

MEDIDAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Public Policies for Creative Industries

Rodrigo Ábner Gonçalves Menezes¹

Paulo César de Sousa Batista²

Resumo

Este artigo teórico tem o objetivo de apresentar medidas de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo nas indústrias criativas e posicionar o Brasil em relação à realidade mundial. Para a imersão no assunto, as teorias sobre políticas públicas e políticas culturais são contextualizadas, ressaltando o papel do Estado e da Sociedade neste processo. Assinala-se também o papel da Secretaria de Economia Criativa como uma das principais ações do Governo brasileiro frente ao assunto. Em seguida, são apresentados modelos de política pública de países europeus, dando destaque ao projeto *Creative Metropoles*. Tendo em vista explorar a forma das medidas de políticas públicas, são apresentados exemplos destas em países como Brasil, Inglaterra e Singapura.

Palavras-chave: Política pública. Indústrias criativas. Economia criativa. Empreendedorismo.

Abstract

This theoretical paper aims to present public policies to support the entrepreneurship of the creative industries and position Brazil in relation to the global reality. For immersion in the subject, theories of public policy and cultural policies are contextualized, highlighting the role of the state and society in this process. Also points up the role of “Creative Economy Secretariat” as one of the main actions of the Brazilian government against the subject. They are, then, presented public policies models of European countries by highlighting the project *Creative Metropoles*. In order to explore how public policies are examples of these by countries like Brazil, England and Singapore.

Keywords: Public policies. Creative industries. Creative economy. Entrepreneurship.

¹ Universidade Estadual do Ceará. e-mail:rodrigoabnner@gmail.com.

² Universidade Estadual do Ceará. e-mail: batista.pcs@gmail.com.

1. Introdução

O objetivo deste artigo teórico é apresentar medidas de políticas públicas de apoio às indústrias criativas, e posicionar o Brasil em relação à realidade mundial. As atividades das indústrias criativas, como as expressões culturais; artes cênicas; *design*; entre outras (UNCTAD, 2010), têm sido alvo de diversos estudos acadêmicos e não acadêmicos devido a sua importância social e econômica. No entanto, são escassas as publicações acadêmicas que identifiquem quais são as medidas de políticas públicas praticadas no Brasil ou em outros países.

Entende-se por indústrias criativas as atividades em que o esforço artístico ou criativo resulta na produção de bens culturais de consumo (CAVES, 2000). Esta produção cultural pode ter um fim econômico a ser explorado pela atividade empreendedora. Desta forma, é importante reconhecer o papel do poder público no fomento ao empreendedorismo, visto que o empreendedor precisa de um ambiente social, econômico e político, propício ao desenvolvimento de suas atividades (VERHEUL et al., 2001).

Este trabalho está estruturado em seis capítulos. Como capítulo inicial, a introdução apresenta, de forma abrangente, este trabalho teórico, apontando, dentre outras questões, o tema, o enfoque do estudo e os objetivos do artigo. O segundo capítulo trata das teorias de política pública, onde é feita uma revisão da literatura sobre o assunto, contextualizando as políticas públicas e culturais. Com o intuito de conhecer a realidade brasileira sobre o tema em estudo, o terceiro capítulo apresenta a Secretaria de Economia Criativa do Brasil, e outros pontos de interesse. O quarto capítulo trata das políticas públicas de fomento às indústrias criativas, realçando ações de Governos estrangeiros, quanto ao apoio destinado a estas atividades criativas e culturais. O quinto capítulo traz as medidas de políticas públicas de apoio aos empreendimentos das indústrias criativas, em diversos países do mundo. Por fim, o sexto capítulo trata das considerações finais.

2. Teorias de Políticas Públicas

Para Souza (2006), apesar de existirem definições de políticas públicas que enfatizam a solução de problemas, existem críticas a esta linha de pensamento, devido ao fato de ignorar a essência da política pública, onde há o embate em torno de ideias e interesses. Desta forma, possibilidades de cooperação entre Governos, instituições e grupos sociais também são descartadas. Em relação à política cultural, Oliveira (2009, p. 1) declara que “a política cultural só pode ser pensada hoje enquanto ação coletiva, criada e implementada com a participação dos indivíduos”.

Dentre inúmeras abordagens que podem ser encontradas a respeito de políticas públicas, merece destaque o escopo dado por Laswell (1936), onde decisões e análises de políticas públicas implicam responder às questões: quem ganha, por quê e que diferença faz. Souza (2006, p. 26), reconhecendo as várias definições de políticas públicas, as resume como “o campo de conhecimento que busca, ao mesmo tempo, ‘colocar o Governo em ação’ e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente)”. As ações governamentais também podem assumir aspectos regulatórios, nas economias de mercado.

Determinados elementos são comuns às várias definições de políticas públicas como as ações, os agentes, os recursos, os processos e as finalidades, das diferentes tipologias de atendimento às demandas sociais. Pode-se dizer, segundo Teixeira (1997), que em Políticas Públicas se dá a realização ou a negligência das diretrizes, princípios norteadores, regras e procedimentos (ações) do Estado, em mediações com os atores da sociedade (agentes promotores e receptores), com (recursos) públicos para que o desenvolvimento econômico (fins) ocorra de maneira a promover a inclusão social de grande parte da população (objetivos coletivos). Bachrach e Baratz (1962) e Dye (1984) destacam que tanto a ação quanto a passividade são formas de fazer Política Pública.

Souza (2006), adotando uma visão holística do tema, afirma que nem sempre haverá compatibilidade entre as intervenções e declarações de vontade e as ações ou intervenções, em vista da diversidade e contradição dos atores. Ainda para Teixeira (1997), as políticas devem ser analisadas como formas de exercício de um poder político que se realiza em um campo onde os limites entre o público e privado são de difícil demarcação.

Afirma Souza (2006, p. 26) que “a formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os Governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas

eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real”.

A figura do Governo, em escala nacional, estadual ou municipal, possui caráter de indução, sendo responsável pela sistematização de documentos (leis, programas, linhas de financiamento) que orientam as ações cuja implementação se dá por um processo que envolve planejamento, orçamento, execução e avaliação (SOUZA, 2006). Ainda de acordo com Teixeira (1997), as políticas podem ser classificadas conforme as tipologias apresentadas na Figura 1.

