

O QUE É ECONOMIA CRIATIVA. A DIFERENÇA DE ENFOQUE NO BRASIL E NA ITÁLIA

Denise Dantas

Barbara Del Curto

1.1 Indústrias Criativas e Economia Criativa

O termo “indústria criativa” foi utilizado pela primeira vez no final dos anos 90, na Austrália, e posteriormente na Inglaterra, para identificar as atividades criativas que passaram a ter importante valor econômico. O DCMS, *Department for Digital, Culture, Media & Sport* britânico, em 1998, definiu indústria criativa como “uma nova definição analítica dos componentes industriais da economia em que a criatividade é um insumo e o conteúdo ou a propriedade intelectual é o resultado”.⁶

⁶ Texto original em inglês: “[...] *Creative industries*” is a new analytic definition of the industrial components of the economy in which creativity is an input and content or intellectual property is the output” In: Department for Culture, Media and Sport (DCMS). **Creative Industries Mapping Document**. DCMS: London, 1998. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> apud POTTS, P.; CUNNINGHAM, S. Four models of the creative industries, **Revue d'économie politique**, 2010/1 (Vol. 120), p. 163-180. DOI: 10.3917/redp.201.0163. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2010-1-page-163.htm>. Acesso em: ago. 2017.

Para diferenciar os termos “indústrias culturais” e “indústrias criativas”, devemos nos referir ao *Green Paper*⁷ da Comissão Europeia “Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas”:

[...] Indústrias culturais» são as indústrias que produzem e distribuem bens ou serviços que, no momento em que são desenvolvidos, têm uma qualidade, utilização ou finalidade específica que incarna ou transmite expressões culturais, independentemente do seu valor comercial.⁸

Este conceito é definido em relação às expressões culturais, no contexto da convenção da Unesco, Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, sobre a proteção e a promoção da diversidade das expressões culturais.⁹ A definição de “indústria criativa”, no *Green Paper* da Comissão Europeia, indica que:

[...] Indústrias criativas» são as indústrias que utilizam a cultura como factor [sic] de produção e têm uma dimensão cultural, embora os seus resultados sejam sobretudo funcionais. Incluem a arquitectura [sic] e o design, que integram elementos criativos

⁷ Versão em língua portuguesa disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=PT>; Versão em língua italiana **Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare.** Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=IT>

⁸ COMISSÃO EUROPEIA. **Livro Verde: Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas.** Bruxelas, 2010. p. 6 . Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=PT>. Acesso em: fev. 2017.

⁹ UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Convenzione sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali.** (Tradução para o italiano). Paris, 2005. Disponível em: <http://unescobllob.blob.core.windows.net/documenti/959ca9b1-de58-4896-8d39-2168b1710090/Convenzione%20%20Internazionale%20sulla%20Protezione%20e%20la%20Promozione%20della%20Diversit%20delle%20Espressioni%20Culturali.pdf>. Acesso em: fev. 2017.

em processos mais amplos, bem como subsectores [sic] como o design gráfico, o design de moda ou a publicidade.¹⁰

Economia criativa e indústria criativa não são sinônimos, como muitas vezes encontramos em alguns textos. Para Moore,¹¹

O termo economia criativa é derivado do termo indústrias criativas, anteriormente denominado como indústrias culturais. O conceito de economia criativa expande a criatividade no âmbito da economia, incluindo processos socioeconômicos, a organização do trabalho ou o significado de criatividade.¹² (Tradução nossa)

O termo economia criativa foi utilizado pela primeira vez em 2001, por John Howkins, em seu livro *The Creative Economy: how people make money from Ideas*.¹³ No Livro *Economia Criativa*, publicado pela Fundap, Fundação do Desenvolvimento Administrativo da cidade de São Paulo, economia criativa é definida como um

¹⁰ COMISSÃO EUROPEIA. **Livro Verde: Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas.** Bruxelas, 2010. p. 6 . Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=PT>. Acesso em: fev. 2017.

¹¹ MOORE, I. Cultural and Creative Industries concept - a historical perspective. *Procedia - Social and Behavioural Sciences* 110 (2014) 738 – 746 **Contemporary Issues in Business, Management and Education** 2013. DOI: 10.1016/j.sbs-pro.2013.12.918. p.739. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813055584>. Acesso em: fev. 2017.

