

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
FACULDADE DE DIREITO

José Francisco Siqueira Neto

ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO NACIONAL

São Paulo 2017

JOSÉ FRANCISCO SIQUEIRA NETO

ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO NACIONAL

Relatório científico do Projeto de Pesquisa Economia Criativa e Desenvolvimento Nacional, financiado pelo Fundo Mackenzie Pesquisa.

SÃO PAULO 2017

RESUMO

Este relatório científico demonstra os resultados de pesquisa obtidos no desenvolvimento do Projeto de Pesquisa Economia Criativa e Desenvolvimento Nacional. O resultado da pesquisa bibliográfica comprova a hipótese de pesquisa lançada no projeto de que o Brasil não possui um adequado tratamento jurídico para regular a Economia Criativa, impedindo a sua utilização em qualquer planejamento econômico para desenvolvimento nacional.

Palavras-chave: Economia Criativa; Desenvolvimento Nacional; Conhecimento.

INTRODUÇÃO

No final do século XX, novas contribuições sobre o tema vêm realocar os debates sobre o desenvolvimento, que passa finalmente a se ‘culturalizar’, ampliando seus horizontes, aprofundando suas possibilidades, ganhando, enfim, maior visibilidade e prestígio nos cenários nacional e internacional. Em 1999, o “Fórum Desenvolvimento e Cultura”, organizado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), agregou novos significados ao conceito de desenvolvimento econômico.

A cultura passa a ser percebida como uma matriz dinâmica das formas de ser, estar, de se relacionar e de se perceber o mundo. Desenvolver, nesse caso, não significaria somente construir obras de infraestrutura (tais como saneamento, estradas ou casas), mas passaria, sobretudo, a traduzir as reações e as intervenções dos indivíduos e das comunidades atingidos por esses benefícios, ou seja, a possibilidade de ampliar as interpretações acerca dos impactos (culturais, sociais, ambientais, entre outros) desses projetos com as comunidades e populações envolvidas.

Porém, muitos técnicos, gestores públicos, intelectuais e particularmente políticos, mesmo diante do fracasso de projetos de transformação estrutural, ainda se mantêm reféns da mesma mentalidade positivista e da mesma lógica binária e, por isso, continuam buscando construir relações de causa e efeito, tanto nos seus discursos acerca do desenvolvimento, quanto nas suas retóricas sobre a exclusão social. As novas tendências acerca do desenvolvimento, hoje disseminadas pelos organismos nacionais e internacionais de pesquisa econômica, lamentavelmente ainda não encontraram a necessária acolhida entre os governos das regiões não desenvolvidas economicamente. São esses governos que necessitariam urgentemente formular políticas e programas frutos de uma concepção do desenvolvimento. No entanto, o Brasil ainda não conseguiu ser percebido pelos seus governantes, enquanto um “país criativo”, capaz de ousar construir, em função de suas próprias características culturais, novas alternativas para o seu próprio desenvolvimento.

O tema “indústrias criativas” está no foco das discussões de órgãos e comunidades internacionais, nos últimos anos, sendo destacado como estratégico para o crescimento e o desenvolvimento econômico e social de países desenvolvidos e em desenvolvimento, seja através da geração de emprego e renda, seja por meio da promoção da inclusão social, da diversidade cultural ou do desenvolvimento humano.

Tudo isso deve ser compreendido dentro de um contexto de desenvolvimento ou crescimento econômico nacional. Em outras palavras, a economia criativa traz inúmeras vantagens de desenvolvimento econômico de vários setores e atividades econômicas, os quais, para se desenvolverem devem estar organizados juridicamente.

Entretanto, no Brasil, sequer o adequado mapeamento foi realizado, não se sabendo ao certo o conceito de Economia Criativa, definição esta, essencial para a correta regulação jurídica.

DESENVOLVIMENTO

A economia brasileira passou nas últimas décadas por uma profunda transformação com o surgimento de novos setores econômicos adaptados à realidade tecnológica. Essas alterações, somadas as mudanças de orientação da política econômica nacional levaram à necessidade de adequação e criação de novas ferramentas e instrumentos de direito econômico para suportar os novos arranjos produtivos.

