicas, a exemplo do turismo. Partindo-se, então, desse conceito, novos modelos de análise dessa economia foram surgindo, propondo interpretações alternativas ao conceito institucionalizado pela SEC. O IBGE, por exemplo, realizou uma sistematização das atividades econômicas consideradas integrantes do conglomerado produtivo da economia criativa, como inicialmente operacionalizado pela FIRJAN, adotando a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) da Receita Federal. Ressalta-se, que a iniciativa do IBGE não emanou nenhum modelo de análise, mas sim um parâmetro de classificação, posteriormente adotado por outros organismos.

Entre esses, destaca-se a Fundação do Desenvolvimento Administrativo do Município de São Paulo (FUNDAP), que em 2012 construiu um modelo analítico para a economia criativa da cidade de São Paulo, fazendo uso das classificações das atividades econômicas criativas estabelecidas em estudos e modelos de organismos e instituições, como: IBGE, DCMS, UNCTAD, UNESCO, OIC e FIRJAN. Também em 2012 a FIRJAN reelabora o estudo sobre a economia criativa brasileira, publicando o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. De modo semelhante, a Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser (FEE), baseando-se nas experiências do DCMS, WIPO, UNCTAD, FIRJAN E FUNDAP, adotou um modelo de análise do conjunto de atividades econômicas da criatividade selecionadas pelas experiências anteriores, mas que apresentassem incidência no Rio Grande do Sul (VALIATI; WINK JUNIOR, 2013). Esquemáticamente, reúnem-se nos Quadros 5 e 6, as principais referências brasileiras a respeito da economia criativa sob a perspectiva analítica e ideia-força.

Quadro 5 – Modelos desenhados para analisar a economia criativa brasileira

Modelo Analítico	Referências	Eixo de análise e ideia-força
Modelo de Indústrias Criativas do Rio de Janeiro	FIRJAN (2008 e 2012)	Deriva das proposições teórico-analíticas dos organismos internacionais vinculados à economia criativa. Em expansão a esses conceitos, compreende-se a economia criativa como uma cadeia de setores e atividades econômicas, distribuídas em três grandes áreas – núcleo; atividades relacionadas e apoio. O núcleo é composto essencialmente de serviços, que têm a atividade criativa como parte principal do processo produtivo. As atividades relacionadas, por sua vez, referem-se aos segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo (indústria e serviço). Por apoio, atribui-se as atividades de provisão de bens e serviços de maneira indireta.
Modelo de Economia Criativa - Brasil	SEC, MIN (2012)	Inspira-se no modelo analítico da UNCTAD E na concepção alternativa elaborada pela UNESCO. Entende-se por indústrias criativas o conjunto de setores criativos baseados criatividade, cujo ativo criativo ocasiona a formação e a circulação de bens e serviços com carga simbólica. Possui forte articulação com as atividades culturais, considerando, nesse sentido, o patrimônio imaterial como (expressões e tradições orais e práticas sociais) recurso produtivo para a formação de atividades econômicas, vinculadas ao esporte e ao turismo, por exemplo. Possui por critério de organização e classificação um padrão formulado junto ao IBGE.
Modelo de Economia Criativa de São Paulo	FUNDAP (2011)	Inclui as atividades econômicas criativa aquelas ligadas à arte em suas diferentes modalidades, assim como as atividades criativas com viés de mercado, como design e publicidade. Entretanto, o modelo analítico apresenta algumas distorções em relação aos demais, devido a restrições metodológicas. Para tanto, exclui-se do modelo todas as atividades econômicas que possuem viés com setores não criativos, uma vez que não é possível separar as informações sobre criação das atividades fabris, por estarem reunidas em uma mesma classe de atividades econômica na CNAE. Em razão disso, o este modelo restringe-se a atividades essencialmente criativas, não incluindo aquelas ligadas à fabricação e à comercialização de bens criativos.
Modelo de Indústrias Criativas do Rio Grande do Sul	FEE (2003)	Baseia-se na concepção de indústrias criativas formulada pela UNCTAD e pela FIRJAN. Baseando-se no mesmo critério de classificação, congrega as atividades econômicas criativas em três categorias, núcleo, atividades associadas (indústria e serviço) e apoio. Este estudo, porém, busca identificar as especificidades dessas atividades econômicas para a realidade do estado do Rio Grande do Sul.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de FIRJAN (2008), FUNDAP (2011), MINC (2011), WINK JUNIOR (2013).