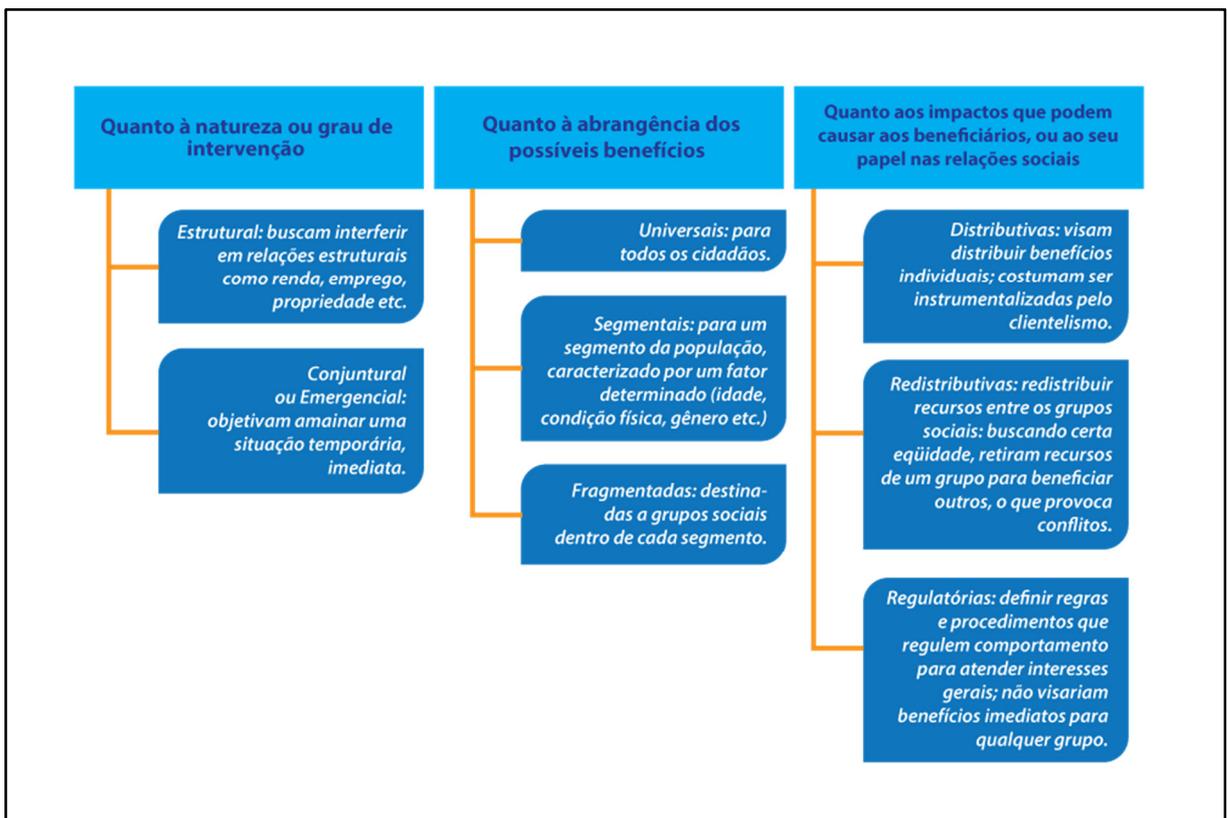


Figura 1 – Tipos de Políticas Públicas.
Fonte: Baseado em Teixeira (1997).

Segundo o autor, um aspecto relevante e que tem evidenciado novos momentos entre o relacionamento Estado e Sociedade, é a maior participação da população e das associações representativas dos vários segmentos da comunidade na formulação, execução e acompanhamento dos planos, programas e projetos de desenvolvimento urbano (TEIXEIRA, 1997). Essa participação motiva alterações no cenário político, estimulando a inserção de medidas que venham a favorecer setores e grupos até então negligenciados, como setores culturais e micro, pequenos e médios empresários.

Para Evans (2004, p. 9), “debates estéreis sobre ‘a quantidade’ de intervenção dos Estados devem ser substituídos pelo debate sobre as diferentes formas de envolvimento e seus respectivos impactos”. O autor assinala que a intervenção do Estado é um “fato”, e que os governantes devem se preocupar com o tipo de intervenção.

A Teoria Eclética do Empreendedorismo, de Verheul et al. (2001), complementa as tipologias das Políticas Públicas para os setores aqui em discussão, apresentando formas de intervenção do poder público para o estímulo do empreendedorismo, como intervenções na oferta de empreendedores e na oferta de oportunidades a serem exploradas.

3. A Secretaria de Economia Criativa do Brasil

Agora já extinta, a Secretaria de Economia Criativa do Brasil foi uma tentativa do governo para impulsionar a economia criativa do Brasil. Apesar do seu fim e devido a sua importância, cabe aqui dissertarmos sobre seus fundamentos.

A proposta de políticas públicas da Secretaria de Economia Criativa classifica as políticas públicas em um vetor macroeconômico e outro microeconômico, conforme ilustra a Figura 2. As intervenções, numa perspectiva microeconômica, também podem ser utilizadas para impulsionar a atividade empreendedora criativa, como mostra o modelo.

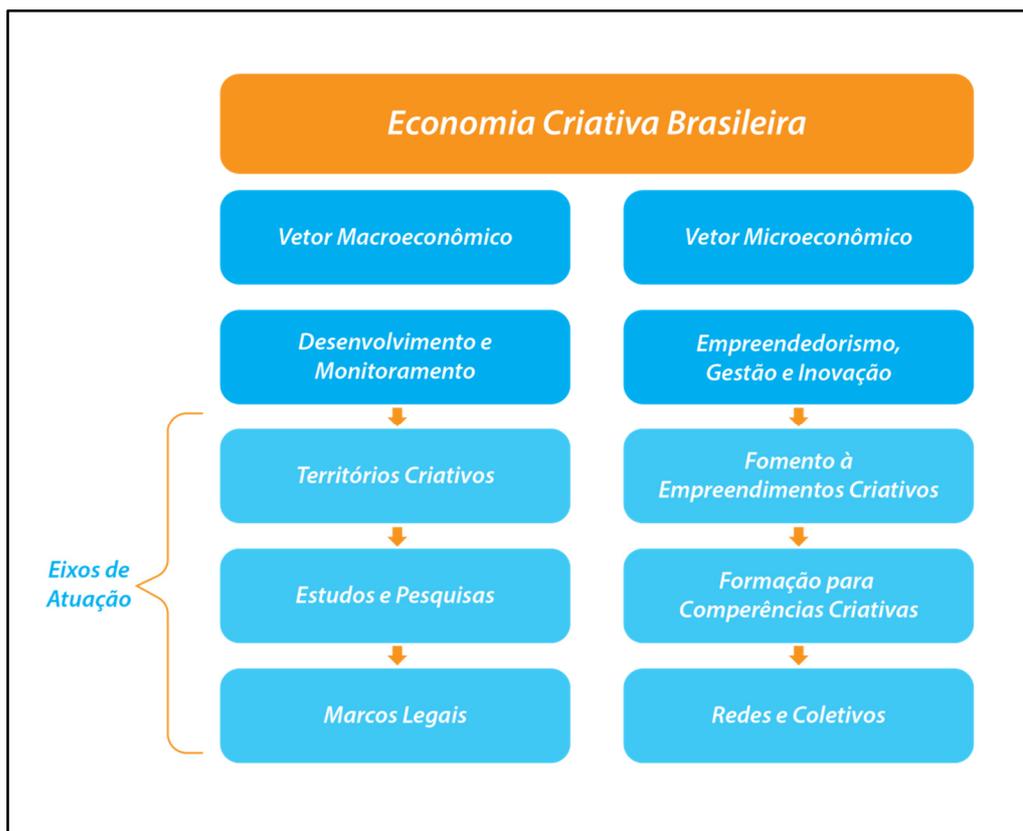


Figura 2 – A economia criativa brasileira – vetores e eixos de atuação.
Fonte: Ministério da Cultura (2011, p. 42).