A Economia Criativa¹ se encaixa nesses novos arranjos de produção. É um termo – embora ainda sem definição precisa - que designa modelos de negócio ou gestão que tem por

¹ “O marco principal da economia criativa aconteceu em 1994, quando o então primeiro ministro da Austrália, Paul Keaton, fez um discurso em que convidou a população a aproveitar as oportunidades geradas pela globalização e pelas mídias digitais (GIL, 2012). Foi o primeiro Governo a dar atenção para este novo segmento, desenvolvendo o conceito de Creative Nation como base de uma política cultural voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país (MIGUEZ, 2007). Em 1997 na Inglaterra, o Novo Partido Trabalhista inglês (New Labour) defendeu em seu manifesto pré-eleitoral a ideia de se identificar as indústrias criativas como um setor particular da economia, assim reconhecendo a necessidade de políticas públicas específicas para este segmento. Portanto, apesar da iniciativa dos australianos, foi no Reino Unido que a

base atividades, produtos ou serviços desenvolvidos e executados a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de pessoas individualmente consideradas.

Diferentemente da economia tradicional - indústria, agricultura e comércio - a economia criativa tem por foco o potencial individual ou coletivo de produzir bens e serviços criativos, tangíveis ou intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico, surgindo uma nova forma de produção de riqueza que até o momento possui pouca regulação pelo Direito.

*economia criativa ligada ao capital intelectual despontou com o incentivo do primeiro ministro Tony Blair. A fim de recuperar a competitividade diante do aumento da concorrência dos países asiáticos no mercado internacional, Tony Blair convocou uma força-tarefa para determinar quais os setores criativos mais promissores do Reino Unido. Segundo John Howkins, “esses seguimentos viraram prioridade e passaram a ter um crescimento de 16% ao ano. Foi uma revolução” (GIL, 2012, p. 56). Em 2001 Howkins escreveu o primeiro grande estudo sobre o tema: *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas (A Economia Criativa: Como as Pessoas Transformam Ideias em Dinheiro)*. O livro usou o termo pela primeira vez e explicou suas origens. Além desse livro, tivemos outros dois livros publicados nos Estados Unidos nessa área, o do professor de economia da Universidade de Harvard, Richard Caves, intitulado *Creative industries* publicado em 2001, e o de Richard Florida, *The rise of the creative class*, publicado em 2002. Fundamentado em históricos recentes, no âmbito acadêmico, a temática indústria criativa é abordada inicialmente em 2001, quando a Queensland University of Technology, em Brisbane Austrália, lançou o primeiro curso de bacharelado em “Creative Industries”. Em setembro de 2002, em St. Petersburg, na Rússia, é realizado o Primeiro Fórum Internacional das Indústrias Criativas, organizado por diferentes governos, em torno do tema “Indústrias Criativas nas Cidades Modernas”. Em dezembro de 2002, aconteceu o Simpósio Internacional em Brisbane, que reuniu pesquisadores e estudiosos da recém-criada Creative Industries Faculty (QUT), da London School of Economics, do Massachusetts Institute of Technology e da New York University com o intuito de refletir sobre o significado e os impactos sociais e culturais da economia criativa e de contribuir para a construção de uma agenda dedicada a esta temática. O resultado deste encontro, intitulado *New Economy, Creativity and Consumption Symposium*, foi posteriormente reunido numa edição especial do *International Journal of Cultural Studies* que veio a público em março de 2004 (MIGUEZ, 2007). Em junho de 2004, em São Paulo, a XI UNCTAD, realizou pela primeira vez no Brasil o “Workshop on Cultural Entrepreneurship on Creative Industries” e um painel – “High Level Panel on Creative Industries and Development”. Em abril de 2005, o Fórum Internacional das Indústrias Criativas, criado por governos de cerca de 20 países, realizado em Salvador, Bahia, definiu a instalação do Centro Internacional das Indústrias Criativas naquela cidade. Em 21 de julho de 2005, a Revista *Business Week* criou o *Innovation & Design Channel*, dentro da sua revista online, com a finalidade de acompanhar os desenvolvimentos dentro “Economia Criativa”. O título da capa da Revista *Business Week* de 1º de agosto de 2005 foi “Get Creative!”, anunciando a criação do referido canal e apresentando uma série de artigos e matérias de alta repercussão sobre o tema. Em 15 e 16 de novembro de 2005 em Cingapura, foi realizado o Fórum “Beyond 2005”, apresentado em conjunto pela “Creative Industries Singapore”, uma Divisão do Ministério de Informação, Comunicações e Artes e pela “Global Brand Forum Pte Ltd.”. Em 1º de dezembro de 2005 é realizada, pela primeira vez, em Shangai, a “Shanghai International Creative Industry Week”. A Universidade de Glamorgan, no Reino Unido, anuncia para 2007 a instalação de cursos de graduação em “Indústrias Criativas e Culturais”. Ainda em 2005 vem a público um livro que diz respeito às questões de ordem teórico-conceitual concernentes a este tema. Trata-se do trabalho organizado por John Hartley sob o título *Creative Industries*, publicado em Oxford, na Inglaterra, e que aborda variados aspectos, permitindo pela primeira vez, uma compreensão mais substantiva da temática da economia criativa e das indústrias criativas (MIGUEZ, 2007). Em 2007 os setores criativos começam a ganhar espaço no país. Durante a São Paulo Fashion Week, é realizado um encontro sobre Economia Criativa. Criado em 1996, o evento de moda é considerado um dos maiores cases de sucesso da economia criativa brasileira. Em 2008 a crise econômica provoca uma queda de 12% no comércio internacional. Apesar disso, as exportações de produtos e serviços culturais crescem 14,4%, gerando uma receita de US\$ 592 bilhões.” (SERAFIM, et. ali., 2013)*