Quadro 6 – Modelos analíticos da distribuição setorial da economia criativa brasileira

MODELO DA FIRJAN, FUNDAP E FEE ¹	MODELO DA SEC
<p style="text-align: center;">Núcleo da economia criativa</p> <p>Artes cênicas; Artes; Música; Filme e vídeo; TV e rádio; Mercado editorial; Software, computação e telecomunicações; Pesquisa e desenvolvimento; Biotecnologia; Arquitetura e engenharia; Design; Moda; Expressões culturais; Publicidade.</p>	<p style="text-align: center;">Núcleo da economia criativa</p> <p>Patrimônio natural e cultural; Espetáculos e celebrações; Artes visuais e artesanato; Livros e periódicos; Audiovisual e mídias interativas; Design e serviços criativos</p>
<p style="text-align: center;">Atividades relacionadas - indústrias</p> <p>Materiais para artesanato; Materiais para publicidade; Confecção de roupas; Aparelhos de gravação e transmissão de som e imagens; Impressão; Fabricação de instrumentos musicais; Metalurgia de metais preciosos; Equipamentos de informática; Equipamentos eletro-eletrônicos; Têxtil; Cosmética; Produção de hardware; Equipamentos de laboratório; Fabricação de madeira e mobiliário, entre outros.</p>	<p style="text-align: center;">Atividades associadas</p> <p>Sítios históricos e arqueológicos Paisagens culturais; Patrimônio natural; Artes de espetáculo; Festas e festivais; Feiras; Pintura; Escultura; Fotografia; Artesanato; Livros; Jornais e revistas; Outros materiais impressos; Bibliotecas (incluindo as virtuais); Feiras do livro; Cinema e vídeo; TV e rádio (incluindo internet); Internet <i>podcasting</i>; Videogames (incluindo onlines); Design de moda; Design gráfico; Design de interiores; Design paisagístico; Serviços de arquitetura; Serviços de publicidade.</p>
<p style="text-align: center;">Apoio</p> <p>Serviços autônomos especializados e atividades complementares ao núcleo da economia criativa e suas atividades relacionadas, cujo uso da criatividade é indireto.</p>	

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de FIRJAN (2008), FUNDAP (2011), MINC (2011), WINK JUNIOR (2013).

(1) Esses modelos seguem o mesmo critério de classificação, mas por questões metodológicas, algumas atividades não são contabilizadas, devido a divergências entre as fontes de dados.

5 Considerações Finais

A criatividade corresponde a um fenômeno cognitivo passível e acessível a todos os indivíduos, visto que não obedece a qualquer determinação física ou natural para surgir. As múltiplas necessidades desses indivíduos corroboram com o exercício da criatividade, revelada pela inventividade humana. De modo semelhante, o sistema produtivo amplia cada vez mais a necessidade do conhecimento criativo em sua configuração, uma vez que a busca por excedente econômico incentiva a criatividade humana. Essa busca converge com os parâmetros da economia contemporânea ou da “nova economia” que se associam com os elevados níveis de informatização e inovação do modo de produção atual, no qual situa-se o conceito de economia criativa.

Este conceito possui um desdobramento recente entre a literatura econômica, principalmente entre os trabalhos que discutem conformação teórico metodológicas. Apesar disso, pode-se observar pelo estudo proposto que a criatividade se insere em um plano teórico analítico diversificado no curso do pensamento econômico, ainda que de forma pontual e vinculada a outras abordagens. Contudo, a convergência teórica dos conceitos tratados aponta a criatividade, principalmente nos estudos mais recentes, como um ativo intangível no processo de reprodução do capital. Por isso, uma gama de modelos analíticos tenta tratar a criatividade do ponto de vista da conformação de bens e serviços. O estudo identificou que os modelos desenhados para classificar setorialmente a economia criativa partem da relação trinomial de produção-distribuição-consumo.

Nesse sentido, confirma-se o argumento de que os setores da economia criativa encontram na massificação dos ativos simbólicos advindos do processo criativo de seus trabalhadores o elemento primordial para a acumulação de capital. Dessa forma, a cognição, a própria arte e a cultura são transformadas em mercadorias reproduzíveis, cujo valor excede a expressão monetária dos salários, pois incorpora componentes próprios, como: originalidade, inovação, espiritualidade e outros. Portanto, o valor simbólico do bem ou serviço criativo consiste no elemento norteador da classificação dos setores, que utiliza como parâmetro a intensidade de criatividade incorporada no processo de produção ou circulação, em uma perspectiva nuclear. Os setores em que o conhecimento criativo consiste como bases para a formação do valor simbólico do bem e triviais no processo de reprodução do capital de natureza “criativa” são situados em um núcleo, que integra-se a outras atividades menos intensivas em criatividade, inovação e tecnologia, geralmente, responsáveis pela provisão de insumos para essas atividades ou destinadas a circulação dos bens.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, E. M. Inovação em Celso Furtado: criatividade humana e crítica ao capitalismo. In: D'AGUIAR, R. F. (Org.). **Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: E-papers, 2013. p. 155-172.
- AMARAL FILHO, J. do. Cultura, criatividade e desenvolvimento. In: D'AGUIAR, R. F. (Org.). **Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: E-papers, 2013. p. 215-234.
- AUGUSTO, A. G. Teoria da ação na escola neoclássica. **Pesquisa & Debate**, v. 1, n. 2(38), p. 225-246, 2010.
- BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JR., T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, Mi. P. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n.1, p. 10-18, 2009.
- BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **JADE**, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001.
- CALABRESE, A. Creative industries. **Journal of Media & Cultural Studies**, v. 20, n. 1, p. 127-135, mar. 2006.
- CAVES, R. E. **Creative industries**: contracts between art and commerce. Cambridge: Harvard University Press, 2001.
- CONCEIÇÃO, O. A. C. Além da transação: uma comparação do pensamento dos institucionalistas com os evolucionários e pós-Keynesianos. **Revista Economia**, Brasília, v. 8, n. 3, p. 621-642, set.-dez. 2007.
- COSTA, A. D.; SOUZA-SANTOS, E. R. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Revista Economia & Tecnologia**, v, 25, n. 7, p. 1-8, abr.-jun. 2008
- COUTINHO, L. Economia Criativa para o Desenvolvimento. MINC, MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. Brasília: MinC, 2012.
- CUCHE, D. A noção de cultura nas Ciências Sociais. Bauru: EDUSC, 2002.

CUNNINGHAM, S. D. The creative industries idea. In: **The QUT creative industries experience**. Sidney: QUT Publications, 2010, p. 18-20.
DCMS, Department for Culture, Media & Sport. **Creative industries economic estimates**. Londres: DCMS, 2011.

ELIAS, N. O processo civilizador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FAUSTINO, P. **Indústrias criativas, media e clusters**. Lisboa: Mediaxxi, 2013.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class**. Nova York: Basic Books, 2002.

FIRJAN, FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO. **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2008.

_____. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2012.

FREEMAN, S. S. **Cadeia produtiva da economia do artesanato desafios para o seu desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: E-livre, 2010.

FURTADO, C. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Paz e Terra, 1978.

GOLGHER, A. B. As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros. **Revista Brasileira de Estudos Populacionais**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 109-129, jan.-jun. 2008.

HARTLEY, J. Os estudos culturais e a urgência por interdisciplinaridade: cedo, e não tarde, vamos precisar de uma ciência da cultura. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 11-44, jan.-jun. 2011.

HARTLEY, J. (Ed.). **Creative industries**. Oxford: Blackwell Publishing, 2005.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

_____. **O enigma do capital**. São Paulo: Boitempo, 2011.

HOWKINS, J. **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. 8 ed. Londres: Penguin Books, 2013.

IZERROUGENE; B. COELHO, L. A. de. A. MATA, H. T. da C. Economia Criativa: conceitos e classificações. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 22, n. 4, p. 665-674, out.-dez. 2012.

JACOBS, J. **Morte e vida das grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

KUPFER, D. Uma abordagem neo-schumpeteriana da competitividade industrial. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 355-372, 1996.

LEROY, F. L. D. A INDÚSTRIA AUDIOVISUAL NO BRASIL: uma análise a partir de dados *cross-section* e longitudinais. 2013. 141 f. Tese (Doutorado em Economia) – Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2013.

MACHADO, R. M. Da indústria cultural à economia criativa. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 18, p. 83-95, jan.-jun. 2009.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar In: NUSSBAUMER, G. M (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007, p. 95-114.

MINC, MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. Brasília: MinC, 2012.

OLIVEIRA, J. M. de. ARAÚJO, B. C. SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. (Texto para Discussão)

POSSAS, M. L. Em direção a um paradigma microdinâmico: a abordagem neo-schumpeteriana. In: AMADEO, E. (Org.). **Ensaio sobre economia política moderna: teoria e história do pensamento econômico**. São Paulo: Marco Zero, 1988.

PROCOPIUCK, M. FREDER, S. M. Economia criativa: modelo federal brasileiro e importância das discussões frente a referências internacionais. **Cadernos do CEOM**, Santa Catarina, v. 26, v. 39, p. 94-117, 2013.

REIS, A. C. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri: Manole, 2007.

_____. Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo. 2011. 312 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

SCHUMPETER, J. A. Theorie der wirtschaftlichen entwicklung. [Português] **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, credito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1997. (Os economistas)

SCOTT, A. J. Cultural economy and the city creative field of the city. **Geografiska Annaler: Series B, Human Geography**, Londres, v. 92, n. 2, p. 115-130
SEI, SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. Boletins especiais. Salvador: SEI, 2014. Disponível em: <
http://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=480&Itemid=281>.
Acesso em: 19 de jan. 2015.

SILVA, J. C. M. Criativa Birô: políticas públicas para o campo da economia criativa. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 22, n. 4, p. 687-696, out.-dez. 2012.

SOUZA, T. C. A dinâmica e os efeitos de transbordamento da economia criativa no Brasil. 2015. 190 f. Dissertação (Mestrado em Economia Regional e Políticas Públicas) – Departamento de Ciências Econômicas, Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2015.

THROSBY, D. **Economics and culture**. Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.
UNCTAD, ORGANIZAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O COMÉRCIO E O DESENVOLVIMENTO. **São Paulo Consensus**. São Paulo: ONU, 2004. Disponível em: <http://www.unctadxi.org/templetes/startpage____4.aspx. Acesso em: 02. abr. 2014.

TOLILA, P. **Cultura e economia**: problemas, hipóteses, pistas. Tradução Celso M.

TOWSE, R. (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. West Street: Edward Elgar Publishing Limited, 2003.

VALIATI, L.; WINK JUNIOR, M. V. (Org). **Indústria criativa no Rio Grande do Sul**: síntese teórica e evidências empíricas. 2. ed. Porto Alegre: FEE, 2013.