



NIVEA HELENA MARECO FERNANDES DANTAS

**A INSERÇÃO NORDESTINA DENTRO DO MERCOSUL CULTURAL: A
PARTICIPAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS NORDESTINAS NO
MERCADO DE INDÚSTRIAS CULTURAIS DO SUL (MICSUL)**

João Pessoa

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

NIVEA HELENA MARECO FERNANDES DANTAS

**A INSERÇÃO NORDETINA DENTRO DO MERCOSUL CULTURAL: A
PARTICIPAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS NORDESTINAS NO
MERCADO DE INDÚSTRIAS CULTURAIS DO SUL (MICSUL)**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para a
conclusão do Curso de Graduação em
Relações Internacionais da Universidade
Federal da Paraíba.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Aline Contti Castro

João Pessoa

2018

Catálogo na publicação
Seção de Catálogo e Classificação

D192i Dantas, Nivea Helena Mareco Fernandes.

A Inserção Nordestina no Mercosul Cultural: A participação das Indústrias Criativas Nordestinas no Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MICSUL) / Nivea Helena Mareco Fernandes Dantas. - João Pessoa, 2018.
79 f. : il.

Orientação: Aline Contti Castro.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Economia Criativa; Indústrias Criativas. 2. Desenvolvimento Socioeconômico. 3. Políticas Culturais. 4. Cooperação Cultural. 5. Diplomacia Cultural. 6. Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MICSUL). I. Castro, Aline Contti. II. Título.

UFPB/CCSA

NÍVEA HELENA MARECO FERNANDES DANTAS

**A INSERÇÃO NORDESTINA NO MERCOSUL CULTURAL: A PARTICIPAÇÃO
DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS PARAIBANAS NO MERCADO DE INDÚSTRIAS
CULTURAIS DO SUL (MICSUL)**

Monografia apresentada ao Curso de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel (a) em Relações Internacionais.

Aprovado (a) em: 29 / 10 / 2018

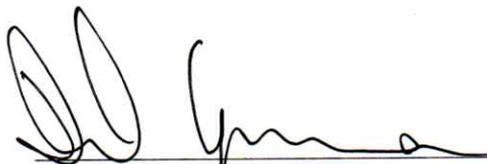
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Aline Contti Castro – (Orientadora)
Universidade Federal da Paraíba - UFPB



Prof. Ma. Márcia de Figueirêdo Lucena Lira
Mestra em Serviço Social pela Universidade Federal da Paraíba



Prof. Me. Daniel de Campos Antiquera
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

DEDICATÓRIA

À Helena Dantas Mareco

Nidia Helena Mareco Fernandes Dantas

Iracema Lucena

AGRADECIMENTOS

Em primeiro de tudo a Deus, por me dar coragem e discernimento para pensar sobre todas as questões elencadas. À minha família pelo apoio. À minha mãe, por todo amor, suporte, incentivo de estudos e trabalho, conversas, companheirismo nas horas difíceis em que mais precisei. Sei que com ela posso contar a qualquer hora da minha vida, por não ser apenas uma mãe incrível, mas uma amiga e companheira. Não existem formas de expressar a gratidão por ela em minha vida. A minha irmã que mesmo distante aconselhou-me sobre muitas questões deste trabalho e teve paciência pelos textos enormes sobre o meu projeto de conclusão.

A Professora Iracema Lucena, por ter me introduzido na cultura muito jovem, aos 12 anos, por meio de suas políticas públicas culturais na cidade em que vivo, que hoje tem uma repercussão na minha formação acadêmica e pessoal. Eu sempre chamava a sua atenção e levava broncas constantes devido as peripécias que aprontava, mas hoje eu percebi que tudo aquilo era para que eu fosse uma pessoa melhor. Uma vida que andou por várias vertentes entre a música, as letras e artes até chegar às Relações Internacionais. Ela me deixou um legado dentro da cultura e me inspirou neste projeto maravilhoso que é unir cultura e desenvolvimento. Mesmo indo para outras áreas de atuação, o tema nunca saiu das minhas veias e por isso um projeto atípico.

Ao meu pai, por fazer parte da minha construção de conhecimento, meu curso de inglês, que foi fundamental para a conclusão desta graduação. Aos meus Irmãos Karl e Lara, por me incentivarem de forma positiva, mesmo sem saber o que eu fazia da minha vida.

A professora Aline Castro, minha orientadora, que me aguentou durante tanto tempo com a minha pesquisa, me aceitou nessa jornada e desempenhou papel fundamental na minha trajetória da graduação, abrindo portas e garantindo oportunidades de pesquisa.

Ao Observatório de Políticas Culturais que me resgatou em meio à multidão da UFPB, pois até esse momento pensava que não havia espaço para mim em pesquisa, e eles fizeram desse projeto maravilhoso minha segunda casa, proporcionou amizades que

levarei para a vida toda, e pesquisa na área de cultura que auxiliou a complementar o meu pensamento que estava vago até então.

Aos meu cachorro pela companhia dia e noite, que nas horas difíceis e de choro chegava sem junto para levar afagos e brincadeiras.

EPÍGRAFE

Ele não, ele nunca. Se ele assumir a cultura acaba.

“A cultura também é um dos pontos centrais no que podemos chamar de “projeto nacional”. Na globalização de hoje, os países em desenvolvimento têm a possibilidade real de uma inserção soberana a partir de estratégias consistentes no plano do crescimento sustentável, da inclusão social e do desenvolvimento cultural, incorporando as novas economias e as novas tecnologias do campo do conhecimento e da cultura. As Indústrias criativas têm um vasto potencial de geração de empregos, renda e felicidade”.

Gilberto Gil, Comissão de Educação e Cultura do Senado Federal em 2004.

RESUMO

Considerando a economia criativa como proposta para desenvolvimento socioeconômico, o Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MICSUL) como meio para desenvolver escalas e as políticas públicas culturais como condicionantes essenciais para este processo – que agrega capital intelectual, cultura e sustentabilidade – este trabalho se propõe entender avanços e dificuldades do cenário nordestino em seu processo de desenvolvimento. Ressaltando os conceitos da criatividade, políticas públicas culturais e a sua relação com o desenvolvimento socioeconômico. Que perpassa pelas Políticas Externas do governo Lula e Dilma, até adentrar ao cenário do Mercosul Cultural para cooperação em Cultura e a participação nordestina nesse contexto.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Criativa; Indústrias Criativas; Cooperação cultural para o Desenvolvimento; Política Externa Brasileira; Mercado de Indústrias Culturais do Sul; Diplomacia cultural.

ABSTRACT

Considering the creative economy like a socioeconomic development purpose, the South Cultural Industry Market (MICSUL) to develop scales and the cultural policy how essential conditionants to this process – that join intellectual capital, culture and sustainable – this work purpose understand the advances and difficulties of northeastern Brazilian country and your development process. Highlighting the creative concepts, cultural public policy and your relation with the socioeconomic development. That pass through the Lula and Dilma's foreign policy until get in the Cultural Mercosul country for the cultural cooperation and northeast participation in this context.

Key Words: Creative Economy; Creative Industry; Cultural Cooperation to the development; Brazilian Foreign Politics; Cultural Diplomacy; South Cultural Industry Market.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APEX – Agência Brasileira de Promoção a Exportação e Investimentos
BRICS – Grupo político de cooperação composto por Brasil, Rússia, Índia, China, e África do Sul
CCR – Comitê Coordenador Regional
CDC – Comissão de Diversidade Cultural
CECIC – Comissão de Economia Criativa e Indústrias Culturais
CMC – Conselho Mercado Comum Mercosul
CNC – Confederação Nacional do Comércio
CNIC – Comissão Nacional de Incentivo à Cultura
CPC – Comissão Parlamentar Conjunta do Mercosul
DRI – Diretoria de Relações Internacionais
EC – Economia Criativa
EUA – Estados Unidos da América
GMC – Grupo Mercado Comum Mercosul
IBAS – Fórum de Diálogo, Índia, Brasil e África do Sul
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IC – Indústrias Criativas
MICSUL – Mercado de Indústrias Culturais do Sul
MinC – Ministério da Cultura
MRE – Ministério das Relações Exteriores
ONU – Organização das Nações Unidas
PEB – Política Externa Brasileira
PIB – Produto Interno Bruto
PNC – Plano Nacional de Cultura
Pnud – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
REC – Reunião Especializada de Cultura do Mercosul
RECAM – Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul
RI – Relações Internacionais
RMC – Reunião de Ministros da Cultura no Mercosul
SEC – Secretaria de Economia Criativa
SICSUR – Sistema Integrado de Informação Cultural do Mercosul
SNC – Sistema Nacional de Cultura
Unasul – União das Nações Sul-Americanas
UNCTAD – Organização das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|--------------------------------------|
| Figura 1: Fonte: UNCTAD (2011) | 17 |
| Figura 2 – Fonte: BENDASSOLI (2009) -autoria própria | 18 |
| Figura 3: Estruturação do Mercosul Cultural. Fonte: MERCOSUL (2012) - autoria própria..... | 36 |
| Figura 4: Fonte: UNCTAD (2011); | 43 |
| Figura 6: Fonte: Ministério da Cultura (2014). Elaboração própria. | 49 |
| Figura 5: Fonte: Ministério da Cultura (2016). Elaboração própria. | 50 |
| Figura 7: Fonte: Ministério da Cultura (2014) Elaboração própria. | 50 |
| Figura 8: Ministério da Cultura (2016). Elaboração própria. | 51 |
| Figura 9: Municípios alagoanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 56 |
| Figura 10 Municípios baianos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 56 |
| Figura 11: Municípios cearenses que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 57 |
| Figura 12: Municípios maranhenses que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | Erro! Indicador não definido. |
| Figura 13: Municípios paraibanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 58 |
| Figura 14: Municípios pernambucanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 58 |
| Figura 15: Municípios piauienses que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 59 |
| Figura 16: Municípios rio grandense do norte que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 59 |
| Figura 17: Municípios sergipanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 60 |
| Figura 18: Municípios nordestinos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria. | 61 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 10 |
| Capítulo I: As Indústrias Criativa e sua relação com o Desenvolvimento Socioeconômico | 13 |
| 1.1 - Economia Criativa | 13 |
| 1.2 – Indústrias Criativas..... | 16 |
| 1.3 – Economia Criativa e Desenvolvimento..... | 21 |
| Capítulo II: Ações do Governo Dilma e Lula para cooperação cultural, e a Emergência do Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MicSUL)..... | 26 |
| 2.1 – Economia Criativa e Políticas Culturais..... | 27 |
| 2.2 - A Política Externa Brasileira dos Governos Lula e Dilma: A cooperação cultural | 29 |
| 2.3 -A Integração Cultural do MERCOSUL | 34 |
| 2.4 - O Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MICSUL) | 37 |
| Capítulo III: A participação Nordestina no MICSUL: Avanços e Dificuldades..... | 42 |
| 3.1 - Participação do Brasil no MICSUL 2014 e 2016 | 44 |
| 3.2 - Avanços e dificuldades Nordestinas | 51 |
| CONCLUSÃO | 66 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 71 |

INTRODUÇÃO

O trabalho buscou responder qual o grau de participação das Indústrias Criativas Nordestinas dentro âmbito Mercosul Cultural, para saber se aumentou o fluxo de comércio no setor, houve desenvolvimento nos setores relacionados a essas áreas, possibilitou ao Nordeste novas alternativas de investimento econômico, e se há estímulo ou interesse pelos ramos que ela abrange, assim, entender a inserção nordestina dentro do cenário internacional, através do MicSUL. Também analisou os fatos teóricos acerca deste tema para que seja produto para futuros objetos de pesquisas. O termo Economia Criativa foi desenvolvido pelo autor inglês John Howkins, no qual ele cita que, “as diversas atividades que compõem essa economia têm uma coisa em comum: são os resultados de indivíduos exercitando a sua imaginação e explorando o seu valor econômico.” A economia criativa é uma vertente baseada na abundância imaterial, ou seja, nela não se encontra escassez de recursos, porque o seu insumo principal parte da criatividade e do conhecimento humano. Também é tida como a economia do simbólico, e está diretamente associada às atividades culturais, que têm por isso, o seu maior valor. De certo modo, o autor FLORIDA (2002), autor norte americano da universidade de Carnegie Mellon, adota este conceito discorrendo sobre aspectos educacionais e sócios culturais, que contribuem para atrair talentos relacionados à área. Ele abrange o seu conceito, afirmando que, essa modalidade não se fundamenta apenas através da cultura ou seus gêneros, mas todos os profissionais que oferecem serviços baseados no conhecimento.

De certo modo, os países e organizações desenvolvem diferentes amplitudes no que se refere ao ramo criativo, e não se deve limitar a “Economia Criativa” apenas aos aspectos culturais como as Indústrias da Cultura, mas também a uma amplitude relacionada ao conhecimento e a capacidade intelectual. Por isso, neste âmbito, aplicam-se quaisquer segmentos da economia, como ideias, imaginação, criatividade e inovação, ou seja, qualquer atividade criativa.

Sendo assim, nota-se que, de acordo com sua região e heterogeneidade cultural, a amplitude da economia criativa muda, e suas atividades também; porém não se abstém de escassez, então, de fato, países desenvolvidos conseguem aprimorá-la e desenvolvê-la com sucesso, e estudos mostram que existe uma possibilidade de países emergentes alavancarem seu PIB com o segmento, de acordo com parâmetros que eles devem delimitar de acordo com suas realidades e políticas culturais locais.

Há poucos estudos de caso que mostram o progresso de tal assunto, o que abrange a emergência da economia criativa nos países e como ela pode ser adotada para gerar desenvolvimento socioeconômico. Por isso, é evidente esclarecer como a economia criativa impacta nas políticas culturais de desenvolvimento dos países desenvolvidos e emergentes, assim, fundamentando esta análise, poderemos explicar, os avanços e as dificuldades enfrentadas pela região nordestina e mostrar as capacidades da região possuem para desenvolver escalas e impulsionar sua indústria.

Para responder esta pergunta de pesquisa em sua totalidade, satisfazendo assim o objetivo geral da mesma, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Delimitar os conceitos de economia criativa e indústrias criativas, assim como sua relação com as políticas culturais e o desenvolvimento socioeconômico;
- Levantar a abordagem histórica do Mercosul Cultural, e a emergência do MicSUL;
- Analisar e averiguar a participação nordestinas no MicSUL, para avaliar os avanços e dificuldades da inserção da indústria criativa nordestina no mercado internacional;

Após o levantamento desse estudo exploratório e descritivo, foi feito um estudo de caso sobre a participação nordestina no MicSul, sua quantidade, áreas de atuação e a análise de dados estatísticos sobre a o coeficiente locacional e probabilidade de *clusters* dessas indústrias no nordeste. A partir disso, foi possível fazer entrevistas com os participantes, para averiguar o grau de internacionalização, assim como os benefícios e os avanços do segmento no âmbito nordestino.

As técnicas de pesquisas que foram utilizadas são de cunho bibliográfico, documental, análise estatística descritiva e entrevistas. Foi construído uma base teórica ao fenômeno estudado, depois levantou a quantidade de indústrias criativas nordestinas envolvidas no processo de participação do MICSUL e análise dados estatísticos. E a partir disso, buscar a veracidade dos fatos com os participantes através de entrevistas, para poder entender o grau de relevância e participação nordestina dentro do Mercosul. Esse processo deu uma visão sobre a situação atual do nordeste em termos de desenvolvimento socioeconômico e como a EC se insere dentro do cenário nordestino.

A divisão da pesquisa se foi estruturada de três capítulos temáticos. O primeiro abordará de maneira aprofundada o conceito de Economia Criativa, Indústria Criativa e a sua relação com o desenvolvimento socioeconômico.

O segundo capítulo, mostra a relevância das políticas culturais e como elas auxiliam no progresso desse setor, pois elas garantem a produção desses bens simbólicos e estimula a produção doméstica. Além de proteger as atividades criativas com a propriedade intelectual. E para entender essa problemática, tivemos que resgatar as PEBs do governo Lula e Dilma com a sua promoção da diplomacia cultural, dentro do Mercosul. Analisar alguns documentos do Mercosul cultural, e mostrar como os Ministros da Cultura entenderam o benefício desse tipo de ação e promoveram o MICSUL como meio de fortalecimento regional.

No terceiro capítulo será exposto as análises elaboradas. Dessa forma, o trabalho buscou entender a inserção da região nordestina no evento e assim estudar os avanços e dificuldades que compreendem o seu desenvolvimento, mediante a entrevistas com participantes, análise dos editais e estudos estatísticos sobre a capacidade locacional de economia criativa dentro da região.

Capítulo I: As Indústrias Criativa e sua relação com o Desenvolvimento Socioeconômico

“As indústrias criativas geraram a economia criativa, no momento que se incluiu outros setores e estabelece conexões entre eles. Assim, captou os efeitos de dispersão na organização dos processos, relações dinâmicas e setores diversos, entrelaçando com cidades ou espaços criativos onde culmina no desenvolvimento integrado dos setores. Ou seja, a economia criativa é uma interface em que se encontram entrelaçados, cultura, tecnologia e economia” (MADEIRA, 2014).

A seção a seguir pretende caracterizar os conceitos de Economia Criativa e como ela se relaciona com o desenvolvimento socioeconômico. Será desenvolvido em duas partes: primeiro, a definição do conceito de economia criativa, e sua vertente de Indústria Criativa (IC). Na segunda seção buscará elucidar as ligações entre o conceito e sua importância no desenvolvimento socioeconômico, sua disseminação mundial e os seus benefícios para os países que a incorporam em suas políticas.

1.1 - Economia Criativa

O maior desafio ao estudar economia criativa (EC) é conseguir identificar um conceito central para definir esse ramo, que surgiu por volta da década de 1990 na Austrália e se desenvolveu no Reino Unido. Como afirma MIGUEZ (2007), a EC vai além do aspecto cultural, ela abrange bens e serviços baseados na criatividade e na habilidade singular, assim, trouxe maior dinamismo para a economia global.

Não obstante, LIMA (2007) completa que ela busca potenciais econômicos através da criatividade, se interligando à cultura, à moda, e ao desenvolvimento, seja ele artístico, cultural, tecnológico etc. (LIMA, 2007 *apud* THROSBY, 2001). MADEIRA (2014) define EC como emergente do século XXI, devido às transformações aceleradas da economia global, sendo as ideias - capacidade criativa - junto com a utilização de novas tecnologias que ganham olhares como geradoras de riquezas e transformações sociais. Desse modo, HAWKINS (2002) *apud* MADEIRA (2014) afirma que a definição clara desse segmento está correlacionada ao fato de que as pessoas passam a maior parte do tempo tendo ideias que geram produtos comercializáveis, ou seja, a economia criativa ocorre quando a ideia é identificada, aplicada e se torna uma propriedade. Assim, o segmento abarca quinze indústrias criativas: pesquisa e desenvolvimento, publicação,

software, televisão e rádio, design, música, cinema, brinquedos e jogos, propaganda, arquitetura, artes performáticas, artesanato, jogos eletrônicos, moda e arte.

O núcleo da economia criativa é composto essencialmente de serviços, cuja parte principal do processo produtivo é a atividade criativa. Ainda, ela emerge do terceiro setor (serviços), através do uso e conhecimento de técnicas tradicionais para construir insumos de linguagens contemporâneas, integra setores devido ao seu caráter transversal, e assim cumpre essa tarefa complexa e necessária (DEHEINZELIN, 2006).

A delimitação do conceito é problemática e cheia de dicotomias, principalmente entre Economia Criativa e a Economia da Cultura. MARKUSEN (2008) afirma que há um problema entre a abordagem dos termos "criativo" e "cultural", assim como a mensuração e a comparação referente a dados estatísticos. Dessa forma, o termo "criativo" se torna popular, mas problemático, pois muitas vezes é comparado com uma noção maior a Economia Cultural.

Organizações Internacionais como a UNCTAD e UNESCO também estabelecem uma definição. No relatório de Economia Criativa da UNCTAD de 2010, é abordado que a EC ainda é um conceito em construção, mas existe uma convergência de sua delimitação nos Estados do sistema internacional, por meio da criatividade e a propriedade intelectual. Assim, ela é "um conceito baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico"(UNCTAD, 2010, pg. 10). Para esses organismos, a EC possui cinco dimensões. Primeiro, é capaz de estimular a geração de renda, criação de empregos e exportação de ganhos, promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Segundo, abraça aspectos econômicos, culturais e sociais interagindo com a tecnologia, propriedade intelectual e turismo. Terceiro, são atividades baseadas em conhecimento, que abrangem uma dimensão de desenvolvimento e interligação entre macro e micro níveis para uma economia geral. Quarto, é uma opção de desenvolvimento viável, que demanda políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial. E por último, em seu centro, se localizam as cidades e indústrias criativas (UNCTAD, 2010).

Outra organização relevante para a delimitação desse conceito foi o British Council, que protagonizou a implementação da EC no Reino Unido. Em sua visão, essas indústrias são tão antigas quanto a humanidade, mas começam a possuir relevância por causa dos avanços tecnológicos e da globalização. Ela se deu quando as tradições de trabalho cultural e industrial começaram a ter vínculos, gerando uma gama de atividades produtivas modernas. Assim, começam a ter maior abrangência pelo poder da tecnologia

digital. Ela mistura valores econômicos e culturais, pois esta última não esteve tão presente como componente gerador de riquezas por boa parte da história. Ou seja, as Indústrias Criativas são expressões do valor cultural e Econômico. E além de valor de troca e funcional, a maiorias desses bens e serviços tem um valor expressivo (BRITISH COUNCIL, 2010).

Esse conceito se torna cada vez mais importante devido a competitividade latente dentro do sistema internacional. Assim, a produção de bens com habilidades criativas se destacam. Pois para obter bons resultados no processo criativo é necessário agregar valor e impulsionar a inovação.

O conceito de Economia Criativa se aplica de formas diferentes nos países devido aos padrões culturais de determinada região. Também, os produtos finais acabam se estabelecendo mediante a influência dos patrimônios nacionais ou locais. Com isso, a forma mais clara para analisar a economia criativa e como ela gera crescimento é de acordo com as políticas culturais, mensuração das indústrias e cidades criativas de um determinado país, que viabilizem o fomento da Economia Criativa, pois são elas que ajudam a impulsionar o segmento, criando objetivos e metas para criar bases de crescimento no ramo.