¹² Texto original em inglês: “The term creative economics is derived from the term creative industries, previously referred to as cultural industries. The concept of the creative economy extends creativity in the whole of the economy, including socioeconomic processes and the organization of labor or creative means.”

¹³ POLICY RESEARCH GROUP (Ed.). **The Creative Economy: Key concepts and literature review highlights.** Publicado por Patrimoine Canadian/Canadian Heritage, 2013. p. 3. Disponível em: https://cch.novascotia.ca/sites/default/files/inline/documents/creative-economy-synthesis_201305.pdf. Acesso em: fev. 2017.

[...] ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. 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.¹⁴

A junção entre a criatividade e a economia não é algo tão óbvio quanto possa parecer. Em sua revisão de literatura sobre o assunto, O'Connor indica que houve uma grande “viagem” desde o conceito de indústria cultural de Adorno até o uso do termo indústria criativa nos anos 2000. A principal questão que aqui se apresenta é a tensão entre cultura e economia que está no cerne destes termos.¹⁵ Do mesmo modo, o termo economia criativa também deve ser entendido como um momento de ruptura, de tensão entre os aspectos modernos da indústria e seu capital, além dos novos paradigmas da inovação atrelados, principalmente, à produção criativa, que está mais ligada aos aspectos dos serviços.

¹⁴ FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO ADMINISTRATIVO (FUNDAP) (SÃO PAULO). **Economia Criativa**. Coordenador do projeto: Aurilio Sérgio Costa Caiado. São Paulo, 2011.

¹⁵ “*This account takes a sixty year trip from ‘The Culture Industry’, through the ‘cultural industries’, ending at the ‘creative industries’. Its main theme is the tension between culture and economics which lies at the heart of this terminology.*” In: O'CONNOR, J. **The cultural and creative industries: a literature review** [2nd ed.]. CCE: Newcastle, 2010. p.9. Disponível em: <http://www.creativitycultureeducation.org/wp-content/uploads/CCE-lit-review-creative-cultural-industries-257.pdf>. Acesso em: fev. 2017.

1.2 Design e economia criativa

A classificação da Unctad para as indústrias criativas considera o design e a arquitetura dentro do subgrupo “Criações Funcionais”, que é constituído por “indústrias mais impulsionadas pela demanda e voltadas à prestação de serviços, com a criação de produtos e serviços que possuam fins funcionais.”¹⁶

John Howkins¹⁷ (*apud* Secretaria da Economia Criativa/Minc, 2012) indica que o design está vinculado ao tipo de criatividade relacionada às sociedades industriais, capazes de gerar novos projetos e produtos de grande valor agregado, com potencial de inovação tecnológica e social.¹⁸ Nesta definição se encaixa o design, que está definido na Unctad como:

[...] a criatividade expressa resultando em uma atividade econômica baseada em conhecimento, que produz bens ou serviços com conteúdo criativo, um valor cultural e econômico e um propósito de mercado. Assim sendo, a indústria de design é parte da economia criativa, já que ela abrange vários componentes da cadeia de valor, como o artesanato, a fabricação e os serviços,

¹⁶ UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)/DIVISION ON INTERNATIONAL TRADE IN GOODS AND SERVICES, AND COMMODITIES (DITC)/2008-2. **Creative Economy Report de 2008**, UNDP Special Unit for South-South Cooperation. New York, NY, 2008.

¹⁷ HOWKINS, J. **The Creative Economy**: How people make money from ideas. Londres: Penguin, 2001.

¹⁸ UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)/DIVISION ON INTERNATIONAL TRADE IN GOODS AND SERVICES, AND COMMODITIES (DITC)/,2010-3. **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. - Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012 p. 9.

interagindo com a tecnologia, e se enquadrando nos direitos de propriedade intelectual [...].¹⁹

A importância do design na economia criativa pode ser compreendida pela sua expressiva participação mundial, como setor líder de exportações de produtos criativos, com um crescimento anual na faixa de 13%, segundo o mesmo relatório.²⁰