A economia é uma ciência descritiva e propositiva, porém, não é normativa, papel este que cabe ao Direito, razão pela qual a Economia Criativa somente se desenvolverá se houver uma interface entre as duas ciências.

As atividades “criativas” estão localizadas em setores como cultura, moda, design, música e artesanato. Outra parte importante é encontrada no setor de tecnologia e inovação, como o desenvolvimento de softwares, jogos eletrônicos e aparelhos de celular. Igualmente estão incluídas as atividades de televisão, rádio, cinema e fotografia, além da expansão dos diferentes usos da internet.

O Relatório da Organização das Nações Unidas sobre Economia Criativa², elaborado no ano de 2013, informa que o comércio mundial de bens e serviços criativos movimentou US\$ 624 bilhões em 2011, duplicando o seu valor nos últimos dez anos. O mesmo Relatório aponta que a contribuição de atividades culturais privadas representa, em média, 5,2% do PIB (Produto Interno Bruto) em 40 países pesquisados pela Unesco³.

No Brasil, segundo Relatório de 2014 da FIRJAN⁴ -Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, a contribuição dos segmentos criativos foi de 2,7% do PIB em 2011, tomando por base

² http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em 19/03/2016.

³ São citados países como Bósnia e Herzegovina, com contribuição da indústria criativa em 5,7% do PIB, Equador (5%), Argentina (3,5%) e Colômbia (3,4%)

⁴ <http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>. Acesso em 19/03/2016.

a massa salarial⁵ gerada por empresas da indústria criativa naquele ano⁶. O resultado situa o Brasil acima de países como Espanha, Itália e Holanda, porém, muito abaixo do Reino Unido, da França e dos Estados Unidos.

Já para o Ministério da Cultura, no ano de 2010 a Economia Criativa gerou R\$ 104 bilhões (aproximadamente 3% do PIB), valor superior ao setor de mineração, estimado em R\$ 78 bilhões. Ainda segundo o Ministério da Cultura existem no Brasil cerca de 400 mil empresas formais ligadas à Economia Criativa (MASI, 2015, p. 172).

“According to the “System of Information and Cultural Indicators” (IBGE/ Ministry of Culture, 2006), the Brazilian creative sector accounted in 2003 for 5.7% of formal jobs, 6.2% of the number of companies, 6% of value added and 4.4% of the average expenditures of Brazilian families. Creative companies accounted for 5% of industry jobs in the country, with an average salary of 5.6 minimum (comparing to 4.6 of the entire industry). With respect to services, the data are even more significant: 9% of total employment and 5.9 minimum average salary (to 3.2 for all services). One of the relevant considerations on the Core of the creative economy as a central point of analysis is the condition of being the center that drives the advancement of value