Muitos estudiosos afirmam que a economia criativa é a nova oportunidade de investimento no século atual, e que auxiliam no crescimento do setor industrial nos países, no entanto, não se preocupam em explicar como isso ocorre. Esse segmento “propõe formas inovadoras de financiamento e produção, de caráter alternativo e solidário, pois os modelos do século XX não servirão para o século XXI” (DEHEINZELIN, 2006). LIMA (2007) relata que esse novo setor da economia é fator de desenvolvimento em diversos países:

“Na segunda metade dos anos 1990, surge o termo indústria criativa, como extensão do conceito indústria cultural, para englobar todas as atividades que produzem e difundem bens e serviços com conteúdo culturais e sujeitos aos direitos autorais. Este segmento, nos últimos anos, tem sido apontado como importante vetor de desenvolvimento local em vários países.” (LIMA, 2007. Pg. 1)

Sendo assim, a abordagem de DEHEINZELIN (2006) expressa uma “economia criativa que preserva e multiplica a diversidade cultural pois cria modelos e estruturas de trabalho que a favorecem” (DEHEINZELIN, 2006), trazendo lógica ao seu pensamento de LIMA (2007). MIGUEZ (2007) elaborou um repertório de fontes sobre economia

criativa que foi fundamental para o desenvolvimento de pesquisas na área porque elenca as principais produções de conhecimento nesse segmento da economia

O relatório da UNESCO sobre Economia Criativa em 2010 produziu conhecimento considerável em números e percentuais relacionados a este segmento. Segundo o relatório, os Estados Unidos, a Inglaterra e a Austrália são os principais implementadores dessa modalidade. O relatório considera ainda que o empreendimento criativo já abrange 8% da economia global (UNESCO, 2010). A UNCTAD (2010) ressalta que o segmento contribui para o desenvolvimento sustentável de várias formas. Os relatórios da Economia Criativa da organização corroboram dados que demonstram o crescimento significativo desse segmento, mesmo durante a crise financeira de 2008, explicando que o avanço tecnológico foi responsável pela integração desses processos de produção, distribuição e consumo dos bens criativos, assim como o aumento da demanda global sobre ele.

Com efeito, MADEIRA (2014) explica que os mercados globais desses setores são altamente competitivos pois trazem consigo benefícios para as Políticas Externas de Desenvolvimento (PEDs), mas dependem de um ambiente político interno favorável ao conceito. Assim, a EC se insere na agenda multilateral mais ampla do desenvolvimento por causa dos seus ganhos significativos e fortalecimento de sua diplomacia cultural. Por isso, se torna necessário a inclusão da cultura junto com a economia criativa como tema da diplomacia multilateral, a fim de atingir o objetivo fundamental do desenvolvimento (MADEIRA, 2014).

No ramo da economia criativa, a FIRJAN (2012) abrange discussões sobre indústrias criativas, cidades criativas e economia da cultura. Neste trabalho, iremos abordar apenas o que concerne às Indústrias Criativas.

1.2 – Indústrias Criativas

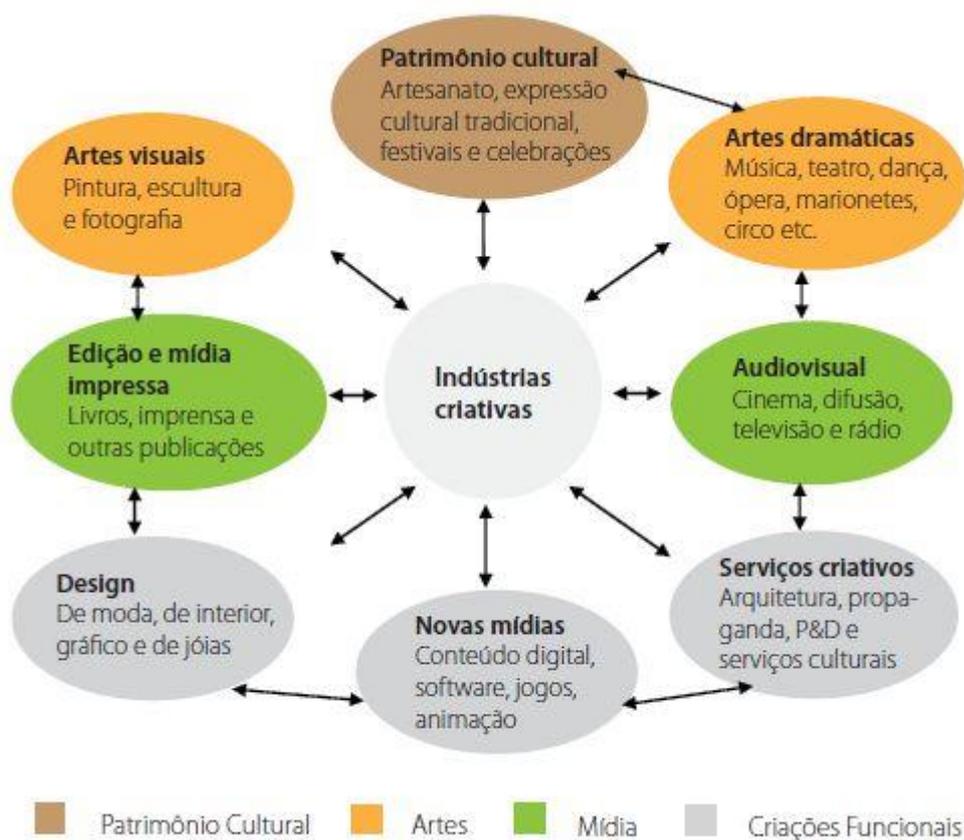
O termo “indústria criativa” varia em seu conceito entre os países, porém sua definição ainda é inconsistente e divergente nos ciclos literários e legisladores, principalmente quando nos referimos aos conceitos de indústrias culturais.

Indústrias Culturais são entendidos como produtos e serviços culturais, são “características possuidoras de produção demandada de alguma contribuição da criatividade humana, que servem para um propósito comunicativo mais amplo, contém

pelo menos uma propriedade intelectual que possa ser atribuída ao indivíduo ou ao grupo que nela produz” (UNCTAD, 2010).

O conceito de Indústrias Criativas é definido como “remete a qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível”. Elas se diferenciam em *upstream* (atividades culturais) e *downstream* (aproximada ao mercado, publicidade, tecnologia).

Percebe-se a sutileza de diferenças entre os dois conceitos, possuindo pontos em comuns, a criatividade e a propriedade intelectual. Dessa forma, a UNCTAD define que as indústrias culturais estão inseridas dentro das Indústrias criativas. Além disso, a indústria criativa lida com a interação de diversos setores, divididos em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídias e criações funcionais. Dessa forma define-se acerca da indústria criativa:



Fonte: Unctad

Figura 1: Fonte: UNCTAD (2011)

- “Ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam a criatividade capital intelectual como insumos primários;
- Constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual;

- Constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado;
- Posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e indústrias;
- Constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial”. (UNCTAD, 2010:8)

Numa visão mais geral entre debates internacionais sobre a definição do termo, o autor Bendassolli (2009) elucida que as Indústrias Culturais são associadas a alguns movimentos que ocorreram em países industrializados nos anos 90, e deriva de mudanças sociais e econômicas que deslocaram o foco das atividades industriais para aquelas intensivas em conhecimento, dentro do setor de serviços. Esse processo obteve uma importância crescente, associado a virada cultural, por dois fatores: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas.

Como definição geral do termo indústrias criativas, Bendassolli (2009) afirma que vários autores possuem convergências claras tendo a Criatividade como elemento central e necessária para a geração de propriedade intelectual, e a cultura tratada na forma de objeto, na tradução de insumos culturais em bens e serviços. Além da transformação desses significados em propriedade intelectual.

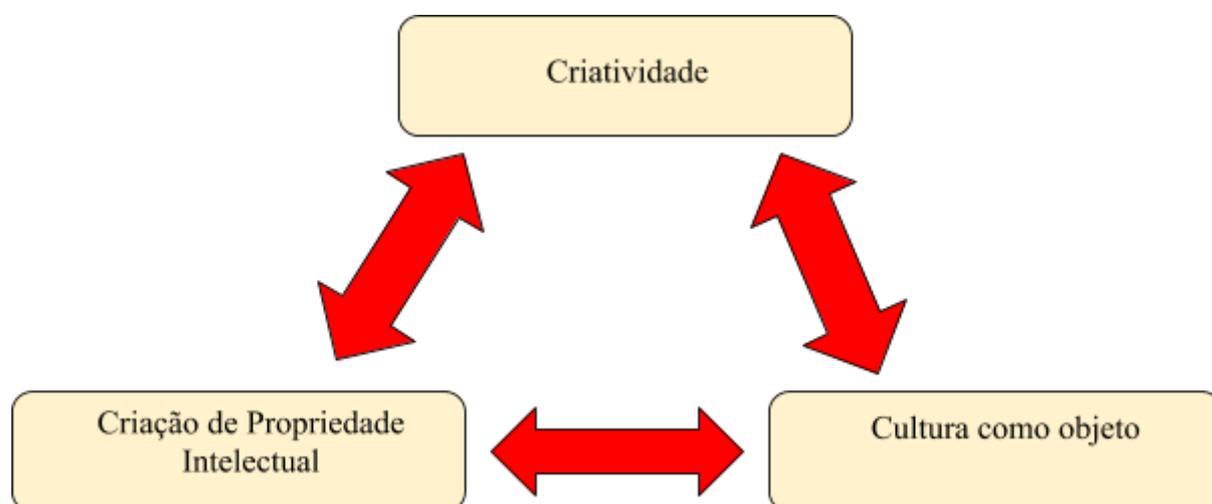


Figura 2 – Fonte: BENDASSOLI (2009). Elaboração própria.

No Brasil, a definição de indústrias criativas pautadas no plano nacional da Secretaria de Economia Criativa (SEC) se assemelha ao paradigma citado acima. O conceito de indústrias criativas apresenta convergência entre as artes, indústrias culturais e as novas tecnologias, promove desenvolvimento nas sociedades baseadas em conhecimento, opera

em dimensões contemporâneas de produção e consumo cultural, e possui uma variedade no núcleo de criatividade. Produzem bens e serviços guiadas por um regime de propriedade intelectual e trazem avanços a tecnologia de informação.

A partir desse conceito podemos exprimir duas premissas: primeiro, as cadeias produtivas imateriais predominam; segundo, consumo de símbolos ou significados (intangível) prevalece sobre o consumo de bens materiais (tangível). Assim as Indústrias criativas vão possuir como características: a forma de produção que possui a criatividade como insumo chave; contornos específicos de usos agregados (por causa da variedade infinita, diferenciação vertical e perenidade) e a forma de consumo (caráter cultural e instabilidade de demanda) (BENDASSOLLI, 2009).

Na forma de produção, temos a criatividade, inovação, e indivíduos que dão concepção ao desenvolvimento de produtos criativos. Isso acontece no seio de redes sociais, e utiliza-se a tecnologia, emprega recursos de produção, promoção e distribuição. Há uma valorização da arte que constitui um traço cultural relevante, e possui influência de concepções estéticas e artísticas. Possui uso intensivo de tecnologias em sua forma de produção, que descentraliza atividades. Por exemplo, o uso de tecnologias de informação e comunicação para disseminar suas criações. Assim, isso pode enfraquecer o domínio de grandes empresas nos setores. Por fim a sua forma intensiva em equipes polivalentes, com multiplicidade de especialistas, intrínseca a organização.

Como características do produto, possui variedade infinita, devido ao uso intensivo em criatividade. Uma diferenciação vertical pela classificação de profissionais. E perenidade por causa da longevidade do produto criativo. E nas características de consumo, temos o consumo cultural, tais quais lazer, entretenimento e bens culturais. A reconstrução mercadológica que pressupõe um novo regime político-econômico de construção de subjetividade e da identidade pessoal. Porém há problemas como a instabilidade da demanda, e incapacidade de prever o sucesso comercial.

As indústrias criativas se recusam a ser medidas como os outros setores da economia, e ainda, muitos participantes do setor acreditam que não fazem parte de uma indústria. O grande problema que concerne a sua mensuração está relacionado a captação da força de trabalho criativo. Isso ocorre porque dentro dessas áreas existem vários setores, muitas vezes criativos ou não; assim como também há empreendedorismo e trabalho informal. Por esses motivos, os estudos apontam que existem mais pessoas trabalhando fora das indústrias criativas do que dentro delas. Ou seja, nas Indústrias Criativas há terceirização em demasia, que podem ser formais e informais. (BRITISH COUNCIL, 2010).

O grande destaque que podemos dar para as indústrias criativas, é a sua capacidade de formar escalas e *clusters*. Para KRUGMAN e OBSTFELD (2015) economias de escala fornecem um incentivo para a economia internacional. Elas se dividem em externas (ocorre quando o custo por unidade depende do setor, empresas pequenas e competitivas) e internas (acontece quando o custo por unidade depende do tamanho de uma empresa individual, criam mercados de concorrência imperfeita, empresas maiores possuem vantagens de custo sobre as menores).

A força das economias externas de escala dependem do tamanho da indústria, uma indústria maior gera economias externas de escala mais fortes, menor será o preço que elas vendem, porque o custo médio de produção cai ao passo que a produtividade aumenta. Elas produzem vários ramos de comércio, dentro e fora do país e causam efeitos na produção e nos preços. No comércio internacional, a indústria que possui um menor preço de mercado tende a expandir, enquanto a que possui um preço maior tende a encolher. Gera o efeito de reduzir os preços de comércio em todos o mercado mundial. Assim, quando há economias externas de escala, o comércio internacional possibilita concentrar a produção em uma única região, reduzindo seus custos. Elas são determinantes do padrão de comércio, que ocorrem devido a vantagem comparativa, contingência histórica e competitividade. Dessa forma, se produz efeitos de comércio sobre o bem estar, além de retornos crescentes dinâmicos, pois os custos caem com a produção cumulativa ao longo do tempo, ao invés de cair com a taxa atual de produção. O acúmulo de conhecimento traz vantagem para as indústrias.

Economias externas de escala desempenham um papel importante na modelagem do padrão de comércio internacional, porém são mais decisivos na modelação do comércio Inter-regional (região dentro dos países), que gera movimento dos fatores e interação econômica por meio do espaço.

Nas economias internas de escala quanto mais se produz, o custo de produção diminui. Elas possuem características dominantes no mundo real, possuindo mercadorias diferentes e seu desempenho varia amplamente entre essas empresas. As economias internas de escala e diferenciação de produto se combinam para gerar novas fontes de ganho de comércio por meio da integração econômica. Essa integração gera vencedores e perdedores entre diferentes empresas. Empresas tem consciência de que podem influenciar os preços de seus produtos e que só podem venderem mais ao reduzirem seus preços. Isso ocorre quando existe poucos produtores de uma mercadoria, ou quando a o produto é diferenciado. A variedade de mercadorias e as escalas de produção são

limitadas pelo tamanho do mercado. Ao formar um mercado integrado, as nações afrouxam essas limitações. Assim, fazem uso de mercados combinados, que melhora o *trade off* entre escala e a variedade que as nações individuais enfrentam. Dessa forma geram efeitos de aumento do tamanho de mercado e ganhos de mercado integrado. Isso gera melhores ganhos, e para chegar a economias de escala, cada empresa deve concentrar sua produção em um país e vender sua mercadoria para os mercados integrados, assim haverá importação e exportação, o comércio intra-indústria. Isso é importante por que estabelece relações entre indústria, gera maiores ganhos, melhores produtos em circulação no local, e auxilia no crescimento dos países.

Por fim, percebe-se que uma Indústria Criativa com capacidade de produção em escalas podem beneficiar regiões que não possuem vantagem comparativa em alguns meios de produção, como o nordeste por exemplo, visto que o insumo principal é o capital intelectual, a identidade e a cultura latente em determinada região. Ou seja, o imaterial. Assim, resulta da capacidade humana de conhecimento, que qualquer ser humano no mundo pode ter.

1.3 – Economia Criativa e Desenvolvimento

O século XXI segundo alguns estudiosos é “a era da cultura, do conhecimento e do desenvolvimento econômico através da criatividade” (MIGUEZ, 2007). Esta emerge como força motriz da economia contemporânea. A classe criativa obtém um lugar no mundo econômico com um poder de reorientar as organizações das cidades e do trabalho, do mesmo modo que os operários obtiveram este poder no século XX (RODRIGUES, 2007).

Para poder chegar a esse denominador comum, vale a pena ressaltar pontos importantes acerca da evolução do conceito de desenvolvimento e sua evolução, ou seja, a passagem da noção de desenvolvimento econômico ao sustentável e humano. Como afirma Paglioto (2016), o desenvolvimento é uma noção moderna, de cunho ocidental, que possui a visão cultural como fator fundamental de sua compreensão. Mas, na visão de grande parte dos economistas, ele se relaciona com transformações apenas econômicas. Assim, o que remete a esse pensamento geralmente são questões relacionadas ao PIB ou renda per capita.

Dentro da teoria do desenvolvimento, Paglioto (2016) ainda elucida o subdesenvolvimento, entendido de duas formas. Ela cita:

"...i) como aqueles lugares onde os recursos naturais estavam sendo desenvolvidos ou explorados de modo insuficiente, ou ainda ii) como aquelas sociedades ou economias - sobretudo colônias e ex-colônias - destinadas atravessar previsíveis estágios de desenvolvimento, segundo o modelo determinado". (WILLIAMS, 1985 *apud* PAGLIOTO, 2016, 1985: 27)

Desse modo, é intrínseco perceber essa classificação como pensamento hegemônico do norte global. Pois assim, "estes países poderiam levar 'ajuda' aos países subdesenvolvidos no seu processo de modernização" (PAGLIOTO, 2016). Ainda a autora elenca que esse pensamento ocultava um processo de anulação de identidade, o "*american way of life*" por exemplo, e esquecia de relacionar os aspectos culturais, sociais e históricos, devido a sua condição de subdesenvolvimento. Assim, as características culturais dos países, eram ignoradas, identificadas como empecilho e motivo de atraso, gerando dicotomias entre desenvolvimento e cultura. Isso acarretou numa estratégia intervencionista no que se refere ao crescimento, referente a acumulação de capital e industrialização, principalmente relacionada ao PSI – processo de substituição por importações (PAGLIOTO, 2016).

A partir da década de 40, a criação da UNESCO buscava promover a cooperação nas áreas de educação, ciência e cultura, assim como a participação cultural na Declaração dos Direitos Humanos. Mas tal conceito era bastante restrito, e limitava sua identificação com o desenvolvimento. Na década de 60, a criação do PNUD, UNCTAD e Programa Mundial de Alimentos, pode ser considerado um momento de transição pois constata as falhas da estratégia desenvolvimentista brasileira, assim como suas dificuldades em obter resultados com relação ao emprego, combate à pobreza e distribuição de renda (PAGLIOTO, 2016).

O que realmente irá interligar os conceitos de cultura e desenvolvimento será a revolução ambiental, e a conotação de desenvolvimento sustentável. A dimensão cultural também ganhará importância nesse momento a partir da percepção de que a identidade cultural singular também importa, não sendo possível tratar o desenvolvimento como uma receita de bolo (EMMERIJ, 2002 *apud* PAGLIOTO, 2016). Nesse sentido, a relação entre cultura e desenvolvimento passa a ser direta, e se começa a definir uma agenda internacional de cultura, envolvendo debates de identidade e diversidade cultural. As noções de desenvolvimento das Nações Unidas na década de 90 tentaram reafirmar a

importância do desenvolvimento em um momento de hegemonia do discurso neoliberal (PAGLIOTO, 2016).

Nos anos 2000, esse debate entre desenvolvimento e cultura volta a ser foco de interesse acadêmico. Em 2006, Streeten (2006) aborda que a promoção do desenvolvimento local seria capaz de promover uma cidadania mundial com raízes na cultura local. OIGs passam a ter interesse no tema de Economia Criativa, e em 2004 sua temática passa a fazer parte da agenda internacional de desenvolvimento.

Assim, a EC passa a ter uma importância estratégica para o desenvolvimento econômico e para a preservação da diversidade cultural dos países. Com isso, surge a necessidade de inseri-las como parte integrante das políticas culturais. Então, agregando demais setores, núcleo da economia criativa é composto essencialmente de serviços, cuja parte principal do processo produtivo é a atividade criativa.

Segundo Gama (2014), o ramo da economia criativa teve impacto na economia de grandes potências:

“Atualmente, a Inglaterra é o país que possui maior crescimento na Economia Criativa com taxa de 8,2% no PIB. O governo inglês apostou na economia criativa como fonte de recuperação econômica e, no mapeamento das atividades criativas no país realizado em 1997, que contabilizou a geração total de emprego nas empresas criativas e de atividades criativas nas empresas não criativas, chegou ao resultado de 5% da população economicamente ativa empregada em atividades criativas”. (GAMA, 2014. Pg.16).

Dessa forma podemos concluir uma diferença entre os meios de produção da economia industrial, e a economia pós-industrial que emerge continuamente neste século. Se formos fazer uma comparação entre ambas, vemos que a sociedade a todo momento procura um modelo que se adeque a essa economia, sendo recorrente em países de diversos graus de riquezas afirma D'ARISBO (2013). Ainda o autor elenca que essa busca pelo modelo de desenvolvimento ideal é necessária pois quebra paradigmas resultantes das continuidades da economia industrial, além de abranger dimensões sociais, econômicas e ambientais. A EC ainda adapta as diferenças locais e ao mesmo tempo está alinhado ao modelo de desenvolvimento dos países. Isso define as diferenças entre economia industrial, – aquela que o crescimento econômico tem por base a manufatura tradicional e setores de serviços - e pós-industrial – serviços de ponta e novos setores inovadores, que promove a renovação de recursos clássicos da manufatura e dos serviços (D'ARISBO, 2013).