1.3 Economia criativa na Europa e o papel da Itália

A economia criativa representa um setor chave para a Europa de amanhã e está se desenvolvendo com rapidez. Nos últimos decênios, o ritmo de mudanças no mundo aumentou. O rápido emergir de novas tecnologias e a crescente globalização significaram para Europa, e para outras partes do mundo, uma profunda reviravolta, caracterizada pelas transformações das técnicas de produção e da importância assumida pela inovação. As fábricas tradicionais deram lugar a comunidade criativa, cuja matéria-prima é a capacidade de imaginar, criar e inovar. O *Green Paper* descreve que uma indústria da criatividade europeia é capaz de contribuir com 2,6% do PIB da União Europeia em 27 países, empregando aproximadamente seis milhões de pessoas.²¹ O mercado de trabalho na Europa registrou uma contração entre 2002 e 2004, mas, no mesmo perí-

¹⁹ UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)/ DIVISION ON INTERNATIONAL TRADE IN GOODS AND SERVICES, AND COMMODITIES (DITC)/2010-3. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento.** – Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012 p. 156

²⁰ Ibid p. 157.

²¹ COMMISSIONE EUROPEA. **Libro Verde: Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare.** Bruxelas, 2010. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/IT/TXT/?uri=celex:52010DC0183>. Acesso em: fev. 2017

odo, a ocupação no setor cultural cresceu 1,85%. Segundo o *Creative Economy Report* de 2013, a indústria criativa é um dos principais setores do comércio mundial em termos de crescimento.²² Em 2007, a balança comercial da União Europeia e de seus 27 países nos principais setores ligados à criatividade, registraram um aumento de 30 milhões de euros. A indústria criativa é, portanto, um setor caracterizado por notáveis perspectivas de crescimento.

Dados atualizados pelo relatório *La Strategia di Specializzazione Intelligente per la Ricerca e l'Innovazione / Industrie Creative e Culturali*, de 2017, reportam que o setor representa 4,5% do PIB da União Europeia, emprega oito milhões de pessoas e fornece uma importante contribuição a outros setores, nos quais a inovação é guiada sempre e cada vez mais pela criatividade e pelo design.²³ O relatório *PROGETTO DI RELAZIONE su una politica coerente dell'UE per le industrie culturali e creative* indica que as indústrias criativas na Europa empregam, em tempo integral, mais de 12 milhões de trabalhadores, ou seja, 5% da força de trabalho da União Europeia, gerando aproxi-

²² UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO)/ UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP). **Creative Economy Report 2013 Special Edition.** 2013. New York/Paris, 2013. Disponível em: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. Acesso em: fev. 2017.

²³ REGIONE LOMBARDIA. **La Strategia di Specializzazione Intelligente per la Ricerca e l'Innovazione / Industrie Creative e Culturali.** Disponível em: <http://www.s3.regenone.lombardia.it/wps/portal/site/s3/attuazione/aree-di-specializzazione/industrie-creative-e-culturali> [acesso em de 2017]. Disponível em: http://www.s3.regenone.lombardia.it/cs/Satellite?c=Page&childpagename=DG_Industria%2FMILayout&cid=1213757487817&p=1213757487817&pagename=DG_IN-DWrapper. Acesso em: fev. 2017.

madamente 509 milhões de euros de valor agregado para o PIB (5,3% do valor total).²⁴

A Comissão Europeia, em sua comunicação *Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita e l'occupazione nell'UE*, reconhece o papel fundamental das indústrias criativas e culturais (ICC).^{25 26} A criatividade e a inovação serão o binômio que permitirá cumprir o desafio da competição global. É graças à inovação que se difundem as ideias, permitindo o melhoramento da eficiência dos sistemas produtivos e a funcionalidade dos produtos. A capacidade de criar novas e enriquecedoras experiências e valorizar as redes sociais se tornará um fator de competitividade. As indústrias culturais e criativas poderão ser o motor da inovação, por utilizar da melhor maneira possível o potencial, os recursos e o conhecimento que estão à disposição; serão os talentos criativos e o valor agregado que permitirão o estímulo à inovação, e também o crescimento inteligente e sustentável da economia, que se define atualmente como circular e se apresenta abaixo:

Economia circular é um termo genérico para definir uma economia pensada para poder se regenerar sozinha. Na economia

24 PROGETTO DI RELAZIONE su una politica coerente dell'UE per le industrie culturali e creative (2016/2072 (INI)). Disponível em: <http://artlab.fitzcarraldo.it/sites/default/files/getDoc.do.pdf>. Acesso em: fev. 2017.