⁵ “The first FIRJAN (2010) study on the creative activities, showed that 12 of the Core sectors in 2006, together with the creative chain Related and Support activities accounted for 21.8% (7.6 million people) of the country’s total formal employment (35 million), contributing to 16.2% of GDP. Regarding the number of workers in the activities of the Core of the creative industry, the workers in Brazil increased from 599,000 to 771,000 between 2006 and 2010. The number of “creative” employees grew on average 8.5% per year during this period, which accumulates 29% in four years; this rate was more accelerated than the Brazilian general labor market (5.8% per year or 25% in the period). Thus, employees in the creative Core in 2010 represented 1.75% of all Brazilian workers, compared to 1.70% in 2006. The Manufacturing Industry, supplier of raw materials and finished goods to the creative Core, employed 67% of workers in Related Activities. In turn, the core activities accounted for 32.5% of the establishments of an universe of 2.8 million. These data allow us to identify the significant representation of the production chain in the Brazilian economy, with regard to workers and other professionals absorption capacity. The distribution of employees in the core activities from IBGE’s PAS and PNAD data for the period 2007-2010 (Table 1) show that more than 887,000 formal workers in 2007, which represented 1% of the total employed population and 2.9% of formal workers, the number of workers has evolved into more than 1.062 million, corresponding to 1.96% and 3.1% respectively of the employed population in the country and of the employed population with a formal. Estimates for 2010 show that considering all the creative chain, people who held formal jobs accounted for 8.54% of formal employment in Brazil. The most representative of the Core sectors are Information Technology activities (more than 1/3 of workers), Telecommunications (around 15%) and those related to Edition, whose rates of annual change in the period, however were not the greatest (Figure 3). In 2007, Cultural, recreational and sports activities as well as News agencies and information services, had an amazing growth above 20%, as well as the Telecommunications (13%), but those relating to the Edition show a decrease in number of workers.” (KON, 2016, p. 179)

⁶ O estudo da Firjan aponta ainda que o mercado formal de trabalho do setor é composto por 810 mil profissionais, o que representa 1,7% do total de trabalhadores brasileiros. O segmento que mais emprega mão de obra é o de Arquitetura e Engenharia, com 230 mil trabalhadores, seguidos de Publicidade e Design, que emprega 100 mil profissionais cada. A cadeia da moda também aparece em destaque no estudo, tendo em vista que responde por quase 30% da cadeia da indústria criativa, com 620 mil estabelecimentos no País.

creation of a chain, as seen. The observation data of the entire chain of the Brazilian creative economy, which includes Related and Support activities, shows a set of more than two million businesses. FIRJAN estimates (2008) based on payrolls generated by these formal enterprises find that the value of creative GDP of the entire chain amounted to R \$ 735 billion, which in 2010 was 18.2% of the Brazilian GDP, highlighting that this comparison does not incorporate the informality in the Brazilian economy. As seen in Figure 1, the multiplier effect of product generation by the Core activities is very large and has the potential to stimulate employment and income creation and wider economic development of the economy.” (KON, 2016, p. 177)

Além dos benefícios econômicos acima apontados, que ocorre com a incorporação de uma nova forma de produção de riqueza, a economia criativa também contribui significativamente para o desenvolvimento social vez que as relações de trabalho ocorrem de maneira diferente da economia tradicional, valorizando o empreendedorismo e a auto-gestão, cuja consequência é o crescimento inclusivo e sustentável e a diversificação dos mecanismos de geração e distribuição de riquezas.

Em decorrência do potencial de crescimento da economia criativa no Brasil, foi implantada em 2011, no âmbito do Governo Federal, a Secretaria da Economia Criativa, vinculada ao Ministério da Cultura, tendo por missão a condução, formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. Para Anita KON (2016, p. 170):

“The first Creative Economy Management Plan by SEC, was launched for the 2011 to 2014 period, and in February 2012 it was established the Brazilian Observatory for Creative Economy (OBEC), as the entity responsible for the production and dissemination of research data and information on Brazilian creative economy, and also by stimulating debate. The SEC Plan seeks the implementation of transversal public policies directed to government sectors, the private sector and civil society, taking as a starting point, the building of a conceptual framework and guiding principles to support the institutionalization of a national policy which is geared to stimulating the creative chain in the country.”

A economia criativa vem gradualmente ampliando seu espaço junto ao setor público e à academia no Brasil, cada vez mais interessados no potencial econômico e social que o setor tem a oferecer. Cada vez mais entidades setoriais, ONGs, fundações e empresas privadas, profissionais e empreendedores criativos, de maneira geral, se mobilizam em redes de debates e trocas de experiência, desenvolvendo projetos de pesquisa e de ação, o que de certa maneira foi coordenado até 2016 pelo Ministério da Cultura que, desde 2009, incorporou à sua estrutura uma coordenação exclusivamente dedicada à economia da cultura.

