

em\_pautaEconomia\_da\_Cultura

em\_pautaEconomia\_da\_Cultura

Programa de integração das  
políticas de desenvolvimento da  
economia da cultura no Brasil

Economia\_da\_Cultura

Ministério  
da Cultura



## CONCEITOS

# ECONOMIA DA CULTURA

*São bastante recentes as discussões sobre a economia da cultura e os benefícios gerados por ela ao desenvolvimento econômico. Dentro dela, enquadram-se os produtos e serviços que possuem potencial financeiro e valor simbólico, como o artesanato, indústrias culturais, turismo cultural, patrimônio cultural, moda, design, música, artes cênicas, produções cinematográficas, equipamentos culturais como teatros, cinemas, museus, dentre outros. Este mercado, sempre em expansão, teve seu primeiro panorama no Brasil estudado em 2006, quando o IBGE apurou os gastos dos brasileiros com cultura e constatou que as famílias gastam 4,4% de seu orçamento mensal com cultura. Sendo este o quarto item da lista das despesas familiares, superado apenas por habitação, alimentação e transporte.*

**Economia da Cultura – Marcos Haddad (produtor cultural, economista e especialista em políticas públicas - Jornal Diário da Manhã, outubro/2008)**



## CONCEITOS

# ECONOMIA DA CULTURA

*Do ponto de vista da economia, a expressão economia da cultura identifica o conjunto de atividades econômicas relacionadas à cultura, incluindo a criação e o fazer cultural. Do ponto de vista da cultura, o conjunto das atividades culturais que têm algum impacto econômico. Pode-se incluir neste conjunto qualquer prática direta ou indiretamente cultural que gere valor econômico, além do valor cultural. A economia é, portanto, uma das dimensões da cultura. E a economia da cultura constitui um campo da economia. As atividades geradoras de valor econômico deste setor cultural e criativo são as que constituem o campo da economia da cultura e influenciam outros setores, como os de ciência e tecnologia e de eletroeletrônicos.*

**Economia da Cultura e das Indústrias Culturais - Sérgio Sá Leitão - [Cultura e Mercado](#), maio/2007**



## CONCEITOS

# ECONOMIA DA CULTURA

*Economia da Cultura, conceito novo e com uma relação direta com outros conceitos (igualmente novos), como é o caso da Economia Criativa e/ou do Conhecimento. Trata do entendimento de que a cultura também produz negócios, movimenta a economia, gera emprego e renda e pode, portanto, ser encarada como um vetor do desenvolvimento sustentável das mais variadas sociedades. E isso com um traço que faz toda a diferença: por “alimentar” a alma, o pensamento e a reflexão diante do mundo, a cultura é um setor da economia que pode e deve contribuir para a inclusão social e para o avanço da sociedade da informação.*

**Economia da Cultura: Um dos focos da política cultural sergipana. Eloísa Galdino - Secretária de Estado da Cultura de Sergipe. [Portal Divirta-se](#), outubro/2009)**



CONCEITOS

## ECONOMIA DA CULTURA

*Economia da Cultura é, ambiental e culturalmente, um vetor de desenvolvimento sustentável: não se dá pelo consumo de recursos naturais, mas por uma combinação de criatividade, diversidade cultural e inovação tecnológica; e também preserva para as futuras gerações o capital cultural tangível e intangível das sociedades.*

*Economia da Cultura representa não apenas sustentabilidade e inclusão social, mas também geração de renda, trabalho, emprego, ou seja, um vetor de desenvolvimento sustentável, adequado aos atuais requisitos sociais, econômicos, regionais e ambientais do País.*

***A Economia da Cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. BNDES Setorial 30, p. 299 – 355***



CONCEITOS

## ECONOMIA DA CULTURA

*A economia da cultura ou economia cultural é um ramo da Ciência Econômica que estuda os efeitos de toda atividade econômica ligada a uma manifestação artística e criativa de uma sociedade*

**PORSSE, Alexandre Alves.** Conselho Regional de Economia RS, Economia em dia. Cultura e seus efeitos econômicos. Disponível <http://www.coreconrs.org.br/eco0605.pdf>. Acesso em 9 jan. 2006.