25 EUROPEAN COMMISSION. *Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita e l'occupazione nell'EU 2012*. Disponível em: <http://www.ipex.eu/IPEXL-WEB/dossier/document/COM20120537.do>. Acesso em: fev. 2017.

26 Indicado na comunicação da Comissão como: arquitetura, os arquivos e as bibliotecas, o artesanato artístico, os audiovisuais (incluindo filmes, televisão, videogames e produtos de multimídia), o patrimônio cultural, o design (incluindo a moda), os festivais, a música, as artes do espetáculo, os produtos editoriais, o rádio e as artes visuais.

circular, os fluxos de materiais são de dois tipos: os biológicos, em grau de se reintegrarem na biosfera, e os técnicos, destinados a serem revalorizados sem entrar na biosfera. A economia circular é, portanto, um sistema no qual todas as atividades, a partir da extração e da produção, são organizadas de modo que os resíduos de qualquer atividade se tornem recursos para uma outra. Na economia linear, ao contrário, quando termina o consumo termina também o ciclo do produto, que se torna resíduo, forçando a cadeia econômica a retomar continuamente o esquema: extração, produção, consumo, descarte.²⁷ (Tradução nossa)

A Itália é a principal exportadora mundial em se tratando de indústria criativa, segundo a UNESCO, no *Creative Economy Report* de 2013, com 9,76% de participação no mercado mundial, devido, principalmente, ao papel de destaque que possui internacionalmente nas áreas de design de interiores, moda e serviços arquitetônicos.²⁸ No período de 2003-2008, houve crescimento de 10,35%. Em 2015, a indústria cultural e da criatividade se tornaram um macrosetor entre os mais importantes do mundo, alinhado

27 ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **The concept of a circular economy.** Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/overview/concept>. Disponível em italiano em: <http://www.ilpost.it/2014/07/05/economia-circolare/>. Texto original em italiano: “*Economia circolare è un termine generico per definire un'economia pensata per potersi rigenerare da sola. In un'economia circolare i flussi di materiali sono di due tipi: quelli biologici, in grado di essere reintegrati nella biosfera, e quelli tecnici, destinati ad essere rivalorizzati senza entrare nella biosfera. L'economia circolare è dunque un sistema in cui tutte le attività, a partire dall'estrazione e dalla produzione, sono organizzate in modo che i rifiuti di qualcuno diventino risorse per qualcun'altro. Nell'economia lineare, invece, terminato il consumo termina anche il ciclo del prodotto che diventa rifiuto, costringendo la catena economica a riprendere continuamente lo stesso schema: estrazione, produzione, consumo, smaltimento.*”. Acesso em: fev.2017.

28 UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO)/ UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP) **Creative Economy Report 2013 Special Edition.** 2013. New York/Paris, 2013. p. 157-158. Disponível em: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. Acesso em: fev. 2017.

com outras experiências internacionais, e registraram um valor econômico aproximado de 47,9 milhões de euros; 86% deste valor é representado por produtos diretos, ou seja, derivados de atividades ligadas diretamente ao setor criativo, como a concepção, a produção e a distribuição de obras e serviços culturais e criativos. Os 14% restantes vêm de produtos indiretos, relativos às atividades colaterais ou subsidiárias. As cadeias criativas empregavam, em 2015, mais de um milhão de pessoas, das quais 86% estavam em atividades econômicas diretamente ligadas à indústria. Existem aproximadamente 880.000 postos de trabalho; as ocupações diretas da indústria e da criatividade representam quase 4% da força integral de trabalho italiana, segundo dados da Ernest & Young de 2016.²⁹ Na Itália, a criatividade se manifesta historicamente em um modelo que privilegia a qualidade social e se fundamenta, não apenas na sua capacidade de inovação tecnológica, mas também no desenvolvimento da cultura material, compreendendo todas as suas articulações estéticas, artísticas, históricas e de design, conforme apontado no estudo do MIBAC de 2007.³⁰

A indústria cultural e criativa Lombarda, que comprehende a moda, a arquitetura, o design e a produção editorial, se coloca em terceiro lugar na classificação das primeiras

²⁹ ERNST & YOUNG FINANCIAL-BUSINESS ADVISORS S.P.A. **ITALIA CREATIVA 2º Studio sull'Industria della Cultura e della Creatività.** L'Italia che crea, crea valore. [#italia creativa.](http://italiacreativa.eu) 2016. Disponível em: http://www.italiacreativa.eu/wpcontent/uploads/2017/01/ItaliaCreativa_SecondaEdizione.pdf. Acesso em: fev. 2017.