A Figura 3 apresenta o escopo dos setores criativos a serem contemplados pelas políticas públicas, de âmbito federal, pela Secretaria de Economia Criativa, onde, além dos de natureza cultural, foram contemplados também “setores de base cultural, com um viés de aplicabilidade funcional (moda, design, arquitetura, artesanato)” (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011, p. 29).

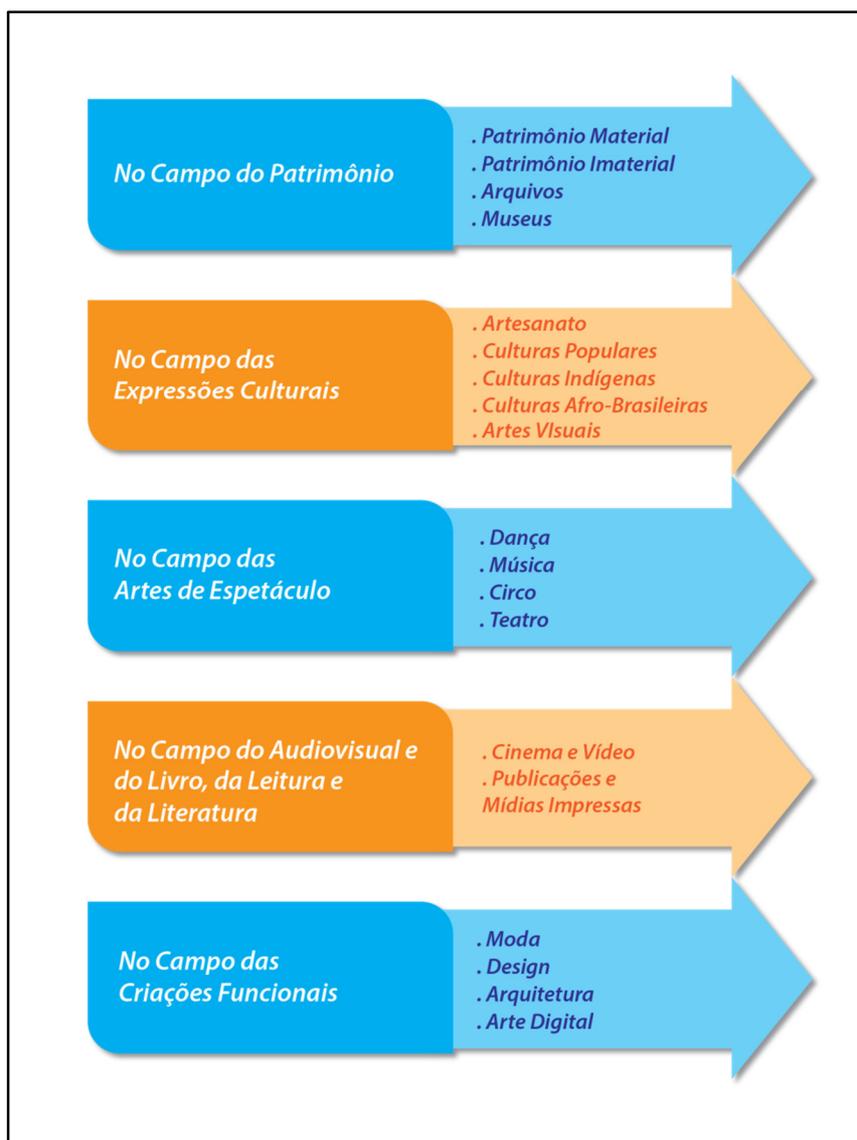


Figura 3: Escopo dos setores criativos.
Fonte: Ministério da Cultura (2011, p. 29).

Neste contexto, é conveniente pontuar um caso nacional de estímulo às indústrias criativas, pelo setor público, no Brasil, para esclarecer melhor a importância das características culturais. Na Bahia, no município de Itabuna (COSTA, 2008), foi identificado que a Secretaria de Educação e Cultura de Itabuna concentra o sistema municipal de ensino no desenvolvimento cultural do indivíduo e, juntamente com a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania, oferece cursos profissionalizantes, na área de produção cultural, como artesanato, corte e costura, bordados e pinturas em tela.

Desta forma, Davis (2008) lembra que estratégias de desenvolvimento de cada país precisam levar em conta suas características e culturas próprias. Reis (2008) reforça

que o entendimento do ambiente e dos aspectos culturais forma uma interseção entre cultura e economia, sendo importantes para a formulação de políticas culturais adequadas.

Incentivos fiscais, como a Lei de Incentivo a Cultura (Lei Rouanet) e a Lei do Audiovisual, também podem ser utilizados para desenvolver e incitar as atividades culturais. É importante observar que todas as ações tomadas pelo Governo, no intuito de promover a economia criativa, têm como objetivo preservar e promover a herança cultural, tanto para que esta não se acabe, quanto para que tais atividades sejam sustentáveis para seus atores e sociedade.

Verheul et al. (2001) assinalam que as medidas políticas podem influenciar nos determinantes do empreendedorismo de um país, e no desenvolvimento dos pequenos negócios. Segundo esses autores, as medidas de políticas públicas podem ser direcionadas aos *inputs* e *outputs* do empreendedorismo. Nos *inputs*, temos, por exemplo, os financiamentos e informações; já as oportunidades de comercialização dos bens enquadram-se nos *outputs*. Tais políticas podem construir um ambiente propício ou não para a atividade empreendedora. Nestes aspectos, as medidas políticas podem ser genéricas (direcionadas para toda a economia) ou específicas (tendo como objetivo o empreendedorismo).

As medidas genéricas, aplicadas numa perspectiva macroeconômica, podem estar relacionadas a impostos, regulação das legislações trabalhistas, seguridade social e políticas de renda e disparidade de renda. O dinamismo do mercado também pode ser influenciado pelo Governo, e “o nível do empreendedorismo é determinado pelo equilíbrio de entradas e saídas das firmas” (VERHEUL et al., 2001, p. 28). As políticas de abertura e fechamento de negócios podem ser vitais para a decisão do indivíduo em iniciar uma atividade empreendedora.