Outro ponto relevante dessa relação é referente ao que o autor Acco (2016) e outros pesquisadores da área definem como "teoria endógena do desenvolvimento", que

se remete às transformações nos fundamentos econômicos do desenvolvimento, marcando descentralização do centro dinâmico da indústria à economia do conhecimento. Uma passagem de investimentos em máquinas para a formação de inteligências. Com isso, ao passo que a economia industrial se baseia na estrutura de custos, com o desenvolvimento segmentado e hierarquizado, a economia pós-industrial (criativa) se dá pela criatividade intensificada e ênfase na capacidade de desenvolvimento do capital humano. Nesses termos D'ARISBO (2013) também ressalta que o objetivo das economias pós-industriais, não é limitado apenas ao desenvolvimento econômico, mas uma consonância com o conceito de desenvolvimento baseado no conhecimento, se opondo a teoria do crescimento econômico tradicional que separa bem-estar econômico do valor social.

Por efeito, a forma mais clara de se analisar o desenvolvimento da economia criativa de forma quantificada, se dá através do mapeamento das indústrias criativas aborda COMÉRIO (2014) e FLORIDA (2014). Os dados estatísticos relacionados ao tema ainda são escassos devido à inexistência de um consenso nos levantamentos de dados, como também uma diretriz dos órgãos públicos a um denominador comum que enquadre as atividades econômicas e a força de trabalho criativas. Isso ocorre por que cada país possui os seus métodos políticos e econômicos para quantificar esses dados e existem dissonâncias quanto a sua mensuração e a sua conceituação. Pois, a EC acontece e desenvolve de formas diferentes nos países. Porém existe um denominador comum para análise global, que é o estudo da cadeia produtiva da indústria criativa composta por três áreas: o núcleo criativo, as atividades relacionadas, às atividades de apoio. Assim COMÉRIO (2014) ainda cita que, a partir dessa definição, pode-se estimar a contribuição dessas indústrias, que se relacionam em quatro áreas: produto interno bruto, número de empresas, número de profissionais e renda média dos profissionais.

No geral, MIGUEZ (2007) completa que cada vez mais a economia criativa, inserida na cultura passou a ser um objeto privilegiado em disseminação mundial, que se estendem dos estudos acadêmicos, aos *policy makers*. Assim, ele mostra que as políticas culturais são vistas por outros olhos, e se busca analisar as necessidades em relação às políticas e investimentos governamentais identificando formas de como propagar o impacto econômico das indústrias criativas, ainda MIGUEZ (2007) afirma que Howkins desenvolveu um esquema conceitual que compreende a criatividade como uma habilidade de gerar algo, mas isso não significa que seja comercializável, e para que a economia criativa se enquadre deve-se haver a criação do *creative product*, que gera propriedade

intelectual, no qual os tipos mais comuns são as *copyrights*, patentes, marcas registradas e o *design*. Porém, a economia criativa necessita de desdobramentos futuros, sendo elas: a necessidade de uma revisão do conceito, revisão dos marcos regulatórios da propriedade intelectual na direção do interesse público, a promoção e aproximação entre criatividade e inovação, e por fim, a fomentação de políticas públicas capazes de integrar as múltiplas dimensões da Economia Criativa.

No que concerne a implementação da EC como estratégia para o desenvolvimento em países periféricos Paglioto (2006) aborda que países subdesenvolvidos possuiriam o mesmo potencial de desenvolvimento do Norte Global devido a intangibilidade e a forma autogerada desse tipo de economia. No qual demandam pequenos investimentos, e podem se conectar à economia global. Contudo, a lista de benefícios da EC seria intensa, como gerar crescimento, inovação, expandir a exportação, reduzir o setor informal, revitalizar zonas urbanas, e fomentar a sustentabilidade ambiental, incluir o empoderamento social, político e minorias, valorizar os patrimônios, valores locais, diversidade e identidade culturais dentre outros. Isso possibilitaria alcançar o desenvolvimento humano e sustentável. Mas em contraponto, a autora elenca que esses benefícios não "viriam de graça". Haveria uma delimitação da UNCTAD para que países em desenvolvimento realizem uma série de investimentos visando a promoção desse tipo de cultura. Além do apoio do setor público através de fundos, incentivos fiscais e muitos outros condicionantes, como a governança e políticas culturais por exemplo.

Capítulo II: Ações do Governo Dilma e Lula para cooperação cultural, e a Emergência do Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MicSUL)

A internacionalização das indústrias criativas mostra um crescimento significativo na última década. O total de exportações em bens criativos globais subiu 47% em 2012, e as importações em 56%. Países em desenvolvimento estão crescendo mais rápido do que países desenvolvidos, com aumento de 57% das exportações (UNCTAD, 2015).

Esse relatório da UNCTAD (2015) demonstra que os ganhos de exportação das indústrias criativas representam o valor das exportações de todos os bens criativos, que compreende seus bens tangíveis e intangíveis. Dentre as economias desenvolvidas, a Europa é a maior exportadora de bens criativos, possuindo 30% do mercado global. A China passou a se destacar em 2012, com o volume de exportação de bens criativos ficando acima dos EUA e países europeus. A indústria criativa chinesa cresceu 60 vezes nos últimos anos, 3,84% do PIB, e o consumo cultural chinês está em cerca de 7% abaixo dos países desenvolvidos que chega em torno de 30%.

No continente africano, as exportações de bens criativos quase triplicaram entre 2003 e 2012, com importadores geralmente oriundos de países desenvolvidos, da Ásia e da América Latina. O comércio entre países sul-sul cresceu 10 vezes ao longo dos 10 anos. Apesar de todos esses aumentos, a Ásia se sobressai no comércio de insumos criativos, os outros dois continentes tem participação muito pequena (UNCTAD, 2015).

Com relação aos insumos baseados na propriedade intelectual, há crescimento global em torno de 180 bilhões ao ano com liderança dos países desenvolvidos. No Brasil, as exportações brasileiras de bens criativos alcançaram U\$ 11,226 bilhões em 2012, com um balanço de pagamentos positivos de U\$ 299 bilhões. Possui um mercado de exportação de 65% para as Américas, 21% para Europa, 10% para África, e 4% na Ásia. Ao todo, o mercado global de bens criativos representa 2,6% do PIB (UNCTAD, 2015).

Com base nesses dados, é notório perceber a importância do comércio das indústrias criativas no mundo. Isso ajuda a entender a relevância da política externa e interna dos governos Lula e Dilma, assim como os motivos que levaram a tomar medidas de implementação de políticas culturais. Tais ações possuem capacidade de fortalecer o setor interno e fomentar um desenvolvimento socioeconômico.

Neste capítulo trataremos sobre a emergência do MICSUL. Para isso é necessário entender como as políticas públicas culturais são instrumentos cruciais para que tal processo de desenvolvimento socioeconômico se consolide. Assim, exporemos a relação

entre EC e políticas culturais, a política externa do governo Lula e Dilma e a integração cultural do Mercosul para fundamentar os motivos aos quais levaram a consolidação do MICSUL.

2.1 – Economia Criativa e Políticas Culturais

As políticas de fomento às Indústrias Criativas, segundo LIMA (2013), se consolidam nos EUA devido ao mercado internacional de Indústrias Culturais. Por um lado, observou grande expansionismo da indústria cultural norte-americana, por outro, esta tendência gerou um protecionismo em alguns países no que se remete a cultura. Pois tais políticas buscavam garantir o espaço nacional da produção e emissão do repertório simbólico, a fim de estimular a produção doméstica. Um segundo debate político surgirá em torno da regulamentação das atividades econômicas que emergiu com o debate do pós-industrialismo. Esses dois movimentos deram origem a novas políticas de intervenção no campo da cultura, como a política de desenvolvimento econômico para os setores criativos. Ou seja, as atividades econômicas criativas protegidas pela propriedade intelectual, abarcando os demais setores, como moda, design, arquitetura.

Ainda Lima (2013) cita que tais políticas “consistiam basicamente em utilizar instrumentos tradicionais da política industrial de maneira a ampliar a participação do setor criativo no conjunto de atividades econômicas, medidas em termos de participação do Produto Interno Bruto e na geração de empregos” (LIMA, 2013:8). Essa iniciativa representou um estímulo para as agências e organismos internacionais. Assim, as políticas de economia criativa passam a fazer parte da agenda de regulamentação e intervenção econômica da cultura.

Políticas Culturais para LIMA (2007) são programas de intervenção realizados pelo Estado, setor privado, organizações e comunidades em prol de suprir as necessidades culturais da população, assim como promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Essas políticas podem ocorrer por iniciativa estatal ou pelos outros indivíduos que nela participam.

LIMA (2007) ainda cita pensamentos do autor Teixeira de Carvalho, que classifica essas políticas culturais em quatro tipos básicos: Políticas relativas ao mercado cultural, a cultura alheia ao mercado cultural, aos usos da cultura, as instâncias institucionais de organização dos circuitos culturais. Assim, REIS (2008) nota que as

políticas culturais relativas ao mercado são as mais desafiadoras, pois engloba os segmentos mais dinâmicos contribuindo para o aumento do produto e do emprego. Ainda são dinamizadores de uma série de atividades econômicas, como a indústria de eletrônicos, turismo e lazer. Em seguimento, “a cultura gera valor no capitalismo globalizado, por que a dimensão cultural está no trabalho que se transforma em intelectual criativo, ou seja, imaterial” (LIMA, 2007), as políticas culturais se inserem no ramo da economia criativa por que ela é fruto da cultura, o insumo principal desse segmento (criatividade) advém das capacidades humanas e conseqüentemente suas heranças culturais.

Observa-se que na transição para a contemporaneidade a cultura se difunde graças a uma produção industrial, ou seja, o desenvolvimento do capitalismo pela indústria cultural – conjunto de empresas e instituições cuja a principal atividade econômica é a produção de cultura, com fins lucrativos e mercantis. Ela penetra em níveis nacionais e supranacionais, “passando a ser importante pois criam empregos e riqueza, fomentam a inovação nos processos de produção e comercialização, são centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura” (LIMA, 2007).

Questões sobre política para as mídias e indústrias criativas são partes das dimensões sociopolíticas e econômicas, elenca DOYLE (2016), e assim, a extensão que indústrias e considerações econômicas abordam, manejam uma constante influência através das tomadas de decisão políticas, e ainda beneficiarão as ferramentas e intuições oferecidas pela análise e teoria econômica. Dados da UNESCO (2013) ainda ressaltam tal afirmativa pelo fato de ainda existirem dificuldades para estimular o desenvolvimento do segmento, onde os centros urbanos possuem diversos agentes culturais que agem em diferentes fases na indústria criativa. O principal foco é potencializar a criatividade e o empreendedorismo para dinamizar bases de desenvolvimento sustentável (UNESCO, 2013). Ou seja, ambientes urbanos, podem ser vistos como habitats criativos com potencial de geração em impactos globais.

Com base nas questões relativas à política pública da economia criativa, esse estudo busca analisar o grau de inserção das indústrias criativas nordestinas, em especial o Nordeste, no seio do Mercosul Cultural, e como elas podem ajudar no desenvolvimento socioeconômico dessas localidades, comparando e identificando os problemas que os Estados possuem para desenvolver essas capacidades. Nota-se que as políticas aplicadas têm procedências bastante semelhantes, um *softpower* natural, mas os seus poder de

fomentação e tomadas de decisão ainda são insuficientes. Apesar de possuírem infindáveis meios para o crescimento ainda se comporta de forma lenta, apesar da existência dos Sistemas Nacionais de Cultura, Lei Rouanet, e incentivos voltados a esses segmentos.

Em suma, apesar dessa modalidade da economia ter surgido a cerca de vinte anos, as divergências de fomentar políticas têm disparidades singulares. As potências e organismos internacionais também fazem investimentos sobre a vantagem de adotar esse setor econômico na medida em que o desenvolvimento dos países que utilizam mecanismos da indústria criativa pode ser verificado em números e no crescimento do PIB. Portanto, é necessário verificar o grau de centralização e de distribuição dessas oportunidades. Pois, o território brasileiro é extenso, e mesmo possuindo um *softpower* nas questões culturais, ainda possuem muitos desafios. E um deles, é a equidade de oportunidades para um desenvolvimento humano e sustentável em todo o espaço brasileiro.

2.2 - A Política Externa Brasileira dos Governos Lula e Dilma: A cooperação cultural

LESSA, SARAIVA e MAPA (2011) e BIJOS (2010) abordam o protagonismo do Ministério da Cultura (MinC) na Diplomacia cultural junto ao Itamaraty no governo Lula, que visava projetar o Brasil estrategicamente no cenário internacional. Até então, a diplomacia brasileira era preparada para lidar com temas *mainstream* das RIs. BIJOS (2010) continua pontuando sobre a utilização do *softpower* para construir liderança regional, o que contribuiu para consolidar a “*Marca Brasil*” de cultura rica e diversificada.

Nesse sentido, o governo Lula promoveu a participação do MinC na diplomacia, isso foi inédito e trouxe desafios e perspectivas de uma diplomacia cultural, fazendo o uso para fins políticos, econômicos e outros meios meramente culturais. A difusão dessas políticas voltadas a criatividade passam a fazer parte da agenda brasileira, tendo como seu Ministro da Cultura o cantor Gilberto Gil (CALABRE, 2007).

A formulação e implementação das políticas de governo foi orientada a partir de três diretrizes: simbólicas, econômicas, e cidadãs (BIJOS, 2010). Dessa forma, o governo Lula “considerou a cultura como um fator substantivo no esforço pela busca do desenvolvimento nacional e do combate à desigualdade social”, por meio das diretrizes

simbólicas (LESSA; SARAIVA; MAPA, 2011:104). A cultura representava a afirmação nacional, a inclusão social e o desenvolvimento econômico por meio da economia criativa. Isso levou a um impulso na diplomacia cultural mediante iniciativas para afirmação brasileira no cenário internacional. Assim, atuou-se em diferentes áreas buscando sempre afirmação de autonomia e universalismo da cultura brasileira.

Nesse período, foi elaborado um plano de reestruturação do ministério, alterações na Lei Ruanet, e a criação das secretarias que estruturam a administração para dar suporte à elaboração de novos projetos, ações e políticas. Um desses segmentos era inserir a dimensão internacional das políticas culturais, trabalhados apenas pelo Ministério das Relações Exteriores (MRE). Isto remete à importância que o Ministro da época dava a tal afirmativa, considerando a cultura como possuidora de um lugar estratégico e singular no mundo contemporâneo. Gilberto Gil entendia essa centralidade da cultura, e como ela se ligava ao desenvolvimento que era desejado ao planeta. Onde a política cultural teria que ser base de um novo projeto nacional, trabalhado em sincronia com os outros ministérios. Ele partia do princípio que a cultura brasileira chamava a atenção da comunidade internacional, e seu objetivo era uma parceria com o MRE no intuito de modelar e inserir a imagem brasileira no mundo através de uma política cultural gerida entre os dois ministérios (NOVAIS e BRIZUELA, 2010). Assim, passou-se a difundir o papel estratégico da cultura no processo de desenvolvimento de países emergentes, no qual a economia da cultura, o direito autoral e a propriedade intelectual seriam temas não negligenciáveis, e isso necessitava da parceria do MRE. Essa nova agenda internacional também compreendeu alianças com potências emergentes, como China, Rússia e África do Sul, e os eixos Sul-Sul, como América do Sul, África, e Países Árabes.

As políticas culturais tiveram seu papel redimensionado com três funcionalidades: os vínculos de identidade e raízes, que fortaleceram blocos da cultura regionais e a aproximação de países por intermédio das políticas estratégicas ao desenvolvimento da cooperação sul-sul. No plano interno, foi promovida a inclusão social, representação e expansão da economia da cultura. No plano externo, por meio de maior inserção internacional, promoveu-se o pluralismo cultural, e as bases de indústrias criativas para aumentar as exportações nacionais.

Os primeiros frutos dessa parceria de relações cultura e desenvolvimento foram gestados na Conferência da UNCTAD em São Paulo, em junho de 2004 (NOVAIS e BRIZUELA, 2010). Assim, foi criado um Grupo de Indústrias Criativas e o Desenvolvimento, com o objetivo de ressaltar as potencialidades das indústrias criativas

no mundo, e recomendar mecanismos para facilitar e incentivar os mecanismos dessa categoria. Isso resultou na proposta da criação de um Centro Internacional de Indústrias Criativas, que seria sediado em Salvador, mas não concretizado devido ao foco em outras políticas e prioridades do governo. Outro ponto relevante, está situado no Mercosul Cultural, que se tornou um campo de atuação do MinC através da cooperação cultural. Com sua autonomia pela diversidade, o Governo Lula buscou um maior espaço de cooperação cultural no eixo sul-sul, para a disseminação de cultura entre os países signatários. Diante desses propósitos, o MinC promoveu uma inovação na diplomacia brasileira, trazendo resultados positivos as relações culturais internacionais.

O governo disseminou a cultura e as atividades econômicas relacionadas a ela como prioridade de governo e da sociedade, na construção de um novo projeto de nação. Assim, deslocou as políticas culturais para o centro de debate do desenvolvimento nacional e nas relações de intercâmbio entre países, pela promoção da diversidade cultural a fim de diminuir as assimetrias decorrentes da globalização (BIJOS, 2010). O governo Lula atuou na promoção da diversidade cultural em combate a homogeneização das estruturas culturais hegemônicas, tendo a cultura como um meio de intervenção. Essas ações de governo aconteceram devido à atuação do MinC e sua presença na Rede Internacional de Políticas Culturais, com protagonismo na criação do Selo do Mercosul Cultural e da RECAM, na Conferência de intelectuais da África e Diáspora e na Comissão Interamericana de Cultura. Além de suas ações como a Criação de Centro Internacional de Indústrias Criativas, no Fórum Internacional de Indústrias criativas em 2005 que levou à protagonizarão o MinC no Pnud. Isso ocorreu devido à convergência de ideias entre Itamaraty e MinC, fortalecendo a perspectiva de que a questão central da Economia Criativa era capaz de investimento econômico que promovesse e acelerasse o desenvolvimento, por isso deram importância às indústrias criativas como formas de captação desses investimentos, tanto no plano interno quanto no externo. Essa foi uma resposta aos desafios percebidos no Governo Lula que enfrentou desafios no consumo de cultura, democratização do acesso à cultura e a falta de investimento nas indústrias culturais em massa.

Com efeito, nota-se que o caminho para a propagação dessas políticas ainda é árduo MADEIRA (2014) afirma que já no governo do ex-ministro Gilberto Gil, o Brasil desperdiçava o momento de interesse por sua cultura, e cita pensamentos de Ney indicando que o país possui um *softpower* natural, pois para ele, isto ganha crescente importância vis-à-vis como outros recursos de poder, e ainda que o Brasil poderia se

beneficiar com a criação de um instituto cultural permanente que coordenasse as ações internacionais no segmento.

Assim, no caso do Reino Unido, MADEIRA (2014) cita que, o alinhamento da diplomacia cultural à promoção da economia criativa por meio de cooperação internacional do tema resultou no estabelecimento do British Council como difusor e gestor desse segmento. E no caso do MERCOSUL Cultural, deve-se reaver as potencialidades e benefícios do MICSUL como protagonista no que se refere ao grau de internacionalização desses segmentos.

O Governo Dilma iniciou com uma realidade complexa, com um crescimento econômico contido, devido à crise econômica de 2008 que repercutiu no Brasil. A presidente Dilma orientou a PEB nos mesmos princípios do Lula, mas alguns temas se distanciaram da matriz adotada por ele. Autores consideram como um período marcado pela “contenção de continuidade” ou “declínio do Brasil nas RIs”, e percebem que a maioria dos esforços são direcionados a outros tópicos como a governança da internet, direitos humanos, priorização do desenvolvimento da ciência, tecnologia e inovação. Deixando a Política Externa em segundo plano no primeiro mandato da candidata (BOY, 2017). Isso trará um declínio do poder da cultura, por causa da demora na escolha da Ministra Ana de Hollanda que foi caracterizada pela “ausência de um direcionamento claro da política cultural”. A ministra implementou a Secretaria de Economia Criativa, sob Gestão de Cláudia Leitão em 2011, que segundo SILVA (2012) surge em um contexto de institucionalização de políticas culturais, para situar a economia criativa como um eixo estratégico de desenvolvimento do país. O objetivo da Secretaria de Economia Criativa (SEC-MinC) de acordo com MARCHI (2014) é formular e implementar políticas que fomentem a economia criativa no país e a busca pela redefinição do papel da cultura no Brasil, pois tal processo poderia além de ajudar no alcance do desenvolvimento econômico, poderia auxiliar a inclusão social. Nesses termos, o documento do MinC se assemelha aos argumentos da ONU, utilizando-se da diversidade cultural como insumo principal.

O Plano da Secretaria de Economia Criativa (2011) elucida que o caso de inserção brasileira apenas se dará desenvoltura mediante a conceituação de importância da diversidade cultural do país, ela abarca a intersecção dos setores de diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social. E ainda há muitos desafios para que esse segmento seja assumido como política de desenvolvimento no país. A secretaria de economia criativa ressalta alguns desafios para tal acontecimento, levantamento de

informações, articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, educação para as competências criativas, infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo de bens e serviços criativos, e adequação para os marcos legais dos setores criativos (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011).

Em 2012, Ana de Hollanda foi substituída por Martha Suplicy, que assumiu o cargo sem conhecimento da dinâmica e dos projetos do MinC. Ela implantou o vale cultura, o Sistema Nacional de Cultura e a Lei Cultura Viva que melhoraram aspectos do consumo cultural no Brasil. Também, mudanças que ela elaborou afetaram áreas que possuíam bons resultados de forma lenta e gradual, tais quais, sua abdicação de participar em discussões de temas importantes, como por exemplo os direitos autorais. Mas apesar das políticas culturais mais retraídas em relação às gestões anteriores como a diminuição do orçamento do MinC, sua gestão obteve resultados positivos como os projetos de cooperação cultural na área de tradução, e outras atividades.