³⁰ MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI E DEL TURISMO (MIBAC). **LIBRO Bianco sulla Creatività.** Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia (D.M. 30 novembrie 2007) Sotto la Presidenza di Walter Santagata. p. 14. Disponível em: http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/12622948122551_CAP_0_indice,autori_ePremessa.pdf. Acesso em: fev. 2017.

25 regiões europeias em número de ocupação de postos culturais e criativos, depois da *Île-de-France* (Paris) e *Inner* (Londres). Em particular, pode-se destacar a posição relevante da região da Lombardia na Europa nos setores de design (1º lugar com 11.839 trabalhadores), de produção editorial (3º lugar com 68.582 trabalhadores), de publicidade (4º lugar com 14.949 trabalhadores) e da produção artística e literária (4º lugar com 8451 trabalhadores).³¹

O mercado de bens com dados sobre a cultura material está em uma mudança radical, passando de uma economia baseada nos baixos custos de produção para uma economia baseada na qualidade dos produtos, seu valor simbólico e sua qualidade de experiência. Consequentemente, o setor produtivo dos bens de cultura material - que na Itália pode-se dizer que corresponde aos setores chamados *Made in Italy*, tais como o design, a moda, o turismo, a indústria enogastronômica e a mecânica leve, - foi puxado por um aumento na demanda por produtos de qualidade, que se caracteriza também por uma procura de estética de design e de conhecimento das tradições. O modelo italiano de criatividade está fundado, sobretudo, na enraizada noção de cultura e de território. A cultura, entendida também como história, é o dom que é deixado para as gerações futuras e que acaba sendo uma riqueza inesgotável da identidade italiana, caracterizando o seu próprio domínio do “saber fazer”.

O desenvolvimento econômico das indústrias culturais está diretamente ligado ao fenômeno da criatividade; de fato, a criatividade representa um dos ativos

³¹ REGIONE LOMBARDIA. **La Strategia di Specializzazione Intelligent per la Ricerca e l'Innovazione / Industrie Creative e Culturali.** Disponível em: <http://www.s3.regionelombardia.it/wps/portal/site/s3/attuazione/aree-di-specializzazione/industrie-creative-e-culturali>. Acesso em: fev. 2017.

do desenvolvimento econômico, porque é considerada como um input dos processos estéticos e de design, e consequentemente recaem sobre os componentes intangíveis dos produtos e de sua propriedade intelectual. A criatividade pode ser um insumo de processos tecnológicos inovadores que levam a um impacto na inovação, na produtividade e na qualidade técnica dos produtos. Portanto, a criatividade acrescenta aos produtos um componente simbólico com impacto em demanda e competitividade.

As empresas relacionadas às indústrias culturais e criativas tem dificuldade em encontrar pessoas com perfis adequados. Por conseguinte, é crucial que a educação também cumpra o seu papel, oferecendo a possibilidade de crescimento e de formação de perfis específicos para aumentar a capacidade competitiva no setor. A cooperação entre escolas de design, universidades e empresas pode contribuir para alcançar esse objetivo. O processo criativo é fortemente influenciado pelo contexto cultural em que se desenvolve e esse é o ponto fundamental para a produção da criatividade. Se o ambiente cultural é livre, interdisciplinar e estimulante, então haverá maior produção de criatividade e talento. Assim, a importância da formação criativa de capital humano é crucial, tanto pelo sistema educacional (escolas e universidades), como pela formação nas próprias empresas (formação tácita).

Conforme relatado pelo *Libro Bianco sulla Creatività Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia*,

Cultura e criatividade se combinam de diferentes maneiras de acordo com as condições históricas dos vários países, resultando em diferentes modelos. Em alguns, os aspectos tecnológicos prevalecem, e as inovações técnicas dominam, e em outros, os

aspectos econômicos do mercado e do desenvolvimento comercial prevalecem; outros dominam os aspectos legais e a aplicação e desenvolvimento dos direitos autorais, em outros os aspectos culturais, o apelo à tradição e a qualidade social.³² (Tradução nossa)

1.4 Economia e indústrias criativas no Brasil

A Unesco publicou, em 2013, o “*Creative Economy Report 2013: Special Edition*”, atualmente a referência mais importante para mapear a economia criativa no mundo. Este relatório enfatiza a desigualdade entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento, no que diz respeito ao valor gerado pelas indústrias criativas.³³ Desde o relatório de 2008, a Unesco já indicava que, nos países em desenvolvimento, o design configura-se como o terceiro maior subgrupo criativo, apenas depois do artesanato e das novas mídias. Apesar disso, a América Latina não apresenta desempenho de destaque neste item, sendo responsável por apenas 5.007 milhões de dólares

32 MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI E DEL TURISMO (MIBAC). **LIBRO Bianco sulla Creatività.** Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia (D.M. 30 novembre 2007) Sotto la Presidenza di Walter Santagata. Disponível em: http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/12622948122551_CAP_0_indice,autori_ePremessa.pdf. Acesso em: fev.2017. Texto original em italiano: “*Cultura e creatività si combinano in modi diversi a seconda delle condizioni storiche dei vari paesi dando luogo a modelli in parte differenti. In alcuni prevalgono gli aspetti tecnologici e hanno un ruolo dominante le innovazioni tecniche, in altri prevalgono gli aspetti economici relativi allo sviluppo dei mercati e del business; in altri prevalgono gli aspetti giuridici e l'applicazione e sviluppo del copyright, in altri ancora gli aspetti culturali, i richiami alle tradizione e alla qualità sociale.*”

33 UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **United Nations Creative Report 2013:** Special Edition. Disponível em:<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/crative-economy-report-2013-special-edition/> Acesso em: 18 jun. 2014.

e um crescimento de apenas 52% em relação a 2002,³⁴ enquanto a Itália apresentou faturamento de 23.618 milhões no mesmo período. Em 2008, o Brasil não figurou entre os dez maiores exportadores de design em meio às economias desenvolvidas do mundo, apesar de aparecer no levantamento feito pela Firjan em 2011 como sendo uma economia que movimentou, naquele ano, R\$ 110 bilhões de reais.³⁵ O levantamento feito pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, Firjan, sobre a indústria criativa brasileira, indica que esta gerou 753 mil empregos formais registrados em 2009, segundo dados tabulados por ocupação em atividades econômicas criativas no Fundap de 2011.³⁶ No estado de São Paulo, a indústria criativa é responsável por 2,46% do total de empregos formais, correspondendo a 444.245 trabalhadores em 2009 e ocupando a 6^a posição em relação às demais atividades econômicas, sendo que, se olharmos a contribuição das áreas do design e da arquitetura, em relação aos demais setores incluídos nestas ocupações, os números atingem taxas de 3,3% dos empregos.³⁷ Nesse mesmo relatório, o design aparece com participação de apenas 12,7% no mercado nacional. Neste levantamento, dividido por estados, São Paulo apresentou o maior número de profissionais do país

³⁴ UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)/DIVISION ON INTERNATIONAL TRADE IN GOODS AND SERVICES, AND COMMODITIES (DITC)/2008-2. **Creative Economy Report de 2008**, UNDP Special Unit for South-South Cooperation, New York, NY, 2008.

³⁵ FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2014.

³⁶ FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO ADMINISTRATIVO (FUNDAP) (SÃO PAULO). **Economia Criativa**. Coordenador do projeto: Aurilio Sérgio Costa Caiado. São Paulo, 2011.

³⁷ Ibid., p. 39.

trabalhando na indústria criativa, com 2,2% dos empregos neste campo. O mesmo relatório ainda indica que a cadeia de Design possui 117 mil empresas, e 2177 delas estão no núcleo criativo.³⁸

Cabem revisões das porcentagens indicadas nestes dados, uma vez que eles aparecem separados de campos de atuação e de atividades como mídias, artes visuais, editoração, publicidade e propaganda e informática: áreas que, tradicionalmente, empregam designers e arquitetos no desenvolvimento de novos produtos.

Apenas na cidade de São Paulo, mais de 9% das empresas dedicam-se a algum tipo de atividade criativa. O número de empresas nesses setores tem crescido a um ritmo muito superior ao da média da economia, sendo que em 2009 elas já empregavam cerca de 140 mil trabalhadores formais, o que corresponde a 3% de todo o emprego formal na cidade. Estes dados fazem com que a cidade de São Paulo tenha uma posição de destaque no cenário nacional, concentrando em seu território mais da metade dos trabalhadores da economia criativa do Estado e 15% do país. A arquitetura e o design, neste relatório, são responsáveis por 7,6% dos empregos de indústria criativa na cidade, aparecendo em 4º lugar entre as profissões citadas no estudo de 2009.

Apesar dos números acima relatados, a economia criativa no Brasil tem ganhado mais destaque e apresentado maior apoio de programas governamentais do Sebrae e do Ministério da Cultura, vinculados aos produtos artesanais. Nestes programas é valorizada a produção local com materiais brasileiros e busca-se dar visibilidade à produção artesanal,

³⁸ FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil.** Rio de Janeiro: Firjan, 2014. p. 24-25.

mediante a qualificação desses artesãos para inseri-los no mercado nacional e global. O Sebrae indica a “inovação no artesanato” como um modo de aproximação entre o design e o artesanato para melhorar a qualidade dos produtos:

Conclui-se que a busca da qualidade no artesanato se apoia em um conjunto de ações interdisciplinares integradas. Pode-se citar a aproximação entre design e artesanato no desafio de melhorar a produção e a vida do artesão, ampliando os horizontes do fazer artesanal, sem perder a perspectiva de sua história.³⁹

Muitas destas ações contam com a atuação de designers na seleção, na organização e na sistematização dos trabalhos de projeto, de implementação e de divulgação dos produtos. Porém, a pontualidade na intervenção do profissional de projeto nas rotinas das comunidades artesanais não as qualifica para uma contínua autonomia na criação de produtos inovadores voltados ao mercado e são retomadas antigas práticas de produção de artefatos, seguindo suas tradições originais. Lidia Goldenstein alerta que

[...] no Brasil, o tema da economia criativa começou a entrar na moda, embora às vezes pareça mais uma caricatura do que algo substancial. O termo é frequentemente associado de forma simplista a políticas sociais ou culturais para populações de baixa renda.⁴⁰

³⁹ SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Inovação no artesanato.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/inovacao-no-artesanato,0c2b347ea5b13410VgnVCM-100000b272010aRCRD>. Acesso em: jan. 2017.

⁴⁰ GOLDENSTEIN, L. Trocando experiências para aprofundar o debate no Brasil. In: **Novas direções na formulação de políticas para a economia criativa.** British Council: London/ São Paulo, 2014. p. 93.

Goldenstein enfatiza a importância do design, dentro da indústria criativa do país, para a implementação de políticas de inovação. O design no país continua fortemente associado a produtos de moda e luxo, sendo o termo cada vez mais vinculado a expressões culturais e artísticas que não estão, de fato, relacionadas ao que compete efetivamente ao campo e *expertise* do Design.

Design e criatividade são quase sempre associados a questões de estética, aparência e estilo. Porém, eles são muito mais do que isto, pois constituem as ferramentas necessárias à manufatura de produtos e serviços inovadores e com qualidade e valor agregado elevados.⁴¹

Em relação ao que se vê na Europa, principalmente na Itália, o enfoque brasileiro em relação à economia criativa e ao design está longe do que se poderia esperar, não tendo a importância necessária para se consolidar como um espaço próprio de produção, apesar de todos os esforços feitos durante os últimos anos. As políticas públicas para incentivar o design brasileiro não alcançaram efeito, se pensarmos que estas deveriam ter um efeito multiplicador, como acontece na Europa há tantos anos e, atualmente, também na Ásia. Ao invés disso, a confusão conceitual entre design, artesanato e arte enfraquece o campo e mistifica o termo design como um elemento de luxo, exclusivo e acessível para poucos.

⁴¹ GOLDENSTEIN, L. Enfrentando velhos problemas e novos desafios. In: **Qual o papel do design na política de inovação?** British Council: London/São Paulo, 2014. p. 125.



FIGURA 10: Panelas em pedra sabão (Belo Horizonte, mercado municipal).