As medidas específicas podem ser distinguidas das genéricas, pelo fato de seu escopo poder compreender setores, regiões ou grupos econômicos. Essas políticas podem vir a “estimular a atividade empreendedora entre diferentes grupos de pessoas como mulheres, jovens, imigrantes e desempregados; e em setores específicos da indústria, como TI” (VERHEUL et al., 2001, p. 32). Estas ideias se afinam também com as ideias de Teixeira (1997).

4. Políticas Públicas Voltadas para o Fomento das Indústrias Criativas

Brasil, Inglaterra e Austrália são exemplos de países que contam com unidades específicas para a promoção dessas atividades, porém, a despeito disso, “quase todas as áreas da política governamental possuem algum tipo de interação com essas indústrias [...]” (UNCTAD, 2010, p. 27).

Em geral, o papel econômico do Governo é elaborar políticas públicas que incluam a distribuição eficiente dos recursos na economia, distribuição justa de renda e promoção do pleno emprego e da estabilidade de preços (UNCTAD, 2010). No caso específico das indústrias criativas de base cultural, as políticas públicas contribuem para promover a inserção dos aspectos econômicos às políticas culturais (SEGRS; HUIGH, 2006), que na visão de Hesmondhalgh e Pratt (2005), costumam ser marcadas pelos seus legados de romantismo e idealismo.

Merece destaque o projeto *Creative Metropoles: Public Policies and Instruments in Support of Creative Industries*, que traz exemplos de política pública de promoção das atividades criativas na Europa. O projeto envolve a experiência de onze cidades participantes: Amsterdã (Holanda), Barcelona (Espanha), Berlim (Alemanha), Birmingham (Inglaterra), Helsinki (Finlândia), Oslo (Noruega), Estocolmo (Suécia), Tallinn (Estônia), Vilnius (República da Lituânia), Riga (Letônia), e Varsóvia (Polônia).

A importância do enfoque das cidades na elaboração das políticas públicas foi um tema já realçado por Koga (2003 apud FÉLIX, 2008, p. 31), ao declarar que “a cidade pode ser concebida como o chão das políticas e da realidade da vida cotidiana”. De acordo com o *Creative Metropoles* (2010a), essas políticas podem ter quatro tipos de objetivos:

- 1) Organização e fornecimento do espaço;
- 2) Promoção do emprego;
- 3) Tornar a cidade mais visível;
- 4) Ter uma influência relevante no desenvolvimento da cidade.

A organização e o fornecimento do espaço nas cidades estão relacionados ao acesso do artista a áreas para a produção e a apresentação de trabalhos criativos. Além disso, as indústrias criativas são fontes de autoemprego e emprego, estimulam a produção cultural e podem servir de fonte de referência das cidades e contribuir para o

seu desenvolvimento. Sobre essas e outras contribuições para o progresso das cidades, considera-se que:

All these and other goals are legitimate. Some will lead to a policy that is focused on consumers, some to a policy focused on production, others to employment policy. Some will look predominantly at enterprises, some are mainly interested in cultural institutions. Some are holistic and deal with 'the' creative industries as a whole, some others are sectoral, looking at some sub-sets of the industry. (CREATIVE METROPOLES, 2010a, p. 5)³

Dada a situação das onze cidades europeias, o Creative Metropoles (2010a) desenvolveu três tipologias de políticas públicas, a partir dos parâmetros-chave a seguir:

a) o foco geral da política pública – transformar toda a cidade em um ambiente mais atrativo, para o desenvolvimento dos empreendimentos criativos ou ainda interconectar a regeneração do espaço urbano com o desenvolvimento das indústrias criativas;

b) a abordagem política das indústrias criativas – concentração no desenvolvimento de um subsetor; orientação para o desenvolvimento de clusters e setores econômicos relacionados (por exemplo: turismo) e apoio a diferentes iniciativas e ações em que se espera causar impactos positivos diretos no desenvolvimento das indústrias criativas; e

c) o papel das diferentes instituições públicas – a municipalidade (posicionada como ator dominante no desenvolvimento das políticas públicas de incentivo), o nível regional e o nível federal, que possuem influência sobre os municípios e são capazes de interconectar as políticas públicas municipais com as suas.

³ Estes e outros objetivos são legítimos. Alguns vão conduzir a uma política que foca nos consumidores, alguns para uma política focada na produção, e outros às políticas de emprego. Estes objetivos podem ser direcionados predominantemente para as empresas, com interesse principalmente em instituições culturais. Ainda existem os objetivos holísticos que lidam com “as” indústrias criativas como um todo, e outros são setoriais, direcionados para alguns subconjuntos da indústria (CREATIVE METROPOLES, 2010a, p. 5, tradução nossa).

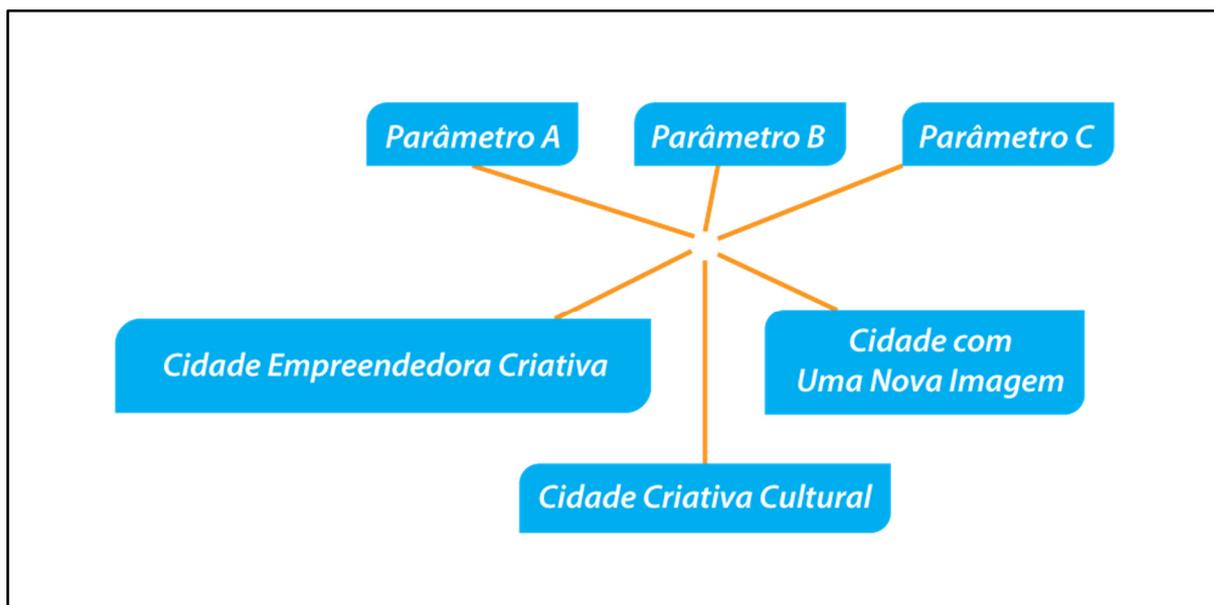


Figura 4 – Tipologias de medidas de política pública.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Creative Metropolises (2010a).