Estas iniciativas de cooperação cultural levam a difusão brasileira às pautas de internacionalização. Assim, a Ministra empregou o *softpower* em suas ações, ressaltando a importância do conceito para melhorar o posicionamento do Brasil nas RIs. As “políticas culturais buscavam lapidar a imagem brasileira no cenário internacional” (BOY, 2017:53). A priorização da Economia criativa, e divulgação de outros aspectos culturais brasileiros serviam para ampliar oportunidades de investimento. Mas havia preocupação com a institucionalização das políticas de financiamento à cultura, por meio do Sistema Nacional de Cultura (SNC), que evitariam a descontinuidade em governos futuros. Isso foi influenciado pelos programas ambiciosos do governo Lula que obtiveram êxito no governo Dilma. O III Conselho Nacional de Cultura (CNC) apresentou reflexões sobre as metas do plano nacional de cultura, que tinha como objetivos criar e descentralizar equipamentos culturais por meio da construção de Centros de Artes Esportes, implantar o vale-cultura, fortalecer a presença do Brasil no mundo por meio do *softpower* e implantar o sistema nacional de cultura. Esse Plano Nacional de Cultura (PNC) teria duração de 10 anos e tinha como objetivos: 1) criação/produção e desenvolvimento 2) difusão de acesso à cultura, 3) memória e diversidade cultural 4) planejamento e gestão (BOY, 2017:54). Na diplomacia cultural, o estímulo ao desenvolvimento da EC e a promoção da internacionalização da cultura brasileira, o MinC passou a formalizar e institucionalizar medidas de *softpower* via política cultural com meta de aumentar a difusão cultural em 70% até 2020 (BOY, 2017:55).

Dessa forma, houve dificuldade de manter a abrangência do governo Lula devido aos desafios estruturais, econômicos e políticos. Havia dicotomias entre Comissão de incentivo à cultura e (CNIC) e MinC, que gerou desequilíbrio nas relações de poder dentro do governo Dilma. Com a saída de Martha Suplicy do MinC em 2014, a diretoria de Relações Internacionais (DRI) se destacou apoiando o Minc em algumas atividades. Na diplomacia cultural houve incentivos à difusão de traduções de obras e divulgação no exterior. A Secretaria de Políticas Culturais, com a extinção da Secretaria de Economia Criativa buscou atender os agentes de EC na realização de rodadas de negócios em países estrangeiros, incentivo a projeção cultural no exterior e o programa de intercâmbio e difusão cultural. Assim houve várias feiras de incentivo pelo mundo, no MERCOSUL na Europa, e Ásia. Nesse sentido percebe-se que o MinC, sob a coordenação do DRI, desenvolveu iniciativas que promoveram uma inclusão cultural brasileira no exterior. Em termos internacionais houve uma descontinuidade na parceria IBAS e BRICS na cooperação Sul-sul. Possuindo relações mais voltadas ao bloco regional do MERCOSUL (BOY, 2017).

É nesse contexto que se insere o MICSUL, oriundo de uma parceria entre os países da América do Sul, Mercosul Cultural, Unasul e os Ministérios de Cultura dos Estados. Dentro deste contexto se inserem todos os países membros da Unasul, com exceção de Suriname e Guiana que aderiram posteriormente em 2017.

2.3 -A Integração Cultural do MERCOSUL

Segundo Canedo (2015), a cultura não era incluída na agenda do Mercosul pois eram consideradas retóricas vinculadas a problemas de identidade nacional. A necessidade de incluir a cultura nos projetos do bloco veio a ser cogitada em 1992 pois a cooperação cultural assegura bases sólidas e estáveis devido à apreciação mútua das respectivas culturas. Assim, a Reunião Especializada sobre Cultura (REC) em 1995, desenvolveu iniciativas para promover a difusão cultural e estimular o conhecimento mútuo, com o pretexto de integração cultural do bloco. A REC foi substituída pela Reunião de Ministros da Cultura (RMC).

A REC era ligada a estrutura do Grupo Mercado Comum (GMC) que possuía função executiva, e a RMC é ligada ao Conselho Mercado Comum (CMC), grupo de condução política. Na 1ª RMC em Fevereiro de 1996 propôs ações, recomendou projetos

e aprovou iniciativas, mas sem o estabelecimento de dotações orçamentárias e responsáveis para a realização das ações (CANEDO, 2015).

Na 2º RMC, em Agosto de 1996, o países membros do MERCOSUL aprovaram o protocolo de Integração Cultural (1996). Essa iniciativa buscava promover a cooperação entre instituições e agentes culturais, com o objetivo de enriquecer a difusão das expressões culturais e artísticas do Mercosul, por meio de programas e projetos em diferentes setores de cultura. Assim, a integração cultural consistia em resguardar, promover e difundir as ações culturais dos países membros em circulação.

Segundo Canedo (2015,) na RMC de 2008, no Governo Lula, aprovou-se a Declaração de Integração Cultural do Mercosul - reafirmação do compromisso dos Estados-membros, discussões sobre diversidade cultural, necessidade de institucionalização do Mercosul Cultural. Criou-se o Parcum - Parlamento Cultural do Mercosul - tendo legisladores das comissões de cultura dos países com o objetivo de trabalhar na harmonização das legislações culturais regionais. Com ações propostas do Selo do Mercosul Cultural que visava promover a circulação temporária de obras culturais na região

Em 2012, a RMC aprova a criação da Secretaria do MERCOSUL Cultural, sediada na Argentina, no intuito de garantir a consolidação e continuidade dos programas e projetos desenvolvidos por eles. Também consolidou as bases do MERCOSUL Cultural, como o corpo orgânico e regulamento interno. Nesse documento foram consolidados o Comitê Coordenador Regional (CCR), a Secretaria do Mercosul Cultural, a Comissão de Patrimônio Cultural (CPC), a Comissão de Diversidade Cultural (CDC), a Comissão de Economia Criativas e Indústrias Culturais (CECIC), e o Foro de Sistema de Informação Cultural do Mercosul(SICSUR).

Estrutura do Mercosul Cultural:

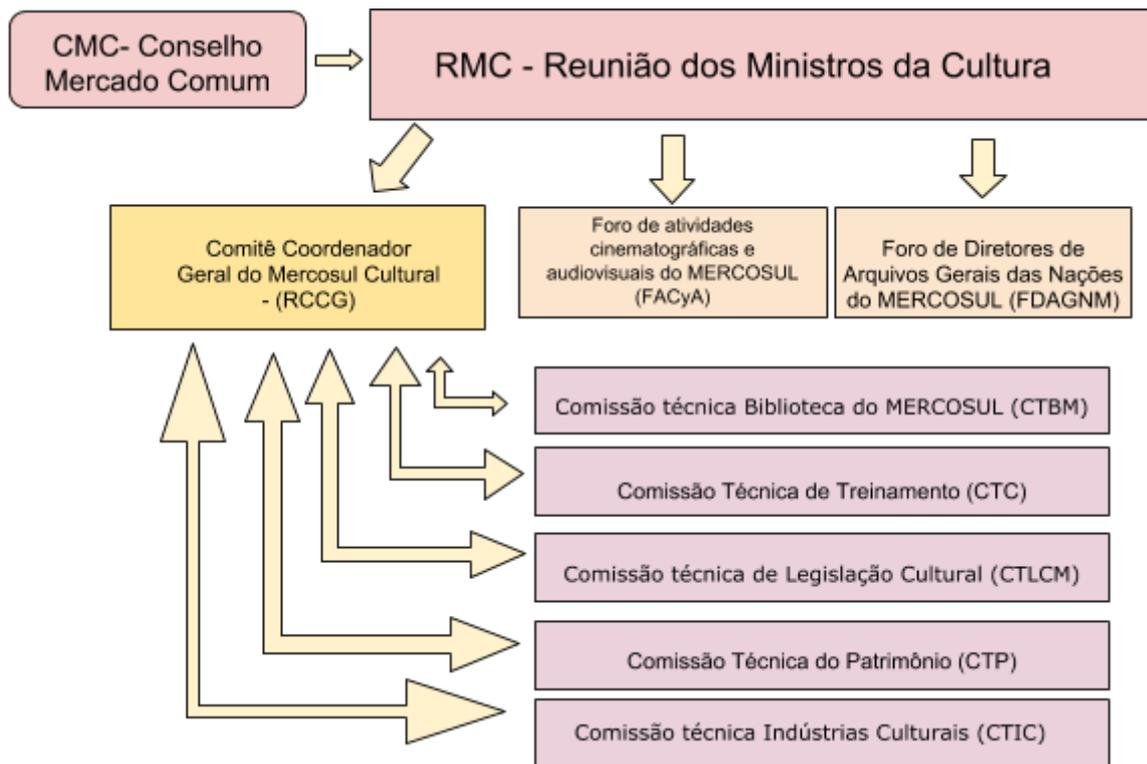


Figura 3: Estruturação do Mercosul Cultural. Fonte: MERCOSUL (2012). Elaboração Própria.

Até 2015, o selo não esteve em pleno funcionamento, devido às dificuldades legislativas (CANEDO, 2015). O SICSUR (Sistema de Informação Cultural do Mercosul) começou a ser executado em 2006, realizou-se seminários sobre sistemas de informações culturais para identificar as diferenças nas metodologias de levantamento de indicadores utilizadas em cada país. Em 2010, RMC aprovou o Fundo Mercosul Cultural, que se destina a financiar projetos e programas que contribuem para o fortalecimento do processo de integração do Mercosul. Em 2011 o fundo foi de R\$ 1 milhão de reais, mas até 2015 ainda foi discutida a normatização. Dessa forma, o Mercosul cultural ainda se resume a essas reuniões realizadas duas vezes ao ano e dedicadas à temática Cultural, e possui também um conceito de diversidade cultural regional enquanto elemento identificador entre os povos e a relação entre cultura, desenvolvimento econômico e social. Possuindo cinco características: fragmentação das iniciativas, desarticulação com relação a agenda econômica, fragilidade institucional, ausência de perspectiva regional, discurso totalizador e distante da população. A autora conclui que a cultura está longe de ter um lugar de destaque nas agendas de negociações dos governos nacionais nos projetos de integração regional. Mas CHIAPPINI (2012) discorda em sua afirmação:

“A conclusão, também óbvia, é que não existe um MERCOSUL ou um MERCOSUL cultural, mas múltiplos MERCOSULS e múltiplos MERCOSULS

culturais, e que o grande desafio da integração é combinar equilibradamente a unidade entre eles, mantendo sua diversidade. [...] Uma de nossas conclusões é de que o MERCOSUL existe, mas depende do ponto de vista e do que se defende. O que não se pode desconhecer é que há um longo e complexo trabalho em muitas frentes, de muitas mãos e muitas cabeças. O MERCOSUL constitui um caminho cheio de idas e vindas e comporta avaliações negativas e positivas, como vimos. O MERCOSUL cultural, igualmente. Existe o MERCOSUL cultural, mas o MERCOSUL deve ser conceituado de modo amplo, como processos oficiais e não oficiais políticos e culturais.” (CHIAPPINI, 2012:101)

Segundo SILVA ET ALL (2017), o desenvolvimento da região sul-americana na luta contra a hegemonia cultural dos países do norte global, se faz pela cooperação cultural para promover a redução de assimetrias entre as regiões e dentro delas. Nesse contexto, as Indústrias culturais se formam como uma alternativa para a superação de pobreza. A globalização trouxe a desterritorialização e mundialização de suas culturas, porém os grupos marginalizados desses países mantiveram suas expressões culturais invisíveis, pois a cultura promovida dizia respeito a uma pequena parte da sociedade. Houve grandes fases nas indústrias culturais para garantir um espaço de reconhecimento dos grupos marginalizados pelas elite e negociações com ela. A concepção de cultura industrial foi mudando ao longo dos anos por causa dos movimentos sociais, que lutavam contra esta lógica hegemônica, a afirmação da epistemologia do sul. A busca da pluralidade sul-americana trouxe voz e força ao povo no que concerne à cultura. Diante desses aspectos, o Mercosul Cultural e os Ministérios buscaram alternativas para desenvolvimento e luta contra essa hegemonia, firmando o acordo do Mercado de Indústrias Culturais do Sul, em 2013.

2.3 - O Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MICSUL)

Baseando-se na política externa de Lula e Dilma nota-se uma afinidade dentro do MERCOSUL com o fim de estabelecer maiores participações no que refere à circulação de bens e insumos criativos dentro do mercado internacional. Para ANAYA (2014) houve um acordo por dez países da América do Sul para promover a circulação de bens e serviços culturais através dos países membros do MERCOSUL. O Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MICSUL) foi estabelecido como um encontro bianual que vai circular pela América Latina, reunindo setores das indústrias criativas dos membros participantes

da UNASUL. HENTSCHKE (2015) elucida que essa ação foi uma iniciativa dos Ministérios de Cultura de países latino americanos que consolidou o I Mercado de Indústrias Culturais do Sul (MICSUL), sendo este realizado pela Secretaria de Cultura Argentina em maio de 2014, em Mar del Plata (Argentina). Participaram os membros Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela. Segundo notícias do site do MinC (2014), a feira trouxe resultados positivos em seus dois dias, com 800 compradores e vendedores da América do Sul e 80 Compradores internacionais. O encontro organizou 9 mil rodadas de negócios, 30 apresentações ao vivo, 50 foros de conferência e debates setoriais, 8 reuniões institucionais de organismos culturais da América Latina e um desfile de moda. O MICSUL, “é um emprego prático da luta contra a pobreza e a hegemonia dos países desenvolvidos por meio da integração regional e do incentivo a criação de cultura” (SILVA ET ALL, 2017:387)

Este foi o primeiro evento relacionado ao mercado internacional de bens, serviços e produtos culturais do MERCOSUL que proporcionou trocas de experiências, criação de redes, difusão da cultura e atividades formativas e negociais. Foi uma plataforma de empresas de pequeno e médio porte do setor criativo, artistas e agentes culturais. “A feira trouxe uma percepção de potencialidades dessas manifestações culturais, estimulando iniciativas de aproximar as culturas latino americanas” (HENTSCHKE, 2015:3). Porém segundo HENTSCHKE (2015), o interesse dos agentes e participantes era buscar oportunidades negociais e o estabelecimento dessas relações com os países da América do Sul. Isso se torna árduo devido os entraves burocráticos que dificultam a fruição cultural no continente, e a questão econômica sempre ganha centralidade no debate de produtos culturais que circulam com valores pouco competitivos.

As notícias do site do MinC (2014) relatam situações diferentes. De acordo com os dados, os negociantes brasileiros conseguiram abertura para negociações. Empresas no ramo da moda, design, projetos e artistas conseguiram bons contatos de negócios e prospecção para empreitadas futuras. O MICSUL encerrou no dia 18 com um saldo positivo em muitos aspectos. Depoimentos de artistas foram positivos. Tais quais:

“Camila Rocha Magalhães é de Minas Gerais. Veio com apoio do MinC. Trouxe seu trabalho feito de cerâmica plástica (polímero de argila). São pulseiras, brincos, "adornos em geral", define. "Esta matéria-prima chegou ao Brasil, da Alemanha, há 20 anos. Muitos buscaram cursos para aprender

a usá-la. Nós fomos autodidatas. Acabamos criando um novo jeito de trabalhar com ela. Flexibilizamos a cerâmica.". Embora sua intenção primeira era mostrar o trabalho para futuros acordos de venda, Camila acabou atendendo vários pedidos. "Estou fazendo tanto vendas no varejo e no atacado, quanto negociações futuras". Seu trabalho teve aceitação muito boa. "Uma pessoa do Chile, que vive no Japão, fez questão de levar quase 3 mil pesos em mercadorias na hora (umas 30 peças). Já questionou minha capacidade produtiva para futuras compras". Camila conta que os japoneses costumam gostar tanto de seu trabalho que já criou uma página em japonês no *facebook*."

O Grupo Frutos do Pará veio para se apresentar e para fazer negócios. "Principalmente com Colômbia e Argentina, estamos tendo boas interações. Está muito melhor do que o esperado", diz Paulo Oliveira. O grupo faz apresentações de músicas e danças típicas paraenses: Carimbó, o afro-brasileiro Lundu, Xote, toada Reggae-boi e merengue. "Estamos com uma expectativa muito grande de fazer o show. Nossa música tem estilos muito diversificados, é contagiante, o ritmo é frenético" (Ministério da Cultura, 2014)

A segunda edição da feira ocorreu entre 17 à 20 de outubro de 2016, em Bogotá. Segundo as notícias do MinC (2016), envolveu os mesmos países e envolveu 6 setores da indústria cultural: Cênicas, audiovisual, editorial, animação e games, música e design. Teve como resultados, 500 compradores e vendedores da América do Sul, e 60 internacionais, 3,5 mil rodadas de negócios e 50 apresentações realizadas ao vivo. A rentabilidade brasileira foi de 1,4 Milhões durante o evento, expectativa de retorno durante os 12 meses seguintes de 6 milhões. E uma expectativa geral 10 milhões. Diferente da primeira edição, a segunda contou com uma cooperação técnica da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil), que organizou o edital, selecionou os participantes e deu uma capacitação preparatória para o evento. Na visão de Calero em sua entrevista ao MinC:

"O MICSUL integra um eixo prioritário do início de sua gestão no Ministério da Cultura: "Um dos nossos principais objetivos é incrementar a Cultura no exterior. O MinC vai trabalhar juntamente com o Itamaraty de modo a potencializar a divulgação cultural brasileira". (Ministério da Cultura, 2016).

Também do presidente da Apex-Brasil Roberto Jaguaribe:

“Roberto Jaguaribe acredita que são os meios culturais os canais mais capazes de construir a percepção de um país. "No caso específico dos Estados Unidos, Hollywood – a indústria cinematográfica - tem uma função estratégica na propagação da imagem da América e dos norte-americanos", exemplifica. "Então, valorizar essa capacidade de apreensão a partir dos bens culturais e da indústria criativa é algo que a Apex leva em especial consideração" (Ministério da Cultura, 2016)

Do Brasil, segundo o MinC (2016), saíram 61 empreendedores para o evento, dessa vez foram 10 empreendedores de cada um dos setores de abrangência. Nesta edição, o caráter de negociações brasileiras possuiu um desempenho melhor no que cerne as negociações, devido a preparação prévia dos empreendedores selecionados. Ainda empreendedores que participaram da feira passada relatam sobre os ganhos decorrentes das negociações. Nessa rodada, os novos empreendedores se animam para as futuras negociações e disseminação de seus produtos no mercado internacional. Vale destacar o desempenho das empresas de jogos brasileiros, que obtiveram oportunidades para mostrar seus produtos. Isso serviu como fortalecimento de suas empresas dentro do mercado externo, devido à variedade e qualidade dos projetos selecionados. No depoimento da *Bitcake Studio* (empresa de desenvolvimento de jogos brasileira), a empresária Camilla Slotfeldt Viana relata "Queremos expandir nosso mercado, e o Micsul é uma excelente oportunidade para darmos visibilidade aos nossos produtos na América do Sul" (MinC, 2016).

Outro ponto relevante na feira é referente a busca pela internacionalização da música brasileira, depoimentos de produtores culturais brasileiros contam como pontos positivos, Juliana Pandolfo ressalta “A gente observou que muitos artistas latino-americanos têm interesse em tocar no Brasil. A partir dos contatos que fizemos, trouxemos duas atrações para cá, uma do Uruguai e outra da Argentina. Em Bogotá, queremos refazer a rede de contatos e criar novos” e Otávio Argento “É interessante o fato de o evento ser multilinguagem. Eu costumo frequentar as feiras mais centradas em música. Este formato abre os horizontes e é possível abrir novas frentes de negócios" (MinC,2016)

Também foi relevante para o ramo literário por meio da difusão da literatura de cordel, dentre muitas outras áreas presentes na cultura brasileira. O Brasil obteve o maior

índice de participação. E dados mostraram que das 2,4 mil reuniões ocorridas no MICSUL, haveriam mais 3 mil encontros futuros entre os participantes da feira. Assim, de acordo com as notícias do site do Ministério da Cultura (2016), O MICSUL 2016 superou as expectativas dos empreendedores, trazendo riqueza e oportunidades de negócio futuros para as empresas estrangeiras e o Brasil. Foram fechados em torno de R\$ 1,41 milhões em negócios e uma prospecção de R\$ 6,3 milhões nos 12 meses decorrentes para a comitiva brasileira. O país trouxe para casa 1344 contatos de empreendedores sulamericanos e de outros países, dos quais 1211 foram novos.

Segundo o gerente de exportações da Apex-Brasil nas notícias do site do Minc (2016), o evento foi de extrema relevância para o posicionamento de empresas brasileiras no exterior. Assim, a última edição do MICSUL em Bogotá, trouxe muitos benefícios para as empresas ligadas à criatividade brasileira. Isso demonstra que ações conjuntas entre países podem ser benéficas em muitos aspectos. No caso do MICSUL, pode-se entender como um avanço na diplomacia e integração cultural nos anos de 2014 à 2016. A próxima edição da feira acontecerá no Brasil, em novembro de 2018.

Capítulo III: A participação Nordestina no MICSUL: Avanços e Dificuldades

Soares (2013) afirma que as Indústrias criativas no Brasil geram 638 mil empregos, 1,8% formais. Traz melhores remunerações que a média nacional, e estão concentradas nos ramos de arquitetura, moda e design. O mercado corresponde a 82,8% do mercado de trabalho criativo, 82,5% de estabelecimentos e 73,9% da massa salarial. Em 2006, gerou 16,4% ao PIB, com R\$ 381,3 bilhões impulsionados pela arquitetura e a moda.

Essas empresas são de pequeno porte com trabalho jovem e instruído, possuem 52,3 mil empresas que a compõe. 87,6% delas tem até 19 funcionários.

Na arquitetura, houve crescimento em mais de 5 milhões de empregos em 2012, devido ao Instituto de Arquitetos do Brasil, que difunde a arquitetura brasileira e que colabora para a internacionalização. Por meio de desenvolvimento de projetos no exterior com a função de ampliar a participação dos escritórios nacionais no cenário mundial e fomentar a exportação de serviços de arquitetura com a participação em feiras, festivais e concursos. O design, é caracterizada como a indústria criativa mais desenvolvida no Brasil, com foco no design industrial para produção em larga escala, introduzida em setores automobilísticos, agrícola, aeronáutico e hospitalar e de jogos eletrônicos. A moda pode ser considerada a segunda maior Indústria Criativa no Brasil. Grifes disputam etiquetas globais na conquista de um espaço no cenário internacional. A São Paulo Fashion Week, realizada duas vezes ao ano é o evento de moda mais importante na América Latina e a 5ª maior semana de moda do mundo.

Segundo a Firjan (2012), a cadeia de indústrias criativas brasileiras está alinhada com a definição da UNCTAD, e se compõe de núcleo criativo, atividades relacionadas e o apoio.

Dados da Firjan (2012) pontuam que em 2011, 243 mil empresas eram do núcleo da Indústria criativa, que gera um PIB de R\$ 110 bilhões, ou 2,7% da produção total do Brasil. Isso dá ao Brasil uma boa colocação na economia criativa mundial, devido a sua abundância de identidade local, diversidade, cultura e outros fatores. É notável perceber que a “Marca Brasil” ganhou destaque no cenário internacional, superando PIBs da Itália no setor, e possui uma posição de destaque como país criativo.

Economia Criativa: alguns dados

PIB do núcleo criativo e participação no PIB, países selecionados - 2011

| País | PIB Criativo (R\$ Bilhões) | Participação no PIB (%) |
|----------------|----------------------------|-------------------------|
| Estados Unidos | 1011 | 3,3 |
| Reino Unido | 286 | 5,8 |
| França | 191 | 3,4 |
| Alemanha | 181 | 2,5 |
| Brasil* | 110 | 2,7 |
| Itália | 102 | 2,3 |
| Espanha | 70 | 2,3 |
| Holanda | 46 | 2,7 |
| Noruega | 32 | 3,2 |
| Bélgica | 27 | 2,6 |
| Suécia | 26 | 2,4 |
| Dinamarca | 21 | 3,1 |
| Austria | 15 | 1,8 |
| Grécia | 6 | 1 |

Fonte: FIRJAN; UNCTAD com base nos dados do PIB (2011) do Banco Mundial

Figura 4: Fonte: UNCTAD (2011)

Segmentos como Artes Cênicas, Expressões Culturais e Música são menos representados em números de empregados formais.

São Paulo e Rio de Janeiro se sobressaem nos empregos criativos, devido à sua concentração urbana e populacional, possuem na média 2,2% de trabalhadores nos setores em cada respectivo estado. Os ramos que se destacam nesses setores são arquitetura, engenharia, publicidade, pesquisa e desenvolvimento. No Sul, os setores que se destacam é o design. No Distrito federal, as áreas de Editorial e Software, computação e Telecom são mais representativos. No nordeste a maior representatividade está relacionada a moda, artes performáticas, artes cênicas, expressões culturais e música (FIRJAN, 2012).

Leitão (2011) aborda que “as regiões norte-nordeste são representadas pela elite brasileira como um objeto de constrangimentos históricos, de maiores mazelas sociais” (LEITÃO, 2011). Assim, “possuem representações negativas sobre os sertões, percebidos como desertos, espaços produtores de desagregação, atraso e inviabilidade para o país, que desmoralizam as tarefas da república e não suscitam interesses do mercado” (LEITÃO, 2011). Porém a região é rica em fontes criativas que podem originar em produtos únicos, nas áreas de design, moda, artesanato e outros setores.

Santos (2015) aborda que a concentração de profissionais no segmento criativo nordestino é localizado nas regiões metropolitanas, tais quais, Salvador, Recife e Fortaleza. Os três estados representaram 70% do total de profissionais em 2011.

De acordo com essas premissas, vamos analisar a participação nordestina no MICSUL 2014 e 2016, de acordo com os dados encontrados e as entrevistas elaboradas. Para assim fazer uma análise dos avanços e dificuldades dessas empresas no cenário integracionista.

3.1 - Participação do Brasil no MICSUL 2014 e 2016

Segundo a UNESCO, o MICSUL é uma medida de âmbito regional e internacional que tem como objetivos: promover rodadas de negócios, seminários, atividades artísticas e shows visando intercambiar o conhecimento criativo e cultural de bens e serviços. Também, facilita a realização de reuniões que ajudam na circulação de produtores, artistas e empresas no setor da EC.

É um evento mercadológico do setor cultural da América do Sul, voltada a pequenos e médios empreendedores. Ele é estruturado em vários espaços para transações comerciais, construção de parcerias e redes, como também forma agendas acadêmicas sobre assuntos relacionados a cultura e a indústria criativa. Esse programa possibilita rodadas de negócios, seções de *pitch*, desfiles de moda, mostras de música e artes cênicas, fóruns de discussão e estandes institucionais.

A primeira edição, em 2014 na Argentina reuniu por volta de 800 empresários sul-americanos de seis setores criativos: música, apresentação musical, audiovisual, artes cênicas, editorial e *design*. O Brasil participou desse evento com 199 empresários e 85 empresas criativas. O resultado desse projeto é impulsionar a circulação internacional de bens e agentes culturais da América do Sul, estimulando a atuação das indústrias criativas para construir redes e novos encontros.

Isso ajuda os setores com maior potencial de internacionalização a construir o que é definido por Krugman de Economias de Escala, por meio das parcerias de negócios frutíferas que ampliam uma gama de experiências.

Com a intenção de expandir o programa MICSUL, países da América Latina podem formar e expandir negócios entre países sul-americanos, aprofundando assim uma política de cooperação sul-sul e intercâmbio cultural nessa região. O MICSUL foi considerado

um espaço importante que cria ligações e trocas de experiências. No ano de 2014, ele foi avaliado de forma positiva no geral entre os participantes, porém 55% dos participantes não possuíam experiência em rodadas de negócios. Assim houve uma crítica à necessidade de treinamento em relação ao marco legal regulador do comércio internacional de bens culturais.

Em 2016, o MinC criou uma cooperação técnica com a APEX Brasil para seleção da delegação brasileira no evento. Segundo o site do Ministério da Cultura, os empreendedores brasileiros que participaram da feira, em Bogotá, voltaram para casa com novos contatos de negócios. Obedecendo às mesmas linhas de atuação que o primeiro evento, o mercado brasileiro foi mais preparado, devido à formação prévia dos empreendedores sobre como atuar em rodadas de negócios, visando à internacionalização. Porém foram delegados por área, 10 de cada setor, artes cênicas, audiovisual, editorial, animação e games, música e design. A parte, houve uma empreendedora de moda que fez um desfile em conjunto com profissional de outros países. Além desses empreendedores, o Brasil também levou apresentações culturais de música, dança e circo. Com a participação do cantor Siba, Nina Wirtti e Luís Barcelos, a São Paulo Companhia de Dança, os espetáculo #Passinho e o Circo Girassol.

Outro setor que se destacou nesse evento foram as empresas de jogos. O Brasil cada vez mais gera produtos inovadores, a BitCake Studio e Dumativa são a empresas que criam jogos autorais e para clientes ao redor do mundo, seja em mobile, PC ou novas plataformas. São especializados em jogos *multiplayer* que exigem um conhecimento técnico específico e são muito procurados atualmente. A Camila responsável pela BitCake afirma em entrevista no MICSUL:

"Nossa ida ao MICSUL tem por objetivo atrair mais empresas de games para o nosso festival e também divulgá-lo entre os países participantes. Vamos demandar inscrição de jogos latino-americanos e possíveis patrocínios de empresas da área. Pretendemos ainda envolver as associações de desenvolvedores de games da cada país presente para o festival" (MinC, 2016).

Ao final do evento em Bogotá, a Ministra da Cultura colombiana destacou que ele superou expectativas, afirmando que houve mais de três mil reuniões de negócios, tendo o Brasil com maior índice de participação, 90%. Dessa forma, o Ministro da Cultura em 2016 Cláudio Vasconcelos destacou que o MICSUL se consolidou como um evento importante para o desenvolvimento econômico das indústrias criativas sul-americanas. Em suma, para o cenário brasileiro, a participação gerou novos contatos e possibilidades de negócios para muitos empreendedores, tendo a APEX Brasil como empresa essencial

para o desenvolvimento do sucesso. No evento foram fechados cerca de R\$ 1,41 milhões em negócios para o mercado brasileiro, e uma previsão de concretizações em torno de R\$ 6,3 milhões.

Para um melhor entendimento, entrevistamos quatro empresas criativas, sendo duas nordestinas dos ramos de design e artes cênicas e duas da região sudeste no ramo de jogos e aplicativos.

As duas empresas nordestinas, Sergio Matos Design representada pelo próprio empresário e Ponte Produtora Associadas LTDA pela Thaís Vidal, são empresas de pequeno porte. A primeira produz móveis de decoração, inspiradas na cultura brasileira e no artesanato. A segunda produz filmes, que entendem o produto como obras que podem ser exploradas comercialmente ou não. Essa empresa busca inspirações em temas variados na cultura brasileira que mais motivam e tocam o espectador.

A empresa do Sérgio Matos obteve conhecimento sobre o MICSUL por meio da internet, no site da APEX Brasil, e participou no ano de 2016. Antes, ele já havia fechado parcerias dos seus produtos com a Alemanha e os Estados Unidos. A Ponte produções obteve conhecimento sobre a feira por meio de outros eventos, relacionados ao setor de música. Ela negociou em outros eventos com a Colômbia, Argentina, Hungria, Alemanha e Espanha.

O interesse do empresário de Design foi a busca por novos contatos e parcerias de negócios, afirmou que não houve um processo burocrático difícil. Da mesma forma, a Ponte Produções buscou construir relações com outros mercados, principalmente o latino americano, que é próximo, mas em sua concepção possui um acesso difícil.

. Ambos afirmam que houve formação adequada antes do evento e isso agregou conhecimento para fechar negócios futuros, que proporcionou facilidade nas negociações durante o curso do MICSUL e contato com outras empresas brasileiras. A empresa Sérgio Matos fechou negócios com a Universidade da Colômbia, por meio de uma parceria para prestação de serviços de instrução e até o momento atual mantém contrato. Para a empresa a participação na feira trouxe visibilidade de sua marca no mercado internacional e contatos para parcerias de negócios futuros. A Ponte Produções elucida que as negociações durante o evento tiveram a estratégia de criar *networking*, não fechou nenhuma coprodução, mas as redes de contatos possibilitarão parcerias no futuro, ela obteve contato com empresas da Argentina, Venezuela, Colômbia, Paraguai e Peru. E concretizou parcerias com a Colômbia para um filme em Festival. Ainda ela elucida que a participação na feira não trouxe benefícios diretos como efetivação de vendas e

cooperação internacional, mas muitos benefícios indiretos, como a experiência na participação, construção de laços com outras empresas e a visibilidade de seu trabalho.

Após o evento, segundo Sérgio Matos houveram demais contatos, mas não houve mais concretizações de negócios. Apesar da feira trazer uma ampliação no seu quadro de clientes, não houve aumento significativo nos rendimentos de sua empresa após o evento. Suas impressões gerais do evento definem que é algo de natureza muito significativa, mas o custo de investimento é muito alto. Ainda, elenca que participaria do evento novamente, apesar dos custos, e que a iniciativa regional é uma boa opção para agregar valor em sua empresa. A Ponte Produções transparece a mesma impressão, ela afirma que houve contatos após o evento, mas nada concretizado ainda, a empresa mostra que em primeiras participações raramente se fecham negócios, pois estes vem de relações, e esses eventos possuem variáveis catalisadoras para esse mercado de trocas. Essa empresa não possui finalidade de mercado voltada à compra e venda de produtos, e não captou clientes por esse motivo, ela afirma que o MICSUL foi uma rede importante para o relacionamento para países latino americanos, mas poderia construir ferramentas para adequar mais os propósitos dos diferentes mercados dentro do setores, pois o cinema independente poderia ter mais espaço para entender e negociar os fundos de coprodução com os outros países, e não na intensão de vender ou comprar mercadoria, pois projetos relacionados a filmes não possuem esse foco. Ainda assim, a Thaís afirma que a participação nesse eventos se torna importante, pois a visibilidade internacional sempre agrega valor ao produto.

As Empresas da região sudeste Dumativa Creative Studio e Bitcake Studio são empresas também de pequeno porte na área de Jogos, situadas no Rio de Janeiro. A BitCake trabalha com jogos eletrônicos e serviços relacionados, já a Dumativa além desses jogos, traz ao seu produto uma interação maior com narrativa e música. A Dumativa recebeu um correio eletrônico com informações sobre o evento da APEX, e a BitCake soube por meio de divulgações em fóruns e grupos da área de desenvolvedores de jogos eletrônicos.

Ambos participaram das edições de 2016 em Bogotá. Antes de suas participações no MICSUL, a BitCake já havia feito negócios com Europa, Estados Unidos e China. A Dumativa não. Suas perspectivas para o envolvimento no programa foram a busca por parcerias na América Latina, e entendem que em seu ramo internacionalizar é um passo muito importante. Na visão da Dumativa “qualquer evento que envolva a ida para outros países viabiliza ou diminui barreiras do comércio.” A BitCake elenca que o processo burocrático foi muito fácil, porém o edital pedia documentos comprobatórios de

participações e premiações em eventos, o que em sua visão foi trabalhoso de juntar. Já a Dumativa acredita que muitas empresas ainda não sabem sobre o evento, que a comunicação é um problema, mas a parte burocrática foi pequena, e não houve problemas, pois as dúvidas foram sanadas instantaneamente, e houve suporte desde a seleção até depois do evento.

As empresas admitem que a formação oferecida pela APEX em São Paulo foi útil para a perspectiva de que seus negócios faziam parte de algo maior e que era preciso seguir uma prática, eles afirmam que foram avaliados em vários quesitos e obtiveram vários *feedbacks*, que facilitou as negociações. Essa formação agregou para entender melhor a dinâmica do evento e o que poderia se esperar. Apenas os selecionados para a viagem realizaram a formação. Todos os participantes afirmaram que o evento foi organizado e não houve dificuldade de negociação durante seu acontecimento, devido à preparação prévia obtida. A BitCake afirma que mantém contato com grandes players e potenciais negociadores até o presente momento. Houve bastante contatos entre países da região, dentre eles se destacam a Colômbia, Chile e Argentina. Segundo ambas as empresas, a participação no evento trouxe benefícios de conhecimento do mercado de jogos em outros países do Mercosul, ou seja, a entrada de *marketplaces* locais, trocas de práticas e até acesso à mão-de-obra para a localização. De forma contrária, ambas empresas alegam que houveram contatos após o evento sobre possíveis projetos e coproduções, mas não se concretizou nenhuma importação de produtos. A feira não ampliou a capacidade de cliente, mas de possíveis fornecedores e de negócios, contatos e networking. Para a BitCake, não houve aumentos significativos nos rendimentos da empresa, e não firmaram negócios com clientes oriundos do evento. Para a Dumativa ele ainda espera o lançamento do produto que ocorrerá em 2019, e obteve negócios e parcerias por meio do evento no que concerne à mão-de-obra e capital intelectual. Ambas as empresas se posicionam de forma positiva às impressões gerais, e afirmam possibilidade de participação de sua empresa nas próximas edições.

Podemos compreender em certo grau os benefícios e bons retornos que a feira proporcionou nos anos de 2014 e 2016, as entrevistas serviram para mostrar que o ponto de vista dos participantes são compatíveis com as notícias divulgados no site do MinC. A visão geral dessas entrevistas percebeu que o acesso para conseguir contatos negociais com empresas da América Latina é difícil, mas o evento consegue diminuir essas barreiras. A feira gerou potencialidade de negócios e canalização de *networking* para

aproximação e construção de relações que possibilitarão futuros negócios, devido as suas fontes de conhecimento diversificada.

Porém, o foco central da nossa análise é sobre a participação nordestina nesses eventos. Assim, esta análise busca entender o grau de inserção das indústrias criativas nordestinas nas feiras do MICSUL nestes anos. Isso foi construído a partir de editais de seleção dos participantes fornecidos pelo Ministério da Cultura. A princípio no primeiro documento relativo ao ano de 2014 foi divulgada a área de atuação, projeto e estado dos selecionados e não selecionados. No segundo, em 2016 foram divulgados os nomes dos proponentes e a sua área de selecionados e não selecionados. A partir desses documentos foram feitos levantamentos para saber a localidade de tais empresas e poder constatar esse grau de inserção.

Assim, em ambas edições, percebemos uma baixa atuação nordestina no evento. Em 2014 o nordeste obteve do 10% da representação brasileira total. Em 2016 essa participação sobe para 13%, mas houve uma redução de empreendedores de 85 participantes para 60.

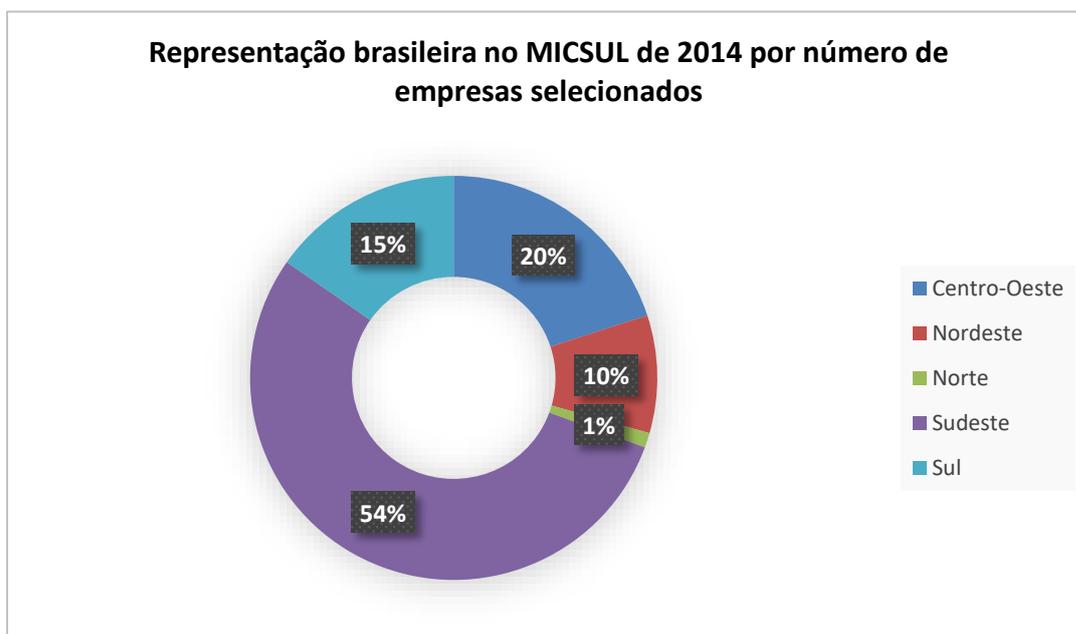


Figura 5: Fonte: Ministério da Cultura (2014). Elaboração própria.

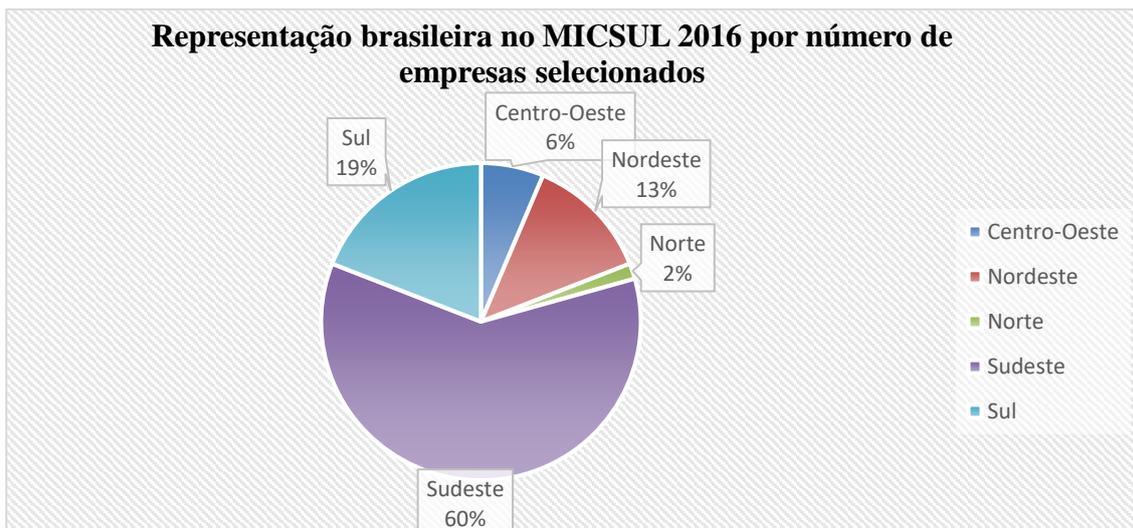


Figura 6: Fonte: Ministério da Cultura (2016). Elaboração própria.

Observa-se uma re-centralização do quadro geral, comparando ambos os anos. Há uma queda de participação significativa na região centro-oeste de 14%, aumento de participação de 6% na região Sudeste e 3% no Nordeste, isso mostra que grande parte das Empresas que participaram do evento em 2014, não compareceram em 2016.

Em 2014, das 85 empresas participantes apenas oito eram localizadas no nordeste, pelos segmentos de moda, apresentação musical, artesanato, audiovisual, moda e teatro. Pernambuco levou uma apresentação musical, Alagoas uma empresa de artesanato, Maranhão uma empresa de audiovisual, Ceará uma empresa de moda e um grupo de teatro, e a Bahia foi mais representativa com uma apresentação de moda e duas empresas no ramo da moda e do audiovisual. Comparadas as demais regiões, percebe-se a baixa representatividade das indústrias nordestinas. As empresas na região sudeste são as mais estabelecidas, principalmente no audiovisual.

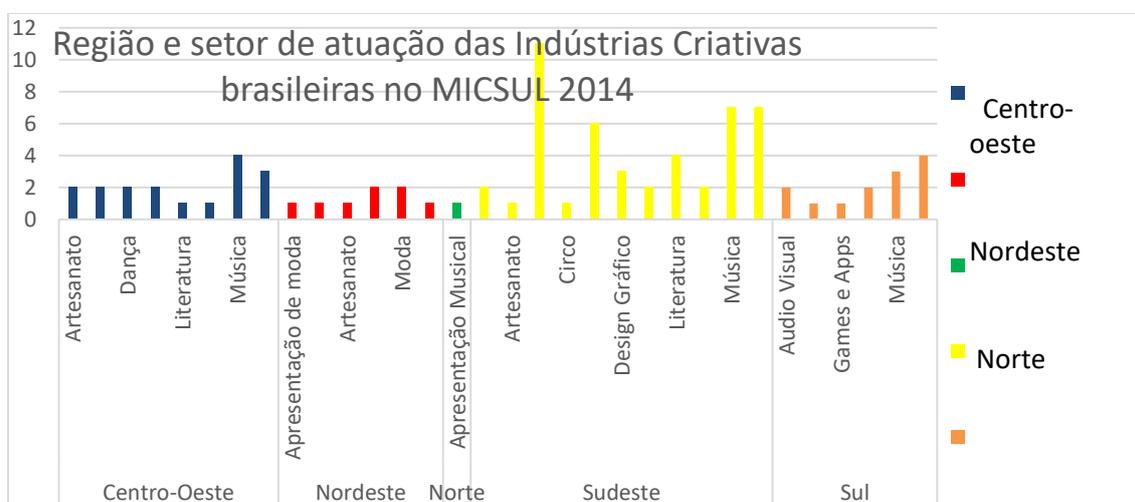


Figura 7: Fonte: Ministério da Cultura (2014) Elaboração própria.

Em 2016, a representatividade continua semelhante, o aumento da porcentagem é devido ao número reduzido de empresas. A representatividade Nordeste ficou no mesmo patamar, tendo oito empresas participantes, porém a distribuição estatal se reformulou. Agora teremos representatividade nos Estados de Pernambuco, Paraíba, Bahia e Rio Grande do Norte. Pernambuco levou as áreas de Arte Cênicas e música. A Paraíba o design. Bahia, moda e editorial. E por fim, o Rio Grande do Norte nas artes cênicas. Percebe-se a mesma linha de pensamento, a região sudeste com praticamente uma monopolização nos setores de audiovisual, editorial, jogos e aplicativos. Por segmento temos:



Figura 8: Ministério da Cultura (2016). Elaboração própria.

Distribuindo os setores apresentados no quadro relativo o que explica a UNCTAD, percebemos que na região Nordeste, nos anos de 2014 e 2016, a representação foi cotada nas áreas de artes, mídias e criações funcionais (*design*). Mas a representação dessas áreas variou entre os Estados. Pernambuco e Bahia levaram empresas nos dois eventos, a primeira com atividades relacionadas as artes e a segunda com mídias e criações funcionais. Alagoas, Maranhão e Ceará também na área de artes, mas apenas em 2014. Ceará também levou empresa na área de criação funcional. A reconfiguração da participação muda justamente com relação aos três últimos estados, cuja a participação fica excluída no evento, e entram os Estados da Paraíba, no setor de criações funcionais, e rio Grande do Norte na área de artes.

3.2 - Avanços e dificuldades Nordestinas

Souza et all (2015) afirma que setores econômicos criativos passaram a representar uma importante alternativa de inserção produtiva, dado o potencial que dispõem para a

geração de emprego e renda monetária. Isso porque o sistema produtivo necessita mais do conhecimento criativo em sua configuração, uma vez que a busca por “um novo excedente econômico, por um grupo ou sociedade, se transforma em um desafio à inventividade e qualificação humana” (SOUZA ET ALL, 2015). A criatividade tem alcançado notoriedade na agenda de diversos países e dos principais organismos multilaterais voltados ao desenvolvimento econômico. A EC pode ser um eixo relevante de integração nesse aspecto, porque promove a diversificação produtiva e a dinamização dos espaços urbanos. Os recursos simbólicos e intangíveis redefinem a estrutura socioeconômica do mercado de trabalho, por meio da inserção produtiva tanto em setores em que prevaleça a expertise do conhecimento popular e cultural, como em atividades que exigem um elevado nível educacional. Ou seja, a promoção de uma educação de base contundente, ligada à interculturalidade pode trazer benefícios a essas regiões que não possuem capacidade de desenvolvimento industrial.

No Brasil, as atividades econômicas baseadas na criatividade representam 2,84% do PIB, e movimentam cerca de R\$ 105 bilhões em bens e serviços, esses números ultrapassam à indústria extrativa de mineral, e a produção/distribuição de energia elétrica (SOUZA ET ALL, 2015). A EC brasileira possui um desempenho que supera a Espanha, Itália e Holanda. Mas aí nos surge um questionamento: Até que ponto a localização contribui para a expansão econômica de criatividade? Quais os avanços e dificuldades das indústrias criativas nordestinas e sua inserção no mercado internacional?

Os modelos criativos aplicados na economia internacional, nas regiões e suas escalas, possuem distinções relacionadas as suas vantagens comparativas. A EC possui variedade de modelos analíticos que buscam entender as características estruturais das indústrias criativas considerando suas regiões específicas. Cada modelo possui uma razão particular dependendo da finalidade e do modo de operação dessas indústrias, elas podem ser centrais e periféricas e usam insumos de trabalho, capital, bens e serviços para produzir novos produtos e tarefas de natureza criativa e cultural. Seus modelos analíticos possuem uma delimitação complexa, com diferentes proposições e conceituações. Também são distintas em suas atividades produtivas.

Modelos analíticos buscam proporcionar uma sistemática de entendimento sobre essas características estruturais de acordo com as regiões específicas. Cada modelo tem uma razão particular que dependem da finalidade e do modo de operação dessas indústrias. Ambos os modelos convergem entre o argumento de que as atividades

produtivas da EC usam insumos de trabalho, capital, bens e serviços para produzir novos bens e serviços de natureza criativa e cultural, agregados aos capital intelectual.

Na concepção dos modelos da EC brasileira, em primeiro momento concentrou suas discussões no desempenho dos setores criativos das economias desenvolvidas, propondo estimativas para o conjunto de atividades econômicas da criatividade local. Discutiu -se o papel da cultura brasileira e sua heterogeneidade para configurar uma indústria cultural brasileira, tais quais manifestações culturais, indústria carnavalesca, o cinema da retomada e a internacionalização da MPB são mencionados como potenciais para formular um projeto de desenvolvimento econômico baseado na EC. Além disso, ainda possuímos a indústria de software, pesquisa e desenvolvimento, biotecnologia, moda e arquitetura. Isso evidenciou a necessidade de políticas públicas capazes de fornecer impulso à configuração desses mercados específicos, para fomentar a geração de riqueza e emprego, por meio do consumo cultural. Pois não adianta haver oferta sem uma demanda.

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. Foi testado no Rio de Janeiro e resultou em um trabalho inédito. Diversos organismos passam a defender a necessidade de uma padronização na classificação da EC brasileira, por meio de uma sistematização de informações estatísticas capaz de proporcionar diagnósticos para o setor. Pois há inexistência de uma conta satélite específica para atividades culturais dentro do cálculo de demanda agregada nacional, além de insuficiência de variáveis e estudos que enquadrem esses segmentos de mercado por parte do IBGE. Dessa forma, a SEC entra com esforços para minimizar essa escassez de informação por meio de uma plano de políticas para subsidiar a coleta dessas informações estatísticas em parceria com diversos organismos oficiais e multilaterais, mas houve dificuldade de mensuração das expressões e tradições brasileiras devido ao aspecto subjetivo e intangível, também pela informalidade e associações com outras atividades econômicas, além do mais, com a dissolução da SEC, o plano de Economia Criativa Brasileira entrou em desuso. Seguindo diretrizes analíticas da SEC, o IBGE delineia um parâmetro de classificação, e com esses dados a Firjan publicou o mapeamento das IC no Brasil. Isso nos remete a pensar na relevância de uma Secretaria de Economia Criativa brasileira para estudos mais aprofundados na área dentro do cenário internacional.

O nordeste é a região que possui o maior número de Estados no Brasil, possui uma diversidade cultural muito significativa, mas fica à margem quando relacionamos isso ao mercado econômico, visto que somos uma área com pouca participação industrial (13% do PIB) e considerada a região mais pobre devido as grandes regiões de secas que impossibilitam o desenvolvimento do agronegócio em larga escala, principal atividade exportadora do Brasil (BRASIL, 2018). Mas em contra partida, o nordeste possui uma diversidade cultural muito ampla e latente, que gera inovação e criatividade que pode ser aproveitada. O desenvolvimento de uma economia criativa no Nordeste poderia proporcionar uma alternativa de desenvolvimento industrial nessa área, visto que possuímos vantagem comparativa, *softpower* e condições de gerar economias de escala nesses setores. Isso só pode ser aplicado se houver políticas públicas capazes de incentivar esse mercado local, promover incubadoras e start ups com recurso interno e criar mecanismos para salvaguardar nossa propriedade intelectual.

Ao analisar os dados, percebemos que as cidades que possuem maior participação das atividades criativas brasileiras são aquelas que já possuem uma capacidade industrial que foi consolidada, e o nosso mercado industrial brasileiro fica concentrado basicamente nas regiões, sul, sudeste e centro-oeste. O Norte-Nordeste é esquecido e deixado de lado, e pouco há com relação à expansão de bens e serviços. Fica evidente a disparidade de empresas participantes no MICSUL originárias da região sudeste e sul, devido à sua localização geográfica e seus grandes pólos econômicos concentrados nas áreas respectivas mais a sul. Também, os setores que mais geram lucro ficam concentradas nessas regiões, como a moda, o design e a arquitetura.

No cenário atual, o Brasil necessita de diversificação de mercado, a exportação de *commodities* perpassam por barreiras aduaneiras em outras regiões internacionais, tais quais a União Européia e America do Norte. A economia criativa surge como alternativa para auxiliar no acúmulo de capital brasileiro e mercosulino, principalmente para essas regiões que não possuem vantagem comparativa de capital e tecnologia industrial que auxiliam no desenvolvimento de economias. Por outro lado, o capital intelectual é algo que o nordeste possui de sobra, com uma cultura diversificada, baseada em heranças quilombolas, idígenas e européias, além de insumos intangíveis próprios, tais quais o cordel, frevo, forró, artesanado, design, dentre outros. Por isso, é importante perceber que um desenvolvimento de economias de escala nessa localidade auxiliaria em muitos ganhos relativos tanto para o Brasil quanto para a América Latina.

Na cadeia produtiva nordestina, verifica-se a possibilidade de criação de *clusters* criativos que viabilizariam o desenvolvimento econômico dessas regiões. Segundo Santos (2013), o nordeste vem apresentando um crescimento contínuo e elevado nos últimos anos, acima da média nacional. A região foi responsável por 13% do PIB nacional, tendo destaques nos estados da Bahia, Pernambuco e Ceará. Esses locais representam 64% da produção regional nordestina. Apesar de possuírem um grande potencial para atividades de EC, boa parte das atividades culturais praticadas na região são informais, principalmente aquelas que se concentram em manifestações culturais.

Com relação à cadeia produtiva, a Bahia predomina, a região possui muitos estudos no setor cultural e concentra grande parte dos pesquisadores de cultura da região nordeste. Pernambuco e Ceará também se destacam. As demais regiões possuem pouca expressividade quando relacionamos a cadeia produtiva entre todos os estados da região.

A análise de Santos (2013) objetiva apontar os municípios nordestinos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de *clusters criativos* a partir do estudo de empregos formais na área. Os empregos informais não aparecem, pois não há como mensurar essas atividades, deixando a pesquisa um pouco incompleta. Mas infelizmente, no Brasil, ainda não há indicadores e metodologia para mensuração e elaboração estatística dessas atividades informais, que poderia nos auxiliar em um mapeamento mais completo. Analisando o estudo do autor percebemos que dos 1794 municípios nordestinos, 207 apresentam indicações de possíveis concentrações de atividades criativas.

No estado de Alagoas, a concentração maior dessas atividades fica nos municípios de Marechal Deodoro e Messias, no setor de criações funcionais relacionadas a arquitetura e engenharia.

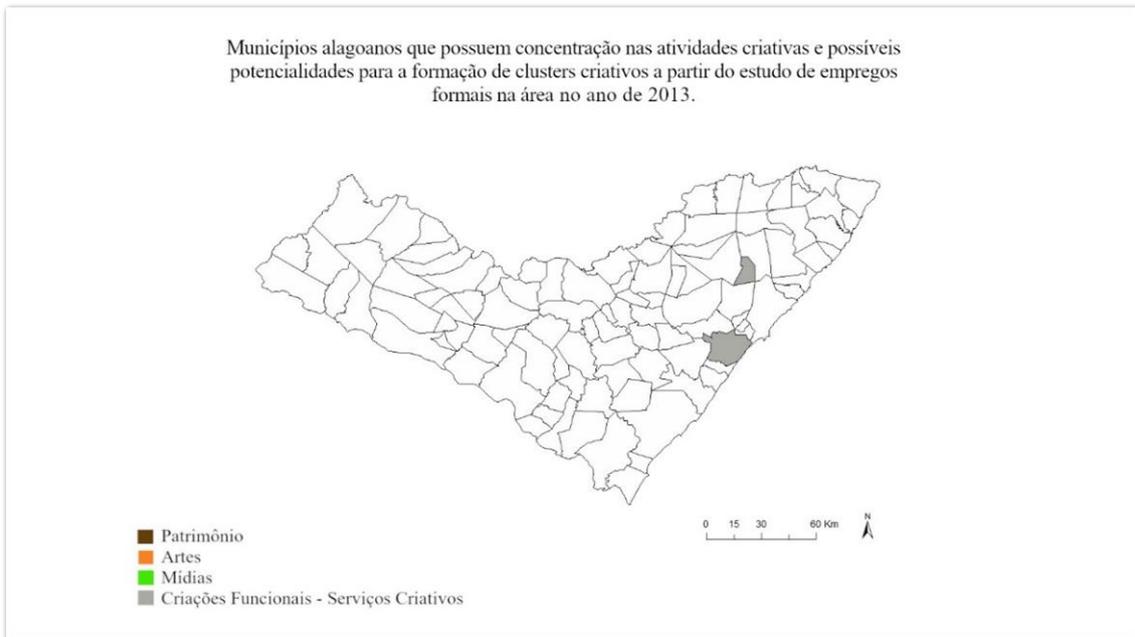


Figura 9: Municípios alagoanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

Na Bahia, o municípios representativos são Barra, Barreiras e Guanambi na área de patrimonio cultural e artes performáticas. Camaçari, Conceição do Coité e Tanhaçu com artes visuais. Catu, Lauro de Freitas, Muritiba, Piritiba e São Sebastião do Passe com atividades relacionadas aos serviços criativos. Salvador e Santa Maria da Vitória com novas mídias e design.

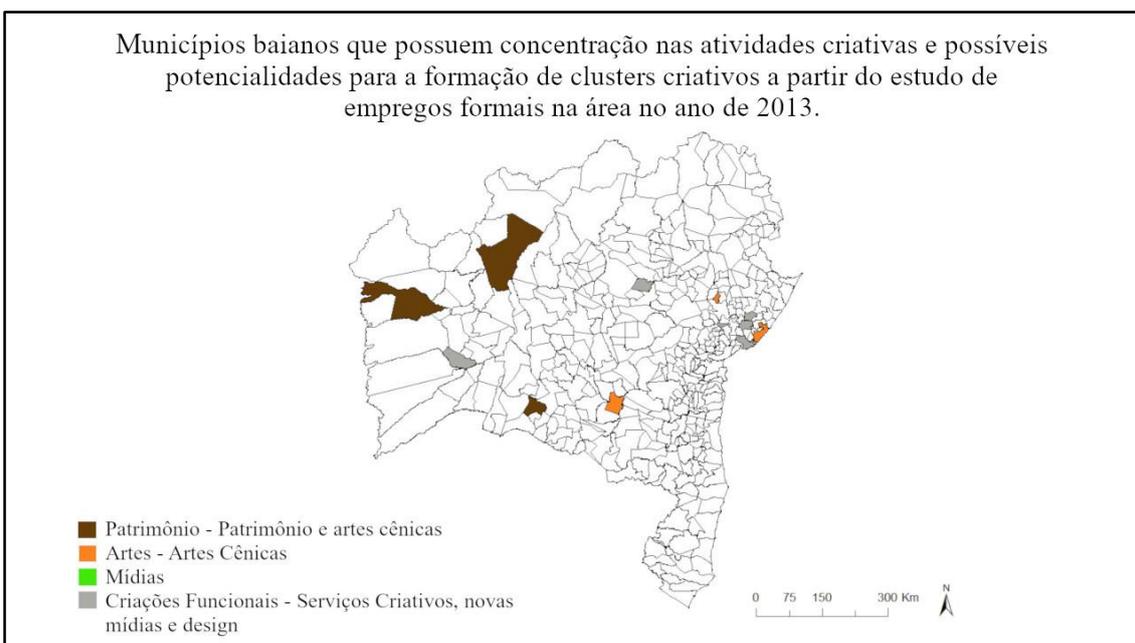


Figura 10 Municípios baianos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

No Ceará, teremos Aquirraz, Aurora e Baixio com atividades ligadas ao patrimônio cultural e as artes performáticas. Eusébio e Missão velha com serviços criativos. Fortaleza e Redenção com participação nas áreas de design e novas mídias.

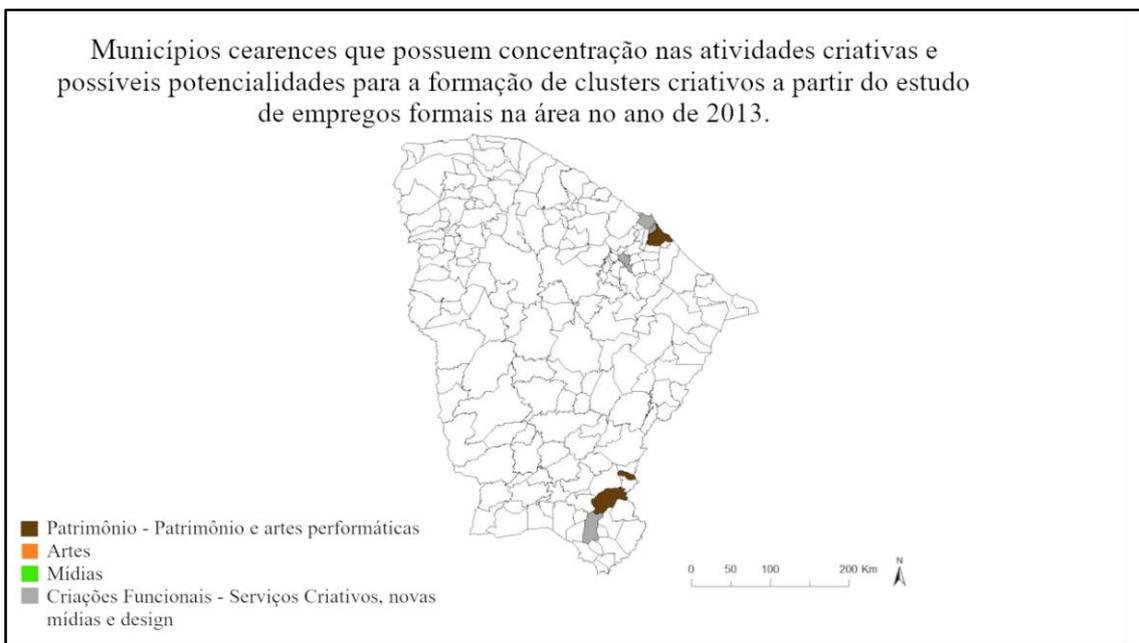


Figura 11: Municípios cearenses que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

No estado do Maranhão teremos Alcantra e São Luiz com atividades relacionadas a artes visuais, Arari com patrimônio e Timon com novas mídias.



Figura 12: Municípios maranhenses que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

A Paraíba aparece com atividades relacionadas na área audiovisual concentradas na região de João Pessoa, Campina Grande, Cajazeiras e Serra Branca. Monteiro, Uirauna e Sossego apresentam características ligadas ao patrimônio e artes dramáticas.

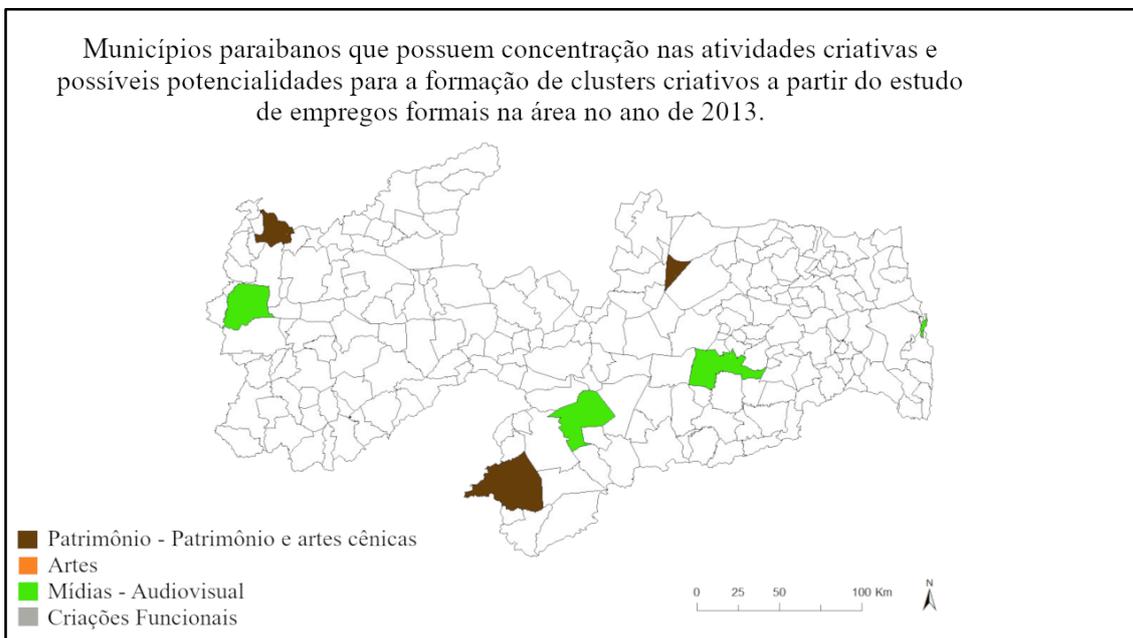


Figura 13: Municípios paraibanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

No estado de Pernambuco, temos Condado, São João e São Lourenço da Mata, na área de serviços criativos, Itapojuca e Salgueiro detem artes visuais; Orobó, patrimonio e arte, Recife criações funcionais.