*A economia da cultura constitui-se em um instrumental analítico para resolver questões prementes ligadas aos efeitos econômicos da atividade cultural. Desta forma, esta é uma disciplina que vem se consolidando constituindo como um campo fértil tanto para pesquisa teórica como para verificação empírica*

**PRIETO, Luis César Herrero.:** economía de la cultura en España : Una disciplina incipiente. Asturia. In: RAE: Revista Asturiana de Economía. Nº. 23, 2002, pp. 147-175.



CONCEITOS

## ECONOMIA CRIATIVA

*O conceito de economia criativa origina-se do termo indústrias criativas, por sua vez inspirado no projeto Creative Nation, da Austrália, de 1994. Entre outros elementos, este defendia a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, dando margem à posterior inserção de setores tecnológicos no rol das indústrias criativas.*

**Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo : Itaú Cultural, 2008**



CONCEITOS

## ECONOMIA CRIATIVA

*Partindo de uma análise da produção bibliográfica pioneira a respeito da economia criativa, nota-se que esta era marcada pelo foco em indústrias criativas e em sua dinâmica econômica (CAVES, 2000; HOWKINS, 2001) ou nas características e capacitação dos trabalhadores dessas indústrias (SELTZER; BENTLEY, 1999; FLORIDA, 2003). A profusão de interpretações conceituais não sugere uma linha comum. Caves, por exemplo, entende por indústrias criativas as relacionadas a artes, cultura e entretenimento em geral. Já para Howkins o divisor de águas da economia criativa seria o potencial de gerar direitos de propriedade intelectual (segundo o autor, a “moeda da economia criativa”), expandindo sua abrangência dos direitos autorais para desenhos industriais, marcas registradas e patentes. Sob essa definição torna-se difícil dizer o que não integraria a economia criativa na sociedade contemporânea e qual diferenciação apresentaria frente à economia do conhecimento. Ainda em 2001, David Throsby resgatou a cultura nos debates acerca das indústrias criativas, referindo-se a produtos e serviços culturais que envolvem criatividade em sua produção, englobam certo grau de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico.*

**Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo : Itáú Cultural, 2008**



CONCEITOS

## ECONOMIA CRIATIVA

*Economia Criativa pode ser definida como o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos. É uma área vasta e heterogênea que abrange desde os produtos artesanais até as artes cênicas, artes visuais, os serviços audiovisuais, multimídia, indústrias de software etc. Seus principais subgrupos são: música e indústria fonográfica; cinema, rádio e televisão; teatro e dança; pintura e escultura; edição e publicidade; indústria digital e jogos de computador; e desenho em geral, que vai desde a arquitetura ao desenho industrial e a moda.*

**Edna dos Santos, Chefe do Departamento de Economia Criativa da UNCTAD - Organização das Nações unidas para o Comércio e Desenvolvimento. Jornal Folha de São Paulo, março/2006**



CONCEITOS

## INDÚSTRIA CRIATIVA

As indústrias criativas tornam-se uma fonte de renda para os donos da propriedade intelectual criada por este talento. A criatividade não é monopólio de artista, é muito mais ampla e pode encontrar-se na educação, na ciência ou em qualquer outro âmbito. A criatividade esta em nós e em tudo que nos rodeia.

**Camisas e Gravatas – Um Guia para os Negócios Criativos. David Parrish)**

A idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com indústrias culturais(escala de massa), no contexto das novas tecnologias de mídia (TICs) em uma nova economia do conhecimento, para o uso dos novos consumidores-cidadãos interativos.

**HARTLEY, John (Ed.). *Creative industries*, 2006. p.5.)**



CONCEITOS

## ECONOMIA CRIATIVA

*A Economia Criativa apresenta um novo paradigma, já que fala de desenvolvimento e não apenas de crescimento econômico, além de centrar o foco na distribuição e no acesso, e não na produção.*

**Lala Deheinzelin, consultora especial da SU-SSC e vice-presidente do Instituto Pensarte. Dez/2006**

*É preciso reconhecer que a criatividade é recurso necessário, mas não suficiente, para que a economia criativa se desenvolva. Governança, infraestrutura onipresente de tecnologia e comunicações e educação com um perfil diferenciado são elos fundamentais para sustentar um processo de desenvolvimento ancorado na economia criativa.*

**Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo : Itaú Cultural, 2008)**



CONCEITOS

COM CONCELLOS

## CIDADES CRIATIVAS

*É exatamente para tentar debater novos modelos e rotas de escape que surge o tema das cidades criativas: não como epicentro dos problemas, mas de suas soluções. Afinal, são justamente os centros urbanos, pequenos ou grandes, industriais ou de serviços, de países economicamente ricos ou pobres, onde se encontra a maior concentração de talentos e criatividade por metro quadrado. É nesses locais, movidos por inventividade ou necessidade, por opção ou falta dela, que pessoas das mais diversas vertentes se encontram, interagem, convivem. E é contando com esse substrato que várias cidades têm tentado transformar seu tecido socioeconômico, baseado em uma das poucas coisas que não são padronizáveis: sua singularidade cultural.*

**Cidades Criativas e o Jogo dos sete erros - [Cultura e Mercado](#) - Ana Carla Fonseca Reis)**



CONCEITOS

## COOPERATIVISMO E ECONOMIA SOLIDÁRIA

Uma das mais características formas de expressão do autêntico cooperativismo é a *economia solidária*. Pode-se defini-la como a ação capaz de gerar novas oportunidades de inserção social por meio do trabalho, desde que revestida de alguns valores que a legitimem: democratização da gestão do trabalho, ajuda mútua, responsabilidade, equidade e solidariedade, domínio do “know-how” produtivo, distribuição eqüitativa da renda obtida e fortalecimento do desenvolvimento local de forma auto-sustentável.

Baseia-se na auto-gestão dos empreendimentos, permeada pelos valores éticos da honestidade, transparência e *responsabilidade social*.

A economia solidária agrega o conjunto das empresas que claramente se regem pelos princípios do cooperativismo, ou seja, a autogestão. A cooperativa de produção pode ser considerada a unidade básica da economia solidária. Outros exemplos expressivos de cooperativas autogestionárias são as de comercialização, de consumo e de crédito.

**Álvaro da Cunha Caldeira é administrador de empresas, arquiteto, Mestre em Cooperativismo e consultor de organizações.**



## CONCEITOS

# COOPERATIVISMO E ECONOMIA SOLIDÁRIA

Economia Solidária é um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver. Sem explorar os outros, sem querer levar vantagem, sem destruir o ambiente. Cooperando, fortalecendo o grupo, cada um pensando no bem de todos e no próprio bem.

Portal do Ministério do Trabalho e Emprego - <http://www.mte.gov.br>

Economia Solidária são formas de organização da produção, do consumo e do crédito feitas de forma democrática. Ou seja, as unidades são possuídas e geridas por seus trabalhadores - no caso de comunidades de produção, por seus consumidores - nas cooperativas de consumo e por depositantes e mutuários – nas cooperativas de crédito . São de posse coletiva e os direitos de decisão sobre a unidade ou sobre a empresa são idênticos. Isto é, ninguém tem mais poder de votos do que outros.

[Paul Singer](#) – *Secretário Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho e Emprego. Agosto/2004)*



CONCEITOS

# COOPERATIVISMO E ECONOMIA SOLIDÁRIA

Apesar do conceito de Economia Solidária nem sempre ser usado com o mesmo significado e nome, seu princípio é a idéia da solidariedade em contraste com o individualismo competitivo que caracteriza a sociedade capitalista. Atualmente utiliza-se este conceito amplamente no Brasil e em diversos países. Seus empreendimentos apresentam as seguintes características: são organizações urbanas ou rurais, de produtores, de consumidores e de crédito, baseadas na livre associação, no trabalho cooperativo, na autogestão e no processo decisório democrático, em que cada associado representa um voto. A cooperativa é a forma clássica de organização de um empreendimento da Economia Solidária.

**Texto atualizado para publicação na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), antes publicado na Revista PROPOSTA, Publicação da FASE, Jan/Mar – 2007, ano 31, nº 111.- Desenvolvimento Sustentável a partir da Cultura**



## CONCEITOS

# DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O conceito de Desenvolvimento Sustentável é, normalmente, definido como o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais.

**Esse conceito será elaborado com base na idéia de propor a Cultura como 4º eixo do desenvolvimento sustentável (Ambiental, Social e Econômico).**



## CONCEITOS

Obs. Todos os conceitos apresentados no documento não expressam, necessariamente, a opinião dos que estão desenvolvendo esse projeto. São provocações para o debate que definirá um conceito comum para Estados e Municípios.



# NÚMEROS DA CULTURA

- Valor Bruto da Produção Cultural: R\$ 199.746.956 (11% total Brasil)
- Consumo Intermediário: R\$ 104.067.368 (11% total Brasil)
- Valor Adicionado: R\$ 95.679.588 (11,1% total Brasil)
- Custo Total: R\$ 217.485.749 (8,5% total Brasil)
- Receita Líquida: R\$ 221.901.044 (8,5% total Brasil)
- Pessoal Ocupado: 1.117.906 (5,3% total Brasil)
- Número de Empresas: 153.669 (6,1% total Brasil)
- Salário Médio Mensal: 3,0 S.M.

Fonte: Sistema de Indicadores Culturais 2003-2005 (MinC-IBGE)



# DESAFIOS

## Informações:

- ✓ Levantar e sistematizar informações que permitam o conhecimento dos diversos eixos que influenciam diretamente a dinâmica da economia da cultura;
- ✓ Mapear as cadeias produtivas da cultura por linguagem incluindo a formatação de relatórios por região;
- ✓ Pesquisar e catalogar produtos e modelos de negócios inovadores;
- ✓ Identificar as manifestações e bens culturais localizadas no território;

## Indicadores

- ✓ Formatar indicadores das cadeias para o monitoramento e avaliação das políticas públicas em desenvolvimento;

## Formulação

- ✓ Elaborar e implantar programas objetivos para o desenvolvimento da economia da cultura;

## Articulação

- ✓ Construir uma rede de atores públicos, privados, acadêmicos e gestores culturais em torno dos temas e ações apresentadas;



O Programa *Em Pauta* Economia da Cultura é resultado da articulação entre as políticas desenvolvidas pelo Ministério da Cultura e algumas secretarias e órgãos gestores da cultura do Brasil;

O objetivo é que seja o encontro daqueles que estão pensando e trabalhando pela cultura como ferramenta para o desenvolvimento econômico e social do Brasil;

O que se espera é estudar e debater os principais aspectos de uma agenda orientadora e definidora das políticas públicas nacionais de cultura para os próximos anos. Além disso, deve reposicionar o Brasil como referência internacional para os temas referentes à economia da cultura.

A formulação deve ser, desde o início, processo articulado entre os atores envolvidos, diferentes níveis da federação e setores interessados. A articulação e integração dessas políticas contribuirá decisivamente para alcançarmos os avanços desejados para o setor.



## OBJETIVOS

Definir conceito comum a todos os agentes envolvidos e formatar discurso objetivo, que seja facilmente compreendido pelo tecido cultural e social brasileiro;

Colocar em debate as experiências inovadoras desenvolvidas pelos Estados e pela União;

Elaborar pauta comum para o desenvolvimento e implementação das políticas públicas de cultura com foco na economia da cultura.



# ETAPAS / CRONOGRAMA PRÉ-SEMINÁRIO

## Mapeamento e Sistematização

Etapa	Execução	Articulador
Estados que desenvolvam políticas específicas com foco na economia da cultura;	30/12/09	Minc e Fundarpe (Governo de Pernambuco)
Experiências dos órgãos estaduais gestores de cultura na área;	10/01/10	Minc e Fundarpe
Propostas das Conferências Estaduais de Cultura com foco na área	10/01/10	Minc e Fundarpe
Reunião preparatória para o seminário	14/01/10	MinC



# ETAPAS / CRONOGRAMA

## Seminário Em Pauta Economia da Cultura

Recife, 04 e 05 de Fevereiro de 2010

Etapa	Execução	Articulador
Articulação com os estados e convidados	10/02/10	Parceiros envolvidos
Divulgação do seminário	12/01/10	Parceiros e convidados
Realização do seminário	04/02/10	Fundarpe e Parceiros envolvidos
Publicação e distribuição do material sistematizado do seminário	Março/10	Minc



# ETAPAS / CRONOGRAMA

## Ações pós seminário

Etapa	Execução
Monitoramento mensal da implementação das ações aprovadas	2010 / 2011
Realização do segundo <i>em_pauta</i> – <i>Rio de Janeiro</i>	10/06/10
Realização do terceiro <i>em_pauta</i> – <i>Acre</i>	02/12/10
Realização do quarto <i>em_pauta</i> – <i>Bahia</i>	Jun/11
Realização do quarto <i>em_pauta</i> – <i>Santa Catarina</i>	Dez/11



# DESENVOLVEDORES

Instituição Parceira	Articulador
Ministério da Cultura	Juliana Nolasco
Fundarpe	Edgar Andrade
Secretaria de Cultura da Bahia	Carlos Paiva
Secretaria de Cultura do Rio de Janeiro	Marcos André
Fundação Elias Mansour do Acre	Daniel Zen
Fundação Catarinense de Cultura	Anita Pires



# POSSÍVEIS CONVIDADOS PARA A APRESENTAÇÃO DE CASES

## 1ª Lista

Instituição Convidada	Contato
Secretarias e órgãos gestores de cultura	
BNDES	Ana Helena Sartre e/ou Luciane Gorgulho
SEBRAE	Juliana Mee
SEBRAE/RJ	Heliana Marinho
FIRJAN	Daniela Brayner
Riofilme	Estela Aranha
PUC/RJ	Julia Zardo
Sec. de Desenvolvimento Econômico do Rio	Luiz Carlos Prestes Filho



# CONSULTORIA E MONITORAMENTO

## Ana Carla Fonseca Reis.

Administradora Pública pela FGV; Economista, Mestre com distinção e louvor em Administração de Empresas e Doutoranda em Urbanismo pela USP, é fundadora da empresa “Garimpo de Soluções – economia, cultura e desenvolvimento”, consultora e conferencista internacional em cinco línguas, tendo palestrado em 15 países. Assessora em economia criativa para a ONU, curadora de congressos nacionais e internacionais, autora dos pioneiros Marketing Cultural e Financiamento da Cultura (2002) e Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável (Prêmio Jabuti 2007 em Economia, Administração e Negócios) e co-editora de Economia Criativa e Estratégia de Desenvolvimento (download gratuito trilingue em [www.garimpodesolucoes.com.br](http://www.garimpodesolucoes.com.br)). Coordenadora temática e docente do Curso de Extensão em Economia da Cultura da Universidade Candido Mendes (RJ), professora convidada do MBA em Bens Culturais da Fundação Getulio Vargas (SP), é membro da Associação Internacional de Economia da Cultura (ACEI) e da International Urban Development Association (INTA).