Como demonstra a Figura 4, as tipologias geradas a partir dos parâmetros são: “Cidade com uma Nova Imagem”, “Cidade Criativa Cultural” e “Cidade Empreendedora Criativa”. As duas primeiras tipologias enquadram-se mais nas discussões de política cultural, enquanto que a terceira tipologia relaciona-se ao desenvolvimento da atividade empreendedora.

“Cidade com uma Nova Imagem” é a tipologia em que as políticas públicas focam o desenvolvimento de conglomerados de atividades criativas dadas em um determinado espaço territorial. A política pública muda o posicionamento da cidade quanto à promoção das atividades criativas em um maior ou menor impacto, e implica na capacidade de tomar decisões vitais e realizar investimentos financeiros. Parte também do pressuposto de que a cidade sozinha não pode arcar com todos os custos financeiros nesta promoção, dando ao Governo Federal e à Região um papel essencial para que estas políticas públicas se efetivem.

A tipologia de “Cidade Criativa Cultural” é orientada pela cultura e os principais atores públicos envolvidos nestas políticas encontram-se nos níveis municipais e regionais. Essa tipologia é voltada para as grandes cidades com potencial turístico e que possuem características como: atmosfera cosmopolita, diversidade cultural, ambiente urbano inspirador e a presença de uma imagem cultural contemporânea internacional.

Além de mecanismos de apoio empresarial, as políticas de apoio às indústrias criativas focam no apoio de iniciativas culturais/criativas em um sentido mais amplo. Exemplos incluem festivais, iniciativas criativas, estudos em cultura e campos criativos, desenvolvimento de uma atmosfera criativa, iniciativas *cross-cultural*, e trazer pessoas criativas de outras culturas. (CREATIVE METROPOLES, 2010a, p. 7)

Na tipologia “Cidade Empreendedora Criativa”, as políticas públicas são orientadas ao desenvolvimento dos negócios das indústrias criativas. Os mecanismos de apoio visam o estabelecimento e o desenvolvimento de empresas economicamente sustentáveis e a criação de redes entre os profissionais e outras empresas deste setor.

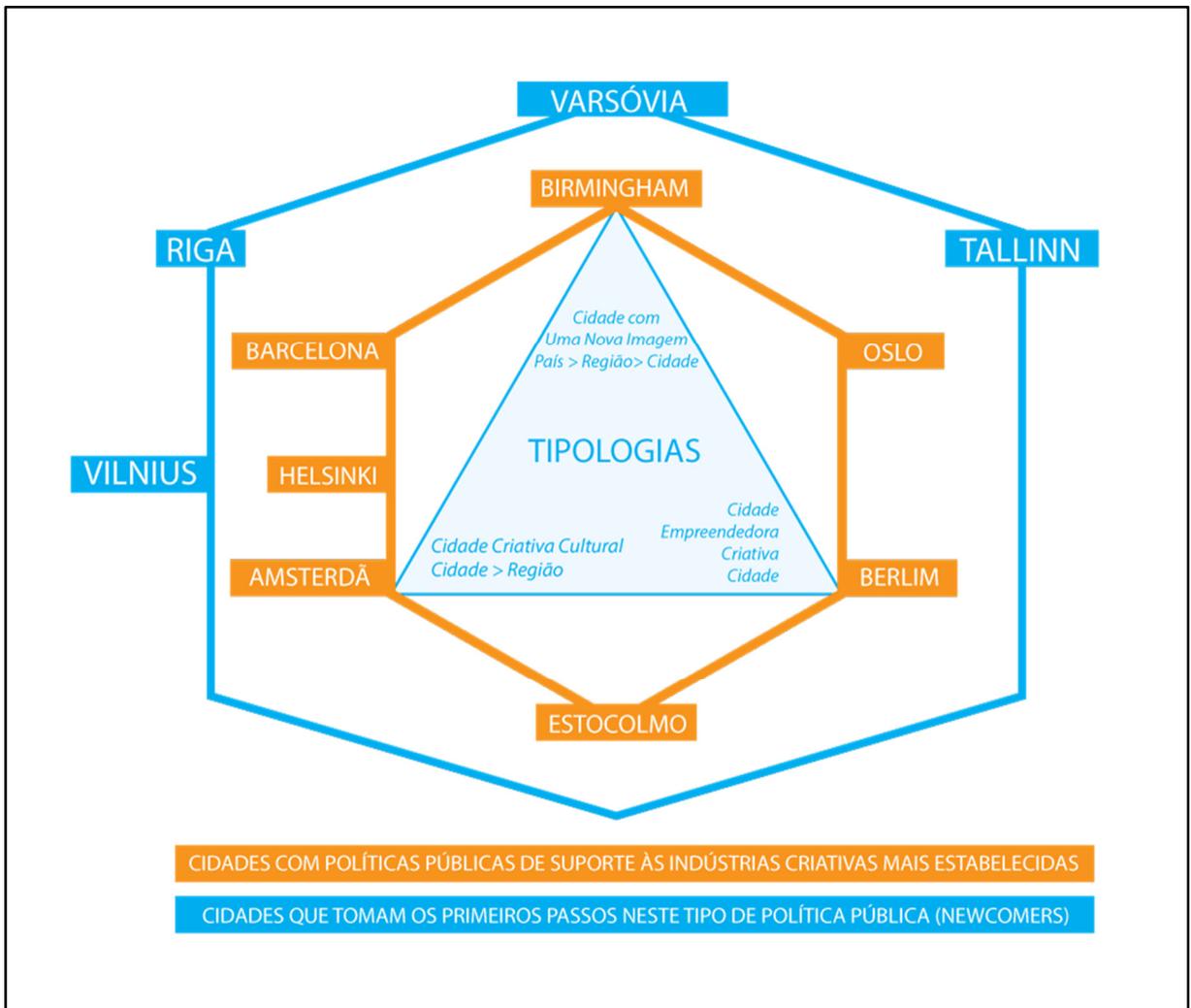


Figura 5 – Posição das onze cidades no modelo de políticas públicas de apoio às indústrias criativas. Fonte: Creative Metropoles (2010a, p. 8).

As onze cidades apresentam diferentes estágios em relação ao desenvolvimento de medidas de políticas públicas de apoio às indústrias criativas e podem ser divididas em dois grupos, conforme apresenta a Figura 5: (1) cidades com políticas públicas mais sólidas – Birmingham, Amsterdã, Berlim, Barcelona, Helsinque, Oslo e Estocolmo; e (2) cidades que ainda tomam os passos iniciais no desenvolvimento deste tipo de política pública, chamados de “*newcomers*” – Tallinn, Varsóvia, Riga e Vilnius.