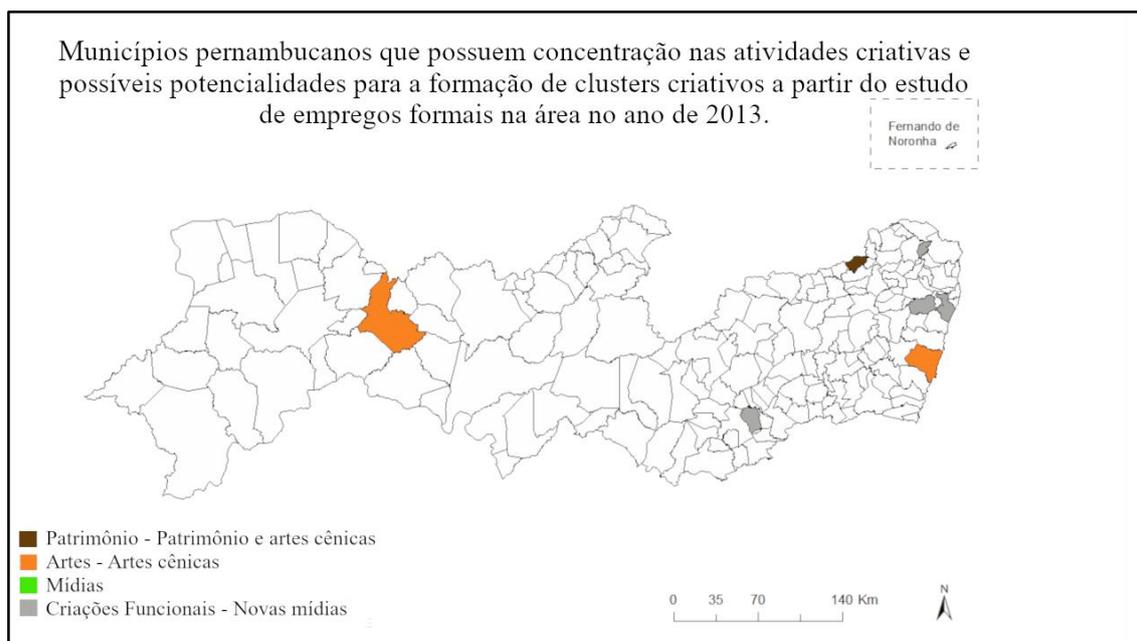


Figura 14: Municípios pernambucanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

No Piauí temos Guadalupe e Paulistana, na área de Artes visuais; São Raimundo Nonato, Patrimônio

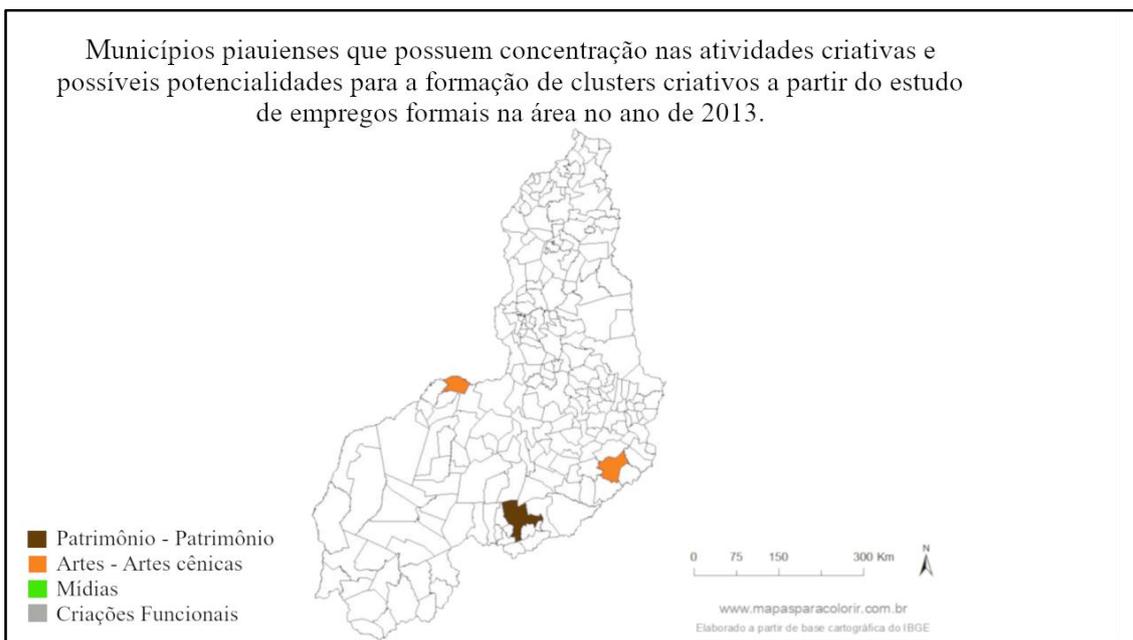


Figura 15: Municípios piauienses que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

No Rio Grande do norte temos Alto do Rodrigues, Mossoró, Natal e Upanema na área de Artes visuais; Caraúbas e Lagoa Salgada com artes dramáticas e Guamaré possuindo Serviços Criativos.

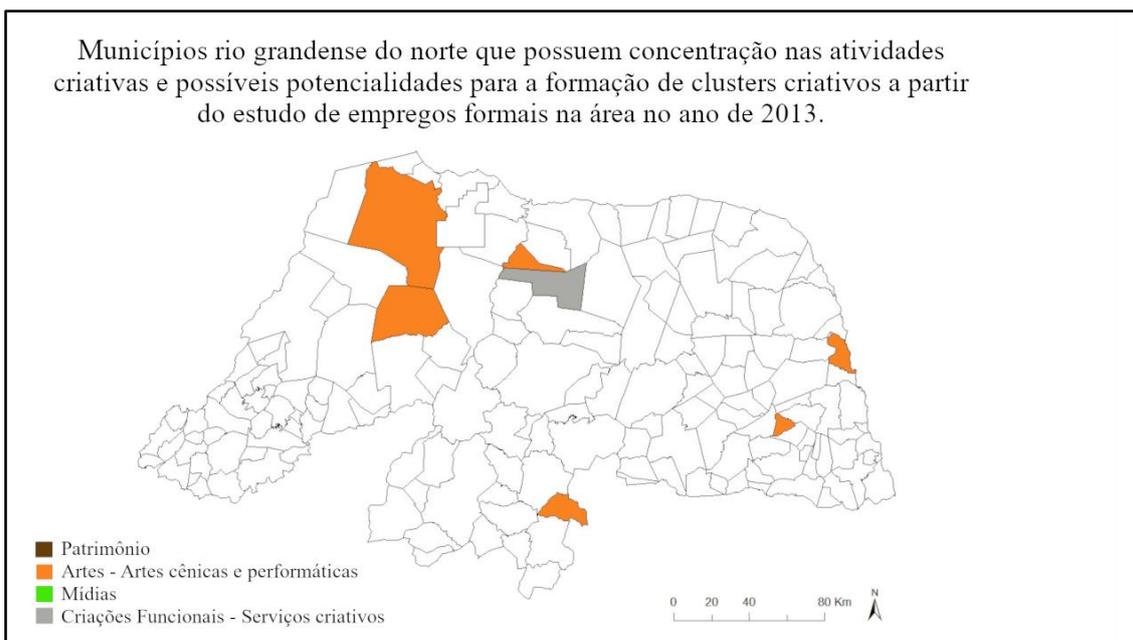


Figura 16: Municípios rio grandense do norte que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

Em Sergipe temos a distribuição espacial de Aracaju na área de novas mídias; Barra dos coqueiros Edição, mídia e Imprensa e Macambira – audiovisual.

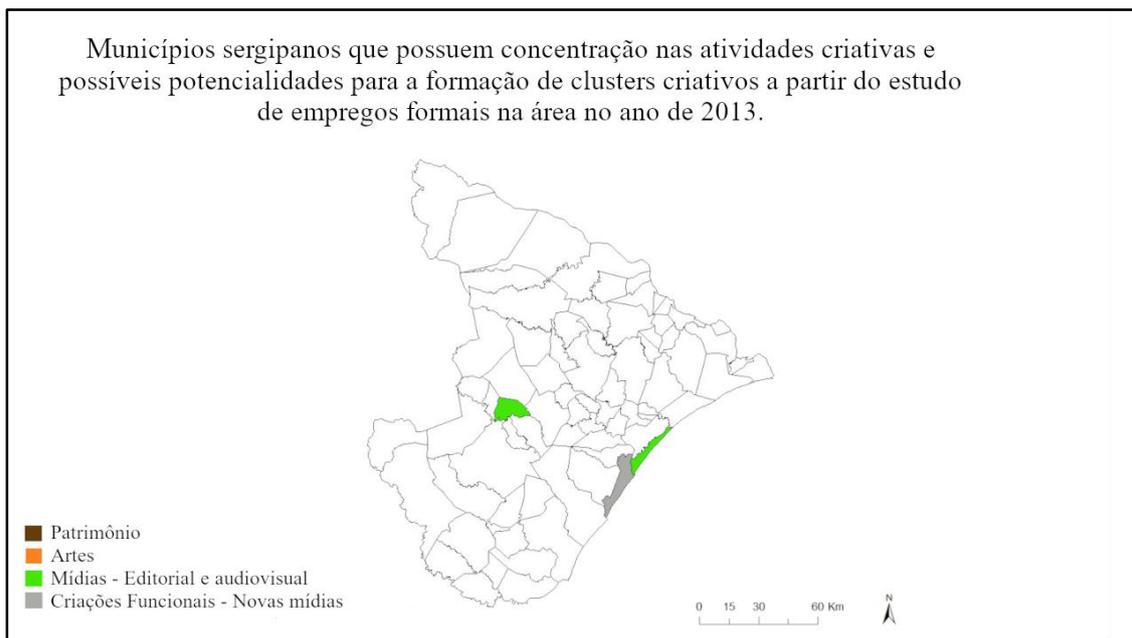


Figura 17: Municípios sergipanos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

Dessa forma, o pode-se perceber que desses Municípios Nordestinos, 54 deles vão apresentar atividades de núcleo criativo da região, isso corresponde a 3,1% do nordeste. Segue o quadro:

Municípios nordestinos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de clusters criativos a partir do estudo de empregos formais na área no ano de 2013

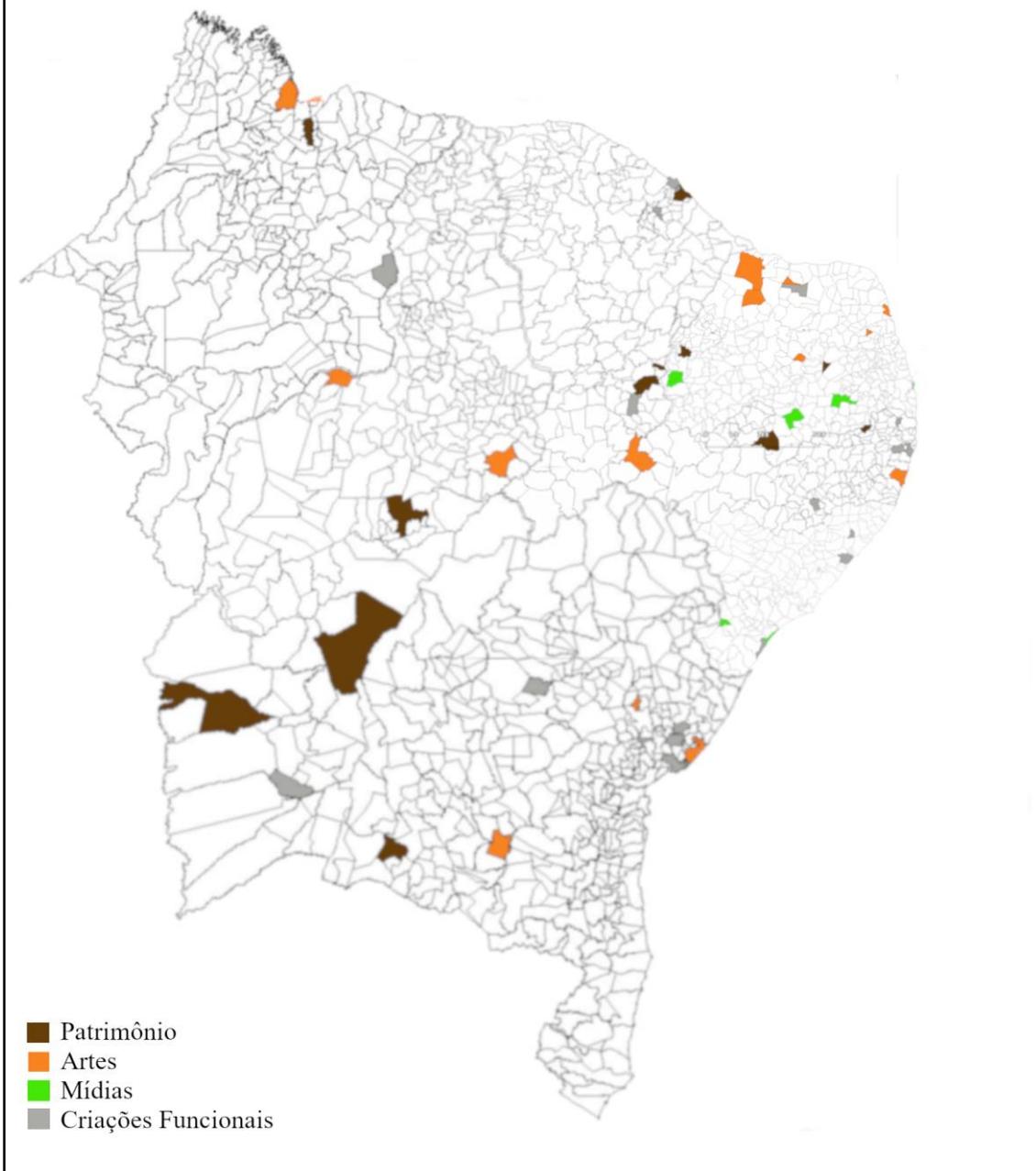


Figura 18: Municípios nordestinos que possuem concentração nas atividades criativas e possíveis potencialidades para a formação de cluster criativo a partir do estudo de empregos formais na área. Fonte: SANTOS (2013). Elaboração própria.

Os municípios que mais possuem potencial são Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte. Foram encontradas 15 atividades que podem ser aproveitadas apenas no setor formal. Nota-se que o nordeste possui uma diversificação de atividades inseridas nos quatro grandes grupos de patrimônio, artes, mídias e criações funcionais.

Segundo esse estudo do cenário criativo nordestino, podemos observar que a área possui uma estrutura produtiva crescente, mas regionalmente desigual. Poucos estados apresentam especialização nos macro setores criativos. Observa-se também que o desenvolvimento da EC criativa na região nordeste é influenciado pela configuração produtiva da economia de cada região. Isso ocorre porque as regiões com capacidade potencial para formação de cluster se complementam as atividades já desenvolvidas dentro dos territórios. As atividades econômicas culturais não possuem um alto grau de relevância por que não conseguimos quantificar essa indústria.

A visualização dessas capacidades nordestinas nos fazem perceber o pontencial enorme dessas áreas e os problemas que ela possui, mas quando nos deparamos com a participação do nordeste no MICSUL, percebemos que a area ainda é pouco explorada. As entrevistas mostram que apenas empresas que possuem acesso à internet de forma ativa foram as que possuíram a informação sobre o lançamento dos editais, porque houve procura. Assim, encontramos o primeiro problema, que é o da distribuição de informação. O Relatório de Dividendos Digitais do Banco Mundial (2016) afirma que em países em desenvolvimento como o Brasil, a maior parte do acesso a internet é feita por meio de celulares smartphone, o que muitas vezes inibe a procura por internet. Seria mais justo na nossa opinião, esse tipo de informação ser passada tanto pela internet quanto pela disseminação dessa iniciativa nas secretarias municipais e regionais, para promover maior procura e interesse de inscrição do evento.

Também é perceptível o nível de produtos que vão ao eventos, podem ser considerados como produção de um alto grau de especialização, mesmo sendo produzido por empresas de pequeno porte. Assim, para o Nordeste cabe o incentivo monetário e inovador por meio da criação de incubadoras de idéias que podem auxiliar na criação de produtos desse padrão e auxílio nos custos para esse tipo de viagens, visto que isso possibilitaria ao nordeste muitos benefícios, realidade que o nordeste não possui devido a nossa política que muitas vezes desconhece o fato e esse ramo econômico.

No que concerne aos avanços é possível perceber que a feira introduz o conhecimento dos nossos mercados, criação de network, negociação e exportação. Isso ajudaria a desenvolver não apenas as indústrias por meio do empreendedorismo, mas também trazer emprego para as áreas que se relacionam com a internacionalização do nordeste, tais como as Relações Internacionais, Linguas Estrangeiras aplicada as Negociações Internacionais e Comércio Exterior. Pois as entrevistas confirmam a possibilidade de que

empresas de pequeno porte são capazes de produzir para o mercado internacional e viabilizar o crescimento endógeno dessas iniciativas por meio das escalas.

Porém os problemas relacionados não estão apenas no Brasil, mas também no âmbito do Mercosul. Jal (2015) fala sobre a expansão das indústrias criativas na América Latina, assim como a importância de encontrar um nexo e um idioma comum eficiente entre a administração dessas indústrias, para gerar uma retroalimentação que enriqueça ambas as partes. Se faz necessário empoderá-las e considerá-las como mecanismos para o desenvolvimento socioeconômico e cultural para aumento de produção e a criação de novas fontes de emprego e renda.

Para o autor, o empreendedor criativo é pessoa que desenha e produz seus próprios produtos, diminuindo a distância entre empreendedor e inventor, ele controla a cadeia de valor, a produção e a comercialização de seus bens. Dessa forma, ser pequeno e ao mesmo tempo mundial, artesanal e inovador. O rol de tecnologia dos empreendimentos criativos facilitou a cadeia de valor por que o desenho, produção e distribuição podem ser geridos dentro de casa. Além de possuírem outras formas de financiamento como o *crowdfunding*¹ que faz empreendedores não dependerem do financiamento tradicional, os bancários e estatais.

A produção de bens podem ser vendidas a esses mesmos investidores criando um vínculo direto com o consumidor final. Assim, empreendimentos da EC estão imersos em locais que existem outros colaboradores diretos e indiretos. Por onde as ideias se expandem uma vez compartilhadas (JAL, 2015).

O valor cultural tem merecido pouca atenção no Mercosul, ou seja, não tem sido objeto de discussões de propostas de governos do bloco, nem de seus representantes. A cultura é papel decisivo para o avanço e aprofundamento no processo de integração regional por que aproxima de povos e estabelece relações de confiança e de cooperação entre os países. Poucos programas foram implementados no Mercosul por causa do desconhecimento recíproco da cultura entre os países.

Assim, as negociações do bloco se estabelecem na maior parte das vezes no campo comercial, pois o mercado criativo gera impasses e mal entendidos entre os integrantes. Os motivos são as posições etnocêntricas e pré-conceitos dos representantes, que levam a pouca informação das raízes culturais, a história e a realidade contemporânea desses países.

¹ Plataformas online para captação de recursos de projetos inovadores.

Apesar de possuírem culturas em comum como à língua, influências indígenas e o catolicismo, pouco se conhece das características de suas sociedades, fortalezas e debilidades. Isso trouxe importunidades de consumo cultural e propriedade intelectual de um país vizinho. Esse desconhecimento e desinteresse em criar oportunidades para ampliar e aprofundar esses conhecimentos que uns possuem sobre os outros sobre as suas indústrias criativas, faz com que haja falta de cooperação e aproximação mercadológica no setor. Os produtos e serviços culturais, apesar de sua crescente importância na região, enfrentam obstáculos para serem comercializados no interior do bloco, por causa da falta de legislação específica que viabilize a circulação de bens e serviços culturais. Barreiras tarifárias e não tarifárias, também dificultam esse comércio e a mobilidade de seus profissionais.

O desconhecimento recíproco e o desenvolvimento balcanizado das indústrias criativas, explicam diferentes peculiaridades dessas indústrias em cada país e as poucas relações de cooperação existente entre elas. O século XXI trouxe a consciência das transformações que estavam ocorrendo no campo cultural e seu peso na economia nacional. Mas essa constatação não resultou em estabelecimento de políticas públicas de incentivo à expansão das Indústrias Criativas, nem se tomaram iniciativas no Mercosul para que a criatividade e a inovação fossem colocadas a serviço da integração regional da região.

Após 20 anos de atraso, as Indústrias Criativas passam a receber atenção de economistas, empresários e governos. A Colômbia desenvolveu um mapeamento detalhado das Indústrias Criativas. Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai possuem graus de desenvolvimento variado em relação à presença dessas empresas e em seu desenvolvimento (SOARES, 2013).

Percebe-se que as atuações do Governo Lula e Dilma nesse processo foram essenciais no processo de avanços de políticas para impulsionar o desenvolvimento socioeconômico regional. Podemos avaliar esses avanços devido às grandes realizações de eventos voltados a promoção cultural brasileira, no Brasil e no Mundo.

O grande problema que concerne a essas atividades é referente à centralização dessas políticas voltadas às grandes regiões metropolitanas, por concentrarem mais amplamente escala nos setores mesmo com a busca de descentralização dos últimos anos pelo então ex-Ministro Gilberto Gil. Mas cabe observar que existem outras áreas no território brasileiro que possui boas capacidades e riquezas culturais, que podem auxiliar no

desenvolvimento intra-firma, fazendo gerar economias externas de escala e prospecção internacional.

Porém o nordeste segue com pouca participação nos estudos voltados a essa área econômica, e pouco se estabelece em suas relações com o cenário internacional. Analisando os possíveis *clusters criativos* no nordeste, podemos perceber que a riqueza cultural do nordeste é tão valiosa quanto às demais regiões, mas algumas políticas chegam de forma atrasada, distorcidas e desmanteladas dando retrocesso as localidades.

CONCLUSÃO

Este trabalho procurou a definição da economia criativa chegando à conclusão que o termo pode ser entendido como um setor baseado na criatividade, capital intelectual e propriedade intelectual nas diferentes visões mundiais, apesar das dicotomias existentes. Ela abrange os bens e serviços dinâmicos no mercado global e interliga cultura, tecnologia economia, gera riquezas e transformações sociais a partir da identificação e aplicação do capital intelectual, que é intangível.

Tem um núcleo composto de serviços, que transforma insumos industriais em bens simbólicos aumentando o valor agregado do produto. Assim integra setores por meio da transversalidade e interculturalidade. É um conceito importante porque cria competitividade no sistema internacional. Isso beneficia as PEDs. Contudo, pode ser percebido como uma oportunidade de investimento, que gera crescimento industrial ao mesmo tempo que preserva e multiplica a diversidade cultural, pois a interculturalidade impulsiona o ramo. As Indústrias Criativas agregam a circulação de bens e serviços no mercado, que são dependentes de propriedade intelectual, possui a criatividade como elemento central e a cultura como um insumo. No meio produtivo, percebemos a interligação de criatividade, inovação e indivíduos que fomentam o produto criativo. Suas características se baseiam em construir materiais de variedade infinita e consumo cultural. Mas possui problemas como instabilidade de demanda, incapacidade de previsão do sucesso e terceirização demasiada, tanto formal quanto informal.

Mesmo com essas dificuldades, a EC reorienta as organizações das cidades e o trabalho. Reflete sobre a visão de desenvolvimento e seu caráter hegemônico localizado no norte global, assim, mostra como a condição de subdesenvolvimento prescrita por esses países foi um processo que ocultou nossa identidade. O desenvolvimento não pode ser percebido como uma “receita de bolo” e não podemos aceitar que nossa cultura seja esfacelada e destruída por causa de uma “recomendação” de desenvolvimento promovida por Estados que pregam querer nosso bem, mas na verdade querem apenas nos explorar.

A EC tem o poder de promover cidadania mundial e se adaptar as diferenças locais dos países, se alinhando ao modelo de desenvolvimento elaborado pela Organização de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Mas para isso tem necessidade de ser empoderada pela política cultural. Isso é importante porque estamos em transformação, autores abordam que vivemos em um momento de transição para uma economia pós-industrial,

onde o tangível satura o mercado e gera crises profundas e o intangível pode ser uma alternativa de desenvolver novas formas de consumo, visto que não possui escassez de recursos porque reaproveita os insumos existentes, e os transforma para gerar valor econômico. Isso ocorre com deslocamento do setor produtivo para a formação de inteligências, caracterizado pela teoria endógena do desenvolvimento.

Mesmo assim possuímos muitos problemas no que concerne esses parâmetros. Tais quais a escassez de dados, diretrizes de órgãos públicos e denominadores comuns que junte as atividades econômicas e a força de trabalho criativa. Países possuem seu próprio método de quantificação e a EC é um objeto privilegiado dos *policymakers*. Por isso é necessário de revisão de conceito, promoção dessa temática, e criação de políticas públicas capazes de integrar o setor. Pois a intangibilidade cultural e a autogeração possibilita algo singular e promove desenvolvimento.

Exemplos foram mostrados sobre o quadro dessas indústrias no Brasil e no mundo, por meio de estudos elaborados pela FIRJAN e UNCTAD. Dessa forma, o capítulo dois mostrou que a importância das políticas públicas culturais são essenciais para o desenvolvimento desse processo, pois elas garantem a produção desses bens simbólicos e estimula a produção doméstica. Além de proteger as atividades criativas com a propriedade intelectual.

As políticas públicas culturais relativas ao mercado são desafiadoras, pois podem proporcionar o aumento do produto e do emprego. Sua inserção é relevante porque esse setor é um fruto cultural, que gera capital intelectual a partir de heranças culturais e de identidade.

Entende-se que, na contemporaneidade, a difusão da EC se desenvolve pelo capitalismo cultural e adentra em níveis nacionais e supranacionais. Elas criam empregos e riqueza, fomentam inovação (essenciais na indústria e comércio), promovem a manutenção da diversidade e o acesso democrático à cultura. E por isso, devido aos benefícios, países desenvolvidos tendem a influenciar as tomadas de decisão do setor, pois tais perspectivas são oriundas desses Estados, desta forma, isso cria dificuldades de estímulo à produção desses bens e serviços em países subdesenvolvidos. Contudo, para entender essa problemática tivemos que resgatar as PEBs do governo Lula e Dilma com a sua promoção da diplomacia cultural.

Lula buscou projetar o Brasil no mundo e usou o *softpower* para construir uma liderança regional, que culminou na “Marca Brasil”. Para isso, promoveu a participação do MinC nesta diplomacia e incluiu a EC na agenda brasileira. Fez o uso da cultura como

afirmação nacional, inclusão social e desenvolvimento econômico trazendo autonomia e universalismo à cultura brasileira. Ele criou ações, projetos e políticas públicas culturais, como também reorganizou as leis existentes na área. Assim, trouxe o debate do direito autoral, cultura e propriedade intelectual para o debate brasileiro. Isso permitiu criar alianças com a América Latina e o sul global. Dentro do Brasil, ele conseguiu estabelecer uma inclusão social, representação e expansão da economia da cultura. Fora do país, permitiu uma inserção internacional, pluralismo cultural e bases industriais criativas, por meio do aumento de exportações, principalmente no Mercosul. Porém, o governo enfrentou desafios como o consumo cultural, democratização da cultura e falta de investimento. Ainda errou por não ter criado um instituto cultural permanente que coordenasse essas ações.

O governo Dilma iniciou com outra realidade pois possuía um crescimento econômico contido. Ela orientou suas diretrizes para a governança de internet, direitos humanos e desenvolvimento da ciência, tecnologia e inovação. A PEB ficou em segundo plano, trazendo um declínio de poder na cultura. Isso é marcado como o declínio da RIs do Brasil. Outro problema que se remete à cultura é a instabilidade do MinC nesse momento que passou por três lideranças. Mas, ainda conseguiu grandes marcos, como implementar a SEC, aumentar o consumo cultural, empregar o *softpower* e priorizar a EC a partir do momento que colocou Martha Suplicy como Ministra da Cultura. Mas em contrapartida, houve negligência aos direitos autorais e dificuldades em manter o bom relacionamento entre ministérios como o governo Lula, pois dicotomias entre o MinC e o CNIC geraram desequilíbrio na afirmação cultural brasileira, resultando na demissão da Ministra. Assim o Diretoria de Relações Internacionais do Itamaraty assume a responsabilidade da cooperação e integração cultural, e incentiva as traduções e a projeção cultural, também promove rodadas de negociações fora do país. Mas peca em extinguir a SEC e descontinuar com a cooperação cultural no âmbito do BRICS e IBAS, priorizando apenas o Mercosul.

Por outro lado, o fortalecimento nas relações com o Mercosul trouxeram benefícios. As RMCs aprovaram a integração cultural, a criação do PARCUM, a Secretaria do Mercosul Cultural e o Fundo do Mercosul Cultural que visava combater essa hegemonia no setor da cultura e diminuir as assimetrias por meio da cooperação internacional.

Tendo as ICs como alternativa de superação da pobreza, os Ministros de Cultura do Mercosul entenderam o benefício desse tipo de ação e promoveram o MICSUL como

meio de fortalecimento regional. Assim, essa temática não se resumiu apenas aos integrantes do Mercosul, mas também a outros países não-membros.

O MicSUL é um evento que promove a circulação de bens e serviços culturais e se realiza a cada dois anos, em países diferentes. Ele proporciona troca de experiências, aproxima culturas latino americanas e promove a internacionalização dentro desse espaço geográfico, ou seja, o intercâmbio do conhecimento criativo das ICs. Os participantes são empresários de pequeno e médio porte.

A primeira edição ocorreu na Argentina, em Mar de la Plata, e agregou cerca de 800 empresários do ramo. O Brasil levou 199 empresários e 85 empresas que participaram do evento. Essa parceria gerou uma propensão em desenvolver escalas regionais no ramo da EC. Mas essa edição, apesar de positiva, necessitou de ajustes principalmente com relação à ausência de habilidade em negociações desses empresários.

Em 2016, o evento ocorre em Bogotá na Colômbia, o governo brasileiro assinou um acordo de cooperação técnica com a APEX-Brasil, que proporcionou uma formação antes do evento para auxiliar nas negociações dos empresários. E o mercado brasileiro foi mais preparado, levou para o evento 60 empresas e um desfile de moda que participaram da ação. O setor de jogos ganhou bastante destaque. Assim houve uma visão geral bem positiva, o país conseguiu novos contatos e possibilidades de negócios.

Diante de estudos elaborados, foi percebido uma capacidade muito forte na região nordeste relacionada à economia criativa. Pois a realidade vivida mostra grandes potenciais de desenvolvimento desse tipo econômico na área. Dessa forma, o trabalho buscou entender a inserção da região no evento e assim estudar os avanços e dificuldades que compreendem o seu desenvolvimento. No capítulo três, essa análise foi feita mediante a entrevistas com participantes, análise dos editais e estudos estatísticos sobre a capacidade locacional de economia criativa dentro da região.

De acordo com as entrevistas realizadas tanto em empresas nordestinas como em empresas de outras regiões, o cenário realmente foi positivo, as empresas brasileiras conseguiram ampliar o *network* e alguns fecharam negócios devido aos produtos diferenciados que produziam. A participação para eles foi muito importante, e a formação prévia foi de extrema relevância para o sucesso nesse evento. Houve um grande potencial de negócios principalmente nas áreas de audiovisual e design. O MICSUL serviu como catalisador de networking, aproximação e diversificação das relações e dos mercados para fechar futuros negócios e dessa forma promoveu o intercâmbio cultural, como era proposta de sua ação.

Apesar dessa feira ter trazido avanços no que remete às ICs no Brasil, podemos perceber alguns problemas. O nordeste brasileiro apresentou pouca representatividade no evento devido às dificuldades em seu cenário no que concerne ao desenvolvimento econômico regional da área. Há uma dificuldade de mensuração das ICs na área, pois dados da Firjan afirmam que o NE possui mais setores informais do que formais. Sua participação industrial é pequena, agrega apenas 13% ao PIB do país. As políticas culturais no NE são pouco implementadas, e há centralização dessas iniciativas dentro das regiões centro-oeste, sudeste e sul. Não há muitos estudos que apontem mecanismos de criação de *clusters* criativos na região, nem dados que mensuram as atividades informais da EC, por isso o NE se estabelece como uma área pouco explorada economicamente. O estudo estatístico nos mostra que os dados da Firjan ainda são insuficientes, pois foi constatado na análise estatística que seis estados nordestinos possuem capacidade locacional de desenvolver a área de criações funcionais, cinco estados podem desenvolver *clusters* de patrimônio, quatro na área de artes e dois em mídias. Isto contando apenas os empregos formais, por outro lado, o nordeste possui uma capacidade cultural maior que isso.

O estudo exploratório de propensão a formação de *clusters* mostrou que a região possui condições propícias para desenvolver essa atividade econômica, por meio da promoção e investimento em pequenas empresas e startups, tendo em vista o alto grau de vantagens comparativas e escalas da região. Porém ainda é necessário desenvolver mecanismos que salvaguardam a propriedade intelectual, incentivos financeiros e métodos de formação na área cultural da região para desenvolver o um empreendedorismo gradual e, no futuro, os serviços relacionados à internacionalização.

Por fim, precisamos entender que o NE não pode ser esquecido, e que há alternativas para diversificação do mercado brasileiro e desenvolvimento de industrialização em outras regiões. Precisamos empoderar nossa cultura, para agregar valor e gerar indústrias que impulsionam o ramo da EC, para podermos desenvolver regionalmente e assim trazer desenvolvimento econômico ao Nordeste brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCO, Marco. No limiar do novo: desafios para o financiamento da Economia Criativa no Brasil. In: LEITÃO, Claudia; MACHADO, Ana Flávia. **Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira**. Belo Horizonte: Rona Editora, 2016, 149-214.

ANAYA, C. J. V. In: **Retos para la Gestion Cultural, en America Latina**. Periferica Internacional: Revista para el análisis de la cultura y el territorio, 2014, p 259 - 275. Disponível em: <<https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/2130/1943>>. Acesso em: 10/04/2018.

BENDASSOLI, Pedro F; WOOD JR, Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA; Miguel Pina e. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades**. *Rev. adm. empres.* [online]. 2009, vol.49, n.1, pp.10-18. ISSN 0034-7590. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000100003>>. Acesso em: 14/08/2017.

BIJOS, Leila. **A diplomacia cultural como instrumento da política externa brasileira**. Revista Diálogos: Brasília, v.13, n.1, agosto, 2010, p 33-53. Disponível em: <<https://bdtd.ucb.br/index.php/RDL/article/viewFile/2912/1824>>. Acesso em: 10/04/2018.

BOY, Leonardo de Souza. **Perspectivas contemporâneas da diplomacia cultural brasileira: a dramaturgia em cena (2011-2016)**. 2015. FOLHAS. Monografia (Bacharelado em Relações Internacionais) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, Rio de Janeiro, 2017.

CALABRE, Lia. **Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas**. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3, 2007. Salvador. Anais...Salvador: ENECULT, 2007. Disponível em: <<http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/fcrb/451>>. Acesso em: 14/08/2017.

CANEDO, Daniele; LOIOLA, Elisabeth; POUWELS, Caroline. In: **A Recam e a política cinematográfica do MERCOSUL: promoção da integração regional e da diversidade cultural?** Políticas Culturais em Revista, 1(8), p. 2-20, 2015. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/13462>>. Acesso em: 10/04/2018.

CHIAPPINI, Ligia. In: **MERCOSUL Cultural e Fronteiras**. Cadernos de estudos culturais, Campo Grande, v. 4, n. 7, 2012, p. 83-102. Disponível em: <<http://seer.ufms.br/index.php/cadec/article/view/4704>>. Acesso em: 10/04/2018.

COMÉRIO, Larissa de Melo. **Cidades Criativas e Desenvolvimento Regional: O Caso de Vitória – ES**. 2014. 117f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.ufes.br/handle/10/1105>>. Acesso em: 14/08/2017.

D'ARISBO, Anelise. **Sistemas de Capitais como métodos de análise da Economia Criativa para o Desenvolvimento baseado no conhecimento na Cidade de Bento**

Gonçalves. 2013. 222f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pós-Graduação em Administração, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/156/Dissertacao%20Analise%20D%27Arisbo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 11/05/2014.

DEHEINZELIN, Lala. **Economia Criativa e empreendedorismo cultural.** In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 2, 2006. Salvador. Anais...Salvador: ENECULT, 2006. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/236451661/2005-Eneacult-Economia-Criativa-e-Empreendedorismo-Cultural>>. Acesso em: 11/05/2014.

DIAS, Marina Cândido. **Inovação, Cultura e Sustentabilidade: Um Estudo sobre a Economia Criativa.** 2014. 161 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.ufes.br/handle/10/2661>>. Acesso em: 11/05/2014.

DOYLE, Gillian. Creative Economy and Policy. **SAGE Journals.** Published Online, Vol. 31, Issue: 1, p. 33-45, December, 2015. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323115614469>>. Acesso em: 14/08/2016.

FIRJAN. **Indústria Criativa: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil.** SESI/SENAI Maracanã, Rio de Janeiro, 2012.

FLORIDA. Richard. The Creative Class and Economic Development. **SAGE Journals.** Published Online, Vol. 28, Issue: 3, p 196-205, 2014. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0891242414541693>>. Acesso em: 14/08/2016.

GAMA, Marina Moreira. **Criatividade e Desenvolvimento.** BNDES. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/livro60anos_perspectivas_setoriais/Setorial60anos_VOL2EconomiaCriativa.pdf>. Acesso em: 23/01/2014.

HENTSCHKE, Martha; CARVALHO, Alexandre C. Do local ao internacional - MICUL uma política de Estado para projetos culturais. In: Encontro Missionário de Estudos Interdisciplinares em Cultura, 1º, 2015. São Borja do Rio Grande do Sul, Anais... São Borja do Rio Grande do Sul, Agosto, 2015.

JAL, Romina. Transformando talento en organizaciones sustentables: el desarrollo del emprendimiento de la economia creativa. **Revista FACES**, n° 44, vol. 21, 2015, p. 113-123.

KUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice; MELITZ, Mark J. **Economia Internacional.** 10ª Edição. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

LEITÃO, Claudia Souza; GUILHERME, Luciana Lima; OLIVEIRA, Luiz Antônio de; GONDIM, Raquel Viana. In: Nordeste Criativo: Indústrias Criativas e Desenvolvimento regional. Encontro da ANPAD, XXXV, 2011. Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro: ANPAD, 2011, p. 1-14.

LESSA, Mônica Leite; SARAIVA, Miriam Gomes; MAPA, Dhiego de Moura. Entre o Palácio Itamaraty e o Palácio Capanema: perspectivas e desafios de um diplomacia cultural no governo Lula. In: PINHEIRO, Leticia; MILANI, R.S. **Política externa brasileira: a política das práticas e as práticas da política**. 1ª edição. Rio de Janeiro: FGV, 2011, p. 95-120.

LIMA, Carmen Lucia Castro. **Políticas Culturais para o Desenvolvimento: O debate sobre as Indústrias Culturais e Criativas**. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3, 2007. Salvador. Anais...Salvador: ENECULT, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/CarmenLuciaCastroLima.pdf>>. Acesso em: 11/05/2014.

LIMA, Luciana Piazzon Barbosa; ORTELLADO, Pablo; SOUZA, Valmir de. **O que são políticas culturais? Uma revisão das modalidades de atuação do Estado no campo da Cultura**. In: Seminário Internacional de Políticas Culturais, 4, 2013. Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Luciana-Piazzon-Barbosa-Lima-et-alii.pdf>>. Acesso em: 11/05/2014.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia Criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014. Disponível em: <<http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf>>. Acesso em: 11/05/2014.

MARCHI, Leonardo de. In: **Análise do Plano da Secretaria de Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil**. Intercom - RBCC, São Paulo, v.37, n.1, 2014, p.193-215.

MARKUSEN, Ann; WASSALL, Gregory H.; DENATALE, Douglas; COHEN, Randy. Defining the Creative Economy: Industry an Occupational Approaches. **SAGE Journals**. 2008. Published Online, vol. 22, issues: 1, p 24-45 , 2008. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0891242407311862>>. Acessom em 14/08/2016.

MERCOSUL. **Estrutura Orgânica e Regulamento Interno do Mercosul Cultural**. XLIII - Mendoza, 2012.

MERCOSUL. **Protocolo de Integração Cultural**. XI CMC - Fortaleza, 1996.

MERCOSUL. **XLV Reunião do Comitê Coordenador Regional do Mercosul Cultural**. Rio de Janeiro, 2017.

MIGUEZ, P. **Repertório de fontes sobre Economia Criativa. Parte integrante do projeto de pesquisa “Economia criativa – em busca de paradigmas: (re) construções**

a partir da teoria e da prática". Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. CULT (Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura), Salvador, 2006-2007.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas diretrizes e ações 2011 a 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>> . Acesso em: 14/10/2014.

MINISTÉRIO da CULTURA. **Quadro de Notícias**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em 24/08/2017.

NOVAIS, Bruno do Vale; BRIZUELA, Juan. Políticas Internacionais. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Políticas Culturais do Governo Lula**. Editora UFBA: Salvador, 2010, 219-240. Disponível em: < http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Políticas-culturais_governo_Lula.pdf>. Acesso em: 27/05/2016.

PAGLIOTO, Bárbara Freitas. Economia Criativa: mediação entre cultura e desenvolvimento. In: LEITÃO, Claudia; MACHADO, Ana Flávia. **Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira**. Rona Editora: Belo Horizonte, 2016, 25-52.

REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. Itaú Cultural: São Paulo, 2008.

RODRIGUES, Cinthia. Criatividade é a nova moeda. **Revista Valor Online**. Disponível em <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj9eW6kb3SAhXBCpAKHaZtCg8QFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fcreativeclassgroup.com%2F_v3%2Farticle_library%2Fmedia%2F115_-_criatividade_e__769__a_nova_moed.pdf&usq=AFQjCNG42OM38F37nS5OodqYfE Zp46KX_w&sig2=fWnz5bEIs277yljJWopZ5A&bvm=bv.148747831,d.Y2I>. Acesso em: 23/03/2014.

SANTOS, Adeilson Freire; MOREIRA, Jane de Jesus da Silveira; SANTOS, João Antonio Belmino dos; GARCÊS JUNIOR, Sílvio Sobral. A Indústria Criativa na Região Nordeste: Considerações sobre o mercado de trabalho dos profissionais criativos. In: Encontro Nordestino de Etnobiologia e Etnoecologia,1,2015, Aracaju. Anais...Aracaju, 2015, p. 095-102.

SANTOS, Jackson Braga. **Especializações Setoriais na Indústria Criativa Nordestina**. (Dissertação em Pós-Graduação em Economia) – Centro Acadêmico do Agreste, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2013.

SARAIVA, Enrique. Política Pública, Política Cultural, Indústrias Culturais e Indústrias Criativas. MINISTÉRIO DA CULTURA. In: **Plano da Secretaria de Economia Criativa: Planos, diretrizes e ações de 2011 - 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2012, 93-96.

SILVA, F. B.; FAGUNDES, G. H.; MARTINS, I. E.; NAVARRO, L. Potencialidades de

las industrias culturales para el desarrollo económico y ascensión social en Suramérica. In: CINTRAL, (Org.). **Relacionais e Interdependentes**. 1ed. Brasília: Art e Letras, 2017, v. 1, p. 368-405.

SILVA, Francisco Raniere Moreira da. **As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira**. Revista NAU Social - V.3, N.4, 2012, p. 111-121.

SOARES, Maria Susana Arrosa. **Indústrias Criativas no Mercosul. Instituto de Estudos Economicos e Internacionais**. ISSN 2176-8773. Ensaio do IEEI. n.º19, São Paulo, 2013.

SOUZA, Thiago Cavalcante de; BENAVIDES, Zina Angélica Caceres; PIRES, Monica de Moura. Estrutura Espacial da Economia Criativa no Nordeste do Brasil: Um recorte baseado nos modelos analíticos referenciais. **Revista Observatório de la Economia Latino Americana**, Brasil, Julho, 2015, p. 1-38.

UNCTAD. **Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in International Trade in Creative Industries**. United Nations, 2015.

UNCTAD. **Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries**. 1ª Edition: UNCTAD, 2015.

UNESCO. **Creative economy: Report 2010**. Nova York: United Nation, 2010.

UNESCO. **Mercado de Indústrias Culturais do Sul – MICSUL [Cultural Industries Market of the South]music, audiovisual, performing arts, publishing, games and design**. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/mercado-de-industrias-culturais>>. Acesso em: 22/09/2018.