Em umas destas ações conjuntas o Ministério da Cultura e o IBGE, foi realizada a pesquisa que criou o Sistema de Informações e Indicadores Culturais que busca estabelecer um quadro estatístico do setor e avaliar o seu peso econômico e social no desenvolvimento brasileiro. Este trabalho visa o enquadramento do Brasil no SICSUR – Sistema de Informações Culturais do MERCOSUL.

Diversas universidades estruturaram programas de graduação e pós-graduação em Economia Criativa. Como exemplos importantes, temos a USP, a UNICAMP, a UFRJ, a Universidade Cândido Mendes (RJ), a FGV (SP e RJ), a UFPE, UFF e UFBA, entre outras, que têm reunido pesquisadores e fomentado a publicação de estudos e livros.

Contudo, por ser um setor econômico ainda em consolidação, a economia criativa ainda não atingiu um adequado grau de regulação jurídica e, as poucas políticas públicas existentes versam sobre temas pontuais sem pontos de conectividade entre elas. Essa ausência de coordenação atrasa o crescimento da economia criativa no país ante a situação de insegurança jurídica.

Identificamos o problema da inexistência de regulação jurídica em decorrência da ausência de um estudo mais aprofundado sobre a natureza e estrutura econômica e social da Economia Criativa, no Brasil.

Por sua vez, considerando o caráter racionalizador e expansionista da Economia Criativa, esta pode ser classificada como um ramo da Economia Social e Solidária. Nesta linha de raciocínio, ao considerar que a Economia Criativa tem os mesmo pressupostos e características da Economia Social e Solidária, qual seja, a cooperação como base das atividades econômicas produtivas.

A regulação jurídica da Economia Criativa deve partir dos princípios jurídicos da Economia Social e Solidária, sob pena de o fazendo sob outros princípios, inviabilizar o desenvolvimento da Economia Criativa no Brasil.

OBJETIVOS

O objetivo geral do projeto é analisar a situação jurídica da criativa no Brasil, contribuindo para a identificação de um terceiro ramo da Economia Social e, com a construção de um marco teórico e legal global, alcançando assim, o objetivo de todo o conhecimento científico que é a universalidade.

METODOLOGIA

As conclusões que a pesquisa chegou foram alcançadas através da revisão bibliográfica e pesquisa qualitativa, analisando indutivamente os fatos encontrados na análise da bibliografia.

Existe literatura suficiente para explorar o estado da arte da economia social em todo o mundo, permitindo chegar a uma conclusão sobre a formação jurídica e econômica da Economia Criativa e, os seus desafios atuais.

Com isso, foi realizada uma revisão teórica do conhecimento existente no assunto inserindo-se o problema da pesquisa dentro do quadro de referência teórico apresentado no projeto no item abaixo.

RESULTADOS

Os resultados, já adiantado acima, buscam demonstrar a origem epistemológica da Economia Criativa, sua estrutura de funcionamento, a parca estrutura jurídica existente e, apresentar propostas para o futuro.

Estes resultados se consubstanciaram em artigos científicos, apresentações de trabalhos em eventos científicos internacionais e, a publicação de um livro (ainda no prelo).

Com isso, foi publicado o artigo científico “Regulação da Economia Criativa no Brasil”, na revista *Ius Gentium*, v. 7, p. 65-77, 2016, de autoria do Prof. Daniel Francisco Nagao Menezes, em que é discutida a estrutura jurídica existente sobre Economia Criativa no Brasil.

Estas discussões foram aperfeiçoadas e debatidas no texto “Nuevos conceptos de Economía Solidaria en América Latina - Discusión de Economía Creativa”, apresentado na XII Congreso PROCOAS, ocorrido em setembro na Universidad Nacional de Rosario (Argentina) e, “Economia Criativa e Colaborativa e sua Regulação no Brasil” durante a IX Jornadas de Sociologia da Universidad Nacional de La Plata. Os anais destes eventos ainda não foram publicados.

A relação entre Economia Criativa e Inovação Tecnológico foi discutida no artigo “Inovação Tecnológica e Economia Criativa: O Exemplo de São Bernardo do Campo”, de autoria de José Francisco Siqueira Neto e Daniel Francisco Nagao Menezes, apresentado e publicado nos anais do XI Jornadas Latino-Americanas de Estudos Sociais das Ciências e da Tecnologia, realizado em julho na Universidade Federal Tecnológica do Paraná, em Curitiba.

No mesmo evento também foi apresentado e publicado o artigo “Economia Criativa, Inovação e Desenvolvimento Nacional” em que é discutida os potenciais da Economia Criativa dentro do contexto do projeto de desenvolvimento nacional, de autoria dos mesmos professores. Este mesmo artigo foi traduzido para o inglês e apresentado no 31 Congrès du CIRIEC, realizado em Reims, França, publicado nos anais do evento internacional.

As discussões sobre a tributação das atividades de economia criativa foram discutidas no artigo “Desafíos para Tributación de la Economía Creativa y de Colaboración en Brasil” durante o XVI Congreso de Investigadores en Economía Social y Cooperativa, realizado na Universitat de València, Espanha, publicado nos anais do evento e, de autoria de José Francisco Siqueira Neto e Daniel Francisco Nagao Menezes.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Contrariando a crítica, a economia criativa não é apenas um conjunto de setores enquadrados em uma nova categoria, mas o emblema de um novo ciclo econômico, que é uma resposta aos remitentes problemas globais, motivando e criando novos modelos de negócios, processos organizacionais e relações institucionais entre os agentes econômicos e sociais.

A Economia Criativa surge no cenário de desmaterialização das relações de trabalho e de formação de uma economia baseada na informação e conhecimento, bem como em um contexto de alta dinamização da cultura de consumo e de estilos de vida alternativos ao modelo fordista.

Neste novo paradigma, que inclui a cultura em sua essência e tecnologia como um meio de propulsão, a organização dos mercados em redes, alianças entre agentes econômicos e sociais, a prevalência de aspectos intangíveis da produção, utilização novas tecnologias para a produção, distribuição e/ou acesso a bens e serviços e a singularidade da produção, fortemente ancorada na singularidade, são características deste modelo que é suposto sustentabilidade melhorar o bem-estar e a inclusão socioeconômica.

A execução deste modelo permite a integração vertical oferecendo a indivíduos e coletividades a possibilidade de um desenvolvimento ambientalmente equilibrado dada a conexão entre a criatividade, a condição humana e a questão territorial, que em verdade, tem natureza ambiental.

Embora não haja uma fórmula para o sucesso, a economia criativa parece ser, de fato, um importante potencial de desenvolvimento socioeconômico, aproveitando um momento de transição de paradigmas globais para reorganizar os recursos e a distribuição de benefícios econômicos. Mas, como vimos, embora a criatividade como um recurso onipresente

reconhecido, é necessário perceber o seu potencial econômico, com base em onze pontos de fundamentação:

- 1) discutir as bases filosóficas e sociológicas das mudanças causadas pela revolução tecnológica e seus impactos na sociedade, no meio ambiente e no direito;
- 2) a consciência que a inclusão é feita por convergência de interesses;
- 3) definir e implementar políticas de desenvolvimento;
- 4) influenciar os acordos internacionais de modo que eles permitem a apropriação dos benefícios da economia criativa pelas comunidades que originaram;
- 5) promover o acesso adequado ao financiamento;
- 6) recolher dados estatísticos que fazem acompanhar o desenvolvimento de ações de políticas públicas;
- 7) fornecer tecnologia suficiente e infraestrutura de comunicação;
- 8) estabelecer um modelo de governança coerente;
- 9) analisar o processo de geração de valor não em uma estrutura de cadeia, mas as redes; 10) assegurar novos profissionais adequados e de novas profissões;
- 11) formam um ambiente que reconhece o valor econômico da criatividade e do patrimônio cultural imaterial.

Como as mudanças de paradigma trazer oportunidades, a perda dessas oportunidades gera um custo - custo social, o custo cultural, custo econômico. Somos responsáveis por decidir se queremos criar as condições para que a diversidade e talentos criativos dos países em desenvolvimento em um ativo econômico ou se preferimos a perpetuar no futuro as disparidades históricas com que vivemos hoje.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KON, Anita. **On the creative economy chain in Brazil: potential and challenges.** *In Brazilian Journal of Political Economy*, vol. 36, nº 1. January-March/2016. pags. 168-189.

MASI, Domenico de. **2025 – Caminhos da Cultura no Brasil.** Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

SERAFIM, Mauricio C.; PINHEIRO, D.; JARA, E.; MELO, E. N.; AGUIAR, B.; BERNARDES, J. V.; RONCONI, L. **Economia Criativa ou Indústria Criativa: Delimitação de um Conceito em Construção.** *In: VII Encontro de Economia Catarinense, 2013*, Florianópolis. Anais do VII Encontro de Economia Catarinense. Criciúma, 2013.