O estudo apresenta exemplos de “Cidades Modelo” de cada uma das três tipologias. Birmingham é considerada o melhor exemplo de uma “Cidade com uma Nova Imagem”; Berlim exemplo de “Cidade Empreendedora Criativa”; Amsterdã é modelo de “Cidade Criativa Cultural”.

Estocolmo é uma das cidades que apresenta combinações de tipologias e elementos das “Cidades Modelo”. Possui uma forte demanda de consumo de bens culturais e, conseqüentemente, negócios criativos e culturais florescentes. Assemelha-se, nesse aspecto, a Berlim e é também semelhante a Amsterdã, por possuir importantes estruturas de apoio às indústrias criativas, nos âmbitos municipal e regional, e cooperação política com atores regionais.

Combinando elementos de Birmingham e Amsterdã, a cidade de Barcelona apresenta o desenvolvimento e a revitalização do espaço urbano (essenciais no apoio às indústrias criativas) como semelhante a Birmingham, e como centro de turismo cultural internacional, se assemelha à realidade de Amsterdã. A relação em comum de Barcelona com essas duas cidades também se afirma na cooperação entre o nível regional da administração pública e outras partes interessadas no desenvolvimento de políticas públicas.

Helsinki, por sua vez, combina elementos de Birmingham e Amsterdã. A primeira, pela orientação das políticas públicas voltadas para o desenvolvimento de espaços urbanos, e, a segunda, pelo foco no desenvolvimento e apoio às atividades culturais e turísticas (apesar de Helsinki ainda não ser referência mundial neste aspecto).

Oslo pode ser similar a Birmingham, pela preocupação com o espaço urbano e a adoção de medidas de política pública ao desenvolvimento de conglomerados em indústrias criativas, e suas políticas públicas de promoção de negócios criativos podem ser consideradas semelhantes às de Berlim.

O segundo grupo de cidades apresentados ainda na Figura 7 é constituído de cidades em estágios iniciais de apoio às indústrias criativas, os *newcomers*. Tallin

apresenta medidas de política pública de apoio, mas ainda não são tão consolidadas a ponto de posicionar a cidade como parte de uma “Cidade com uma Nova Imagem”. Riga possui potencial para que suas medidas de política pública sigam a tipologia de “Cidade Criativa Cultural”, assim como Amsterdã. O entendimento de que o desenvolvimento das indústrias criativas se dá apenas na relação desta com outros setores da economia, dando importância assim aos impactos indiretos dos empreendimentos criativos na economia da cidade, faz com que as medidas políticas de Vilnius sigam o caminho das tipologias de Birmingham e Amsterdã. Apesar de possuir uma forte tradição cultural, a única cidade onde não foi possível identificar o rumo das políticas públicas de apoio foi Varsóvia, que pode seguir a tipologia de “Cidade com uma Nova Imagem” ou “Cidade Empreendedora Criativa”.

5. Medidas de Políticas de Apoio aos Empreendimentos das Indústrias Criativas

O Creative Metropoles (2010b) apresenta exemplos de medidas de política pública de apoio aos negócios criativos pelas cidades, organizando-os sobre quatro práticas de apoio: espaço para as atividades criativas; serviços “soft” para empresas; apoio financeiro; e suporte na internacionalização.

Um local adequado é essencial para o trabalho e a apresentação de um empreendimento criativo. Berlim, com o projeto *Berlin Atelier Program*, fornece espaços de trabalho acessíveis para artistas na cidade. Ainda no que tange a espaços de trabalhos adequados, incubadoras de empresas podem ser encontradas em seis cidades: Barcelona, Helsinki, Tallin, Riga, Vilnius e Estocolmo. É dado destaque aos projetos de Estocolmo, que mantém parceria com instituições educacionais.

Transit and Starthus@KMH – Transit and Starthus@KMH are two incubators aimed at supporting entrepreneurship in the field of creative industries. Transit is an initiative by Konstfack (University College of Arts, Crafts and Design) and Stockholm School of Entrepreneurship. Transit provides support for start-ups and newly created companies with the fine arts, crafts and design. Starthus@KMH is the Royal College of Music’s equivalent initiative for entrepreneurship within the music industry. (CREATIVE METROPOLES, 2010b, p. 82)⁴

⁴ Transit e Starthus@KMH – Transt e Starthus@KMH são duas incubadoras destinadas a apoiar o empreendedorismo no campo das indústrias criativas. Transit é uma

Os serviços “soft” estão relacionados às medidas de política pública que se preocupam em oferecer aos empreendedores criativos treinamento e consultoria em como administrar um pequeno negócio. Barcelona, através do programa CREAMEDIA, é um exemplo de medida de política pública de treinamento em gestão dos negócios criativos. O programa é realizado em parceria com o *Barcelona Entrepreneurship Centre*, além de empresas e instituições financeiras, e possui como objetivo apoiar futuros empreendedores e *start ups* que se enquadrem entre os setores das indústrias criativas e que queiram sediar seus negócios em Barcelona. O programa fornece ao candidato a empreendedor *workshops* sobre elaboração de plano de negócios, treinamento em habilidades gerenciais, *coaching*, visita a empresas, consultoria, rede de contatos (*network*), incubadora de negócios, entre outros (CREATIVE METROPOLES 2010a; 2010b).

Quanto às políticas de suporte financeiro, *venture capitals* destinados a empreendimentos criativos se apresentam como uma alternativa para a obtenção de financiamento, já que existe resistência dos bancos em financiar uma empresa criativa, em estágio inicial, onde os riscos costumam ser altos. O VC FONDS KREATIV é um *venture capital* de Berlim que foca no financiamento de pequenas e médias empresas do setor criativo. Em Birmingham, a Advantage Creative Fund opera *venture capitals*, investindo na criatividade, no “apoio aos negócios criativos, pessoas criativas e ideias criativas. [...] Aberto a propostas de todos os tipos de negócios criativos, incluindo *start ups* e empresas bem estabelecidas” (CREATIVE METROPOLES, 2010b, p. 86).

Berlim e Barcelona foram as únicas cidades onde se encontrou políticas de apoio à internacionalização dos negócios criativos, tendo a cidade hispânica implementado a Catalunya film comission, cujo foco é a promoção internacional da Catalunha e de Barcelona, como locais de filmagens cinematográficas, havendo assim impacto, não apenas no setor de audiovisual ou da indústria cinematográfica, mas também no turismo e no setor hoteleiro. Cunningham (2009) assinala que a internacionalização e a exportação de produtos culturais por pequenas empresas na Europa mostram a clara relação entre cultura e mercado.

iniciativa da Konstfack (Universidade de artes, artesanato e design) e da Escola de Empreendedorismo de Estocolmo. Transit fornece apoio para *start-ups* e para empresas recém-criadas nos ramos de artes plásticas, artesanato e design. Starthus@KMH é semelhante ao Royal College of Music, iniciativa para o empreendedorismo na indústria da música. (CREATIVE METROPOLES, 2010b, p. 82, tradução nossa)

No que diz respeito à promoção da atividade empreendedora pelas indústrias criativas, o EURICUR (2007) destaca duas abordagens: (a) inserir as indústrias criativas no *mainstream* das políticas públicas de promoção ao empreendedorismo e (b) promover políticas públicas específicas para estimular o empreendedorismo nas indústrias criativas.

Como exemplo de política pública referente à primeira abordagem, o EURICUR (2007) apresenta o programa “Go! Das Gründungsnetzwerk (Go! Business Start-up Networks)” na Alemanha. O objetivo do programa é o de desenvolver negócios existentes bem como fomentar uma nova cultura de autoemprego. Das suas sete categorias de negócios listadas, uma delas é a das indústrias criativas, existindo um programa de apoio especial para os seus empreendedores.

Existem ainda políticas públicas específicas para a atividade empreendedora no campo das indústrias criativas, ou *tailor-made policies*. “A fiscalização destas políticas está nas mãos de agentes econômicos ou culturais já bem estabelecidos ou organizações recém desenvolvidas” (EURICUR, 2007, p. 32). O Quadro 1 apresenta alguns exemplos destas medidas de políticas públicas em diferentes países.

(Continua...)

Austrália – Nova Gales do Sul	Subsídios para consultoria (by ArtsNSW).	Museus
Austrália – Austrália Ocidental	Prêmios para melhorar o desempenho da empresa e estabilidade (by Screen West).	Cinema e TV
Áustria	Serviços de consultoria para artistas e a comunidade empresarial (by KulturKontakt).	Indústrias Criativas
Áustria – Cidade de Viena	Departure Expertpool (by Departure).	Indústrias Criativas
Bélgica – Flandres	Apoio à gestão e <i>coaching</i> para empreendedores culturais (pela CultuurInvest) / Distrito de Criatividade de Flandres (by the Flemish Government).	Indústrias Criativas

Finlândia	Vários programas com o Projeto de Exportação Cultural 2005-2010 (by the Ministry of Education, the Ministry for Foreign Affairs and the Ministry of Trade and Industry).	Indústrias Criativas
Alemanha – Renânia do Norte- Vestfália	Festival and Affair c/o pop (by Ministry of Economic Affairs and Energy of the State of North Rhine-Westphalia, City of Cologne, The Federal Cultural Foundation and GefördertDurch).	Música
Irlanda	Digital Hub Development Plan-2003-2012 (by the Irish Government).	Mídias Digitais
	Serviços de Design (by Enterprise Ireland).	Design
	Learning Waves – Skillnets (by Broadcasting Commission of Ireland – BCI).	Rádio
Singapura	Várias iniciativas com o programa Cidade Renascentista 2.0 (in the CI development Strategy-2003 by Ministry of Information, Communications and The Arts – MICA) / Creative Talent Fund (by Creative Community Singapore – CCS).	Indústrias Criativas
	INVIGORATE – Mobile Game Development Initiative (by Media Development Authority – MDA).	Jogos
	Desenvolvimento de Capacidades (by Media Development Authority – MDA).	Mídia

Espanha – Catalunha	Serviço de desenvolvimento de negócios – SDA / Centro de Radiofusão – CDA (by Catalan Institute of Cultural Industries – ICIC).	Audiovisual, publicidade, imprensa, artes cênicas e artes visuais
Reino Unido	Programa de Liderança Cultural 2006-2008 (jointly led by Arts Council England, Creative & Cultural Skills – SSC and the Museums, Libraries and Archives Council) / Starter for 6 (by National Endowment of Science, Technology and the Arts – NESTA).	Indústrias Criativas
	Várias iniciativas pela Skillset – Sector Skills Council – SSC for the Audio Visual Industries.	Audiovisual

Quadro 1 – Políticas para estimular o empreendedorismo
 Fonte: EURICUR (2007, p. 32-33).

Yoshimoto (2009) disserta sobre políticas públicas de apoio às indústrias criativas em três países asiáticos: Singapura, Coreia do Sul e Japão. As indústrias criativas de Singapura são agrupadas em quatro setores: artes, design, mídia e software e serviços de tecnologia. O setor de artes recebe apoio nacional através de subsídios financeiro do *Arts Council*. Para os outros setores “the main thrust of policy is to promote economic activity in the private sector” (YOSHIMOTO, 2009, p. 7), retratando assim a importância dada ao Governo para incentivo à criação e desenvolvimento de negócios criativos. A promoção da indústria cinematográfica possui apoio da cidade de Pusan, na Coreia do Sul, que em 1999 criou o Pusan Film Commission tendo como objetivo principal de promover a cidade como local para filmagens cinematográficas. As políticas públicas das cidades Japonesas de Sapporo, Sendai, Yokohama, Kanazawa e Takamatsu (na prefeitura de Kawaga) no que tangem às indústrias criativas “in most cases, are limited to harnessing the arts and culture for regional transformation purposes. Rarely is a creative industry promotion policy clearly defined or linked to producing tangible results” (YOSHIMOTO, 2009, p. 8).

No Brasil, Lima (2009) destaca políticas públicas federais, estaduais e municipais de fomento à produção cinematográfica, tendo como lócus de pesquisa o município de Salvador no estado da Bahia. Em âmbito federal, a Lei Rouanet (Lei nº 8.313/91) é um dos principais mecanismos de fomento de atividades culturais e a Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93), direcionada unicamente à distribuição, produção e exibição de produtos audiovisuais e funciona como mecanismo de incentivo fiscal. No Estado da Bahia, há o Instituto de Radiofusão Educativa da Bahia (IRDEB), que coordena políticas estaduais para o setor audiovisual. Quanto à participação do município no apoio ao setor audiovisual, a realidade é um pouco diferente.

Já na esfera municipal, não foram identificadas ações significativas voltadas ao segmento de cinema. Pode-se citar, entretanto, a Lei Municipal de Incentivo à Cultura, *Viva Cultura*, que apoia a produção cultural de Salvador através da seleção de projetos. O incentivo é garantido através de renúncia fiscal do ISS. Para a área de audiovisual, não foi registrado nenhum apoio com esse instrumento. Ainda na esfera municipal, foi lançado em 2007, o Núcleo de Produção Digital, ligado à Fundação Gregório de Mattos, cujo objetivo é apoiar a produção audiovisual independente, através do fornecimento gratuito de equipamentos e serviços, bem como promover o aprimoramento profissional e artístico de técnicos e realizadores. (SALVADOR, 2007 apud LIMA, 2009, p. 234)

Oliveira, Cordeiro e Alves (2009) apresentam o SEBRAE e o Centro de Artesanato do Ceará (CEART) como os principais órgãos responsáveis por apoiar o artesanato juazeirense, além da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, que apoia especificamente o artesanato em madeira. Para os autores, não há uma linha específica de financiamento que atenda as necessidades dos artesãos. O estudo apresenta o desconhecimento por parte dos artesãos sobre as políticas públicas de incentivo a seu ofício, mesmo que em âmbito municipal a Prefeitura tenha disponibilizado o prédio onde funciona a associação dos artesãos da cidade e também, em parceria com a Fundação Banco do Brasil e a Federação das Associações dos Artesãos do Cariri, tenha disponibilizado gratuitamente o “caminhão do artesão” que serve para o transporte dos produtos para feiras e exposições em todo o Brasil. O reconhecimento maior recai sobre o CEART e o SEBRAE. Este último tem desenvolvido programas e ações de apoio para a participação de feiras fora da cidade e promoção de cursos de capacitação e de atendimento aos turistas. O CEART que tem como principal ação a exposição de peças de artesãos locais em feiras na capital alencarina. Para os autores existe uma “percepção

reduzida das interações entre artesãos e demais instituições, sejam públicas ou privadas, o que pode constituir-se em um gargalo a expansão das atividades produtivas [...]” (OLIVEIRA; CORDEIRO; ALVES, 2009, p. 19).

A percepção dos artesãos quanto às formas de apoio necessárias para o aumento da eficiência competitiva do artesanato de madeira recaem principalmente em linhas de crédito e outras formas de financiamento, e a melhoria na educação básica. A pesquisa também aponta que existe grande dificuldade no acesso ao crédito por esses empreendedores principalmente por entraves burocráticos e as exigências de aval/garantias por parte das instituições de financiamentos. A inexistência de linhas de crédito adequadas aos artesãos também são pontuadas e se constitui como a principal dificuldade por parte destes quando recorrem a fontes externas de financiamento para seus negócios (OLIVEIRA; CORDEIRO; ALVES, 2009).

6. Considerações Finais

Os governos nacionais, regionais e das cidades têm apresentado medidas de política pública de incentivo à economia criativa. Por ações dos governantes mundiais, vários departamentos, observatórios e incubadoras já atuam em todo o mundo. No Brasil, a inauguração da Secretaria de Economia Criativa, atrelada ao Ministério da Cultura, demonstra a preocupação e o interesse do Governo brasileiro em incentivar essas atividades através de várias medidas, inclusive com a criação do Observatório Brasileiro da Economia Criativa (OBEC).

Ao dar uma maior atenção aos empreendimentos criativos, observa-se que estes possuem características distintas dos empreendimentos convencionais. São necessários programas específicos de estímulo às empresas das indústrias criativas. Nesse campo, seriam adequadas: a oferta de espaços de trabalhos acessíveis; o treinamento e capacitação gerencial adaptado ao perfil do gestor criativo; e o apoio de *venture capitals* direcionados às pequenas e médias empresas criativas.

Sugere-se que pesquisas futuras consolidem, primeiramente, tipologias e conteúdo das políticas públicas para as indústrias criativas, para, em seguida, focar as atividades criativas de base cultural-religiosa e os empreendimentos criativos. Assinala-se também possibilidade de pesquisas avaliativas sobre ações e impactos da Secretaria de Economia Criativa na economia criativa brasileira.

REFERÊNCIAS

BACHRACH, B.; BARATZ, M. **Two Faces of Power**. American Science Review 56: 947-952. 1962.

CAVES, R. **Creative Industries**. Harvard: Harvard University Press, 2000.

COSTA, A. de C. **Artesanato e Turismo em Itabuna (Bahia): dois estudos de caso à luz da economia criativa**. Dissertação de Mestrado em Cultura & Turismo – Universidade Estadual de Santa Cruz, 2008.

CREATIVE METROPOLES. **How to support creative industries: good practices from European cities**. (2010a). Disponível em: <www.creativemetropoles.eu>. Acesso em: 20/08/2013.

CREATIVE METROPOLES. **Creative Metropoles: situation analysis of 11 cities final report**. (2010b). Disponível em: <www.creativemetropoles.eu>. Acesso em: 20/08/2013.

CUNNINGHAM, Stuart D. **Trojan Horse or Rorschach Blot? Creative industries discourse around the world**. International Journal of Cultural Policy, 2009, vo. 15, n.4, pp. 375-386.

DAVIS, Andrea M. **A economia criativa como estratégia para o crescimento e regeneração de riquezas na Jamaica e no Caribe**. In: REIS, A. C. F. (Org.). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

DYE, Thomas D. **Understanding Public Policy**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1984.

EURICUR. **An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries**. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR), 2007. Link:

<<http://www.euricur.nl/default.asp?id=795&page=&keuze=publications&publication=187>>. Acesso em: 31/06/2013.

EVANS, P. **Autonomia e Parceria: Estados e transformação industrial**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FÉLIX, Waleska James Sousa. **“Valei-me Meu Padim”**: Um Estudo Sobre Cultura, os ‘Negócios da Fé’ e o Desenvolvimento Territorial de Juazeiro do Norte.

Dissertação de Mestrado Acadêmico em Administração – Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, 2008.

HESMONDHALGH, David; PRATT, Andy C. **Cultural industries and cultural policy**. International Journal of Cultural Policy, 11 (1), pp. 1-14, 2005.

LASWEL, H.D. **Politics: Who Gets What, When, How**. Cleveland, Meridian Books, 1936.

LIMA, Carmen Lúcia Castro. **Redes sociais e aglomeração produtivas culturais: proposição de método de pesquisa e aplicação ao caso da produção de filmes em Salvador**. Tese de doutorado em Cultura e Sociedade – Universidade Federal da Bahia, 2009.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

OLIVEIRA, Lúcia Maciel Barbosa de. **Ação e experimentação: o caso da Fundação Casa Grande**. Políticas culturais em revista, 2 (2), p. 60-71, 2009.

OLIVEIRA, Paulo Tersio de; CORDEIRO, Rosemary de Matos; ALVES, Christiane Luci Bezerra. **Cooperação e vínculos em Arranjos Produtivos Locais: o caso do artesanato em madeira de Juazeiro do Norte-CE**. Vez e Voz, v. 6, p 7-48, 2009.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SEGRS K; HUIJGH, E. **Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries**. Gent (Bélgica): Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen. Working Paper; n.2, 2006.

SOUZA, Celina. **Políticas Públicas: uma revisão de literatura**. Sociologias, Porto Alegre, n. 16, jul/dez 2006, p. 20-45.

TEIXEIRA, Elenaldo Celso. **As Dimensões da Participação Cidadã**. Caderno CRH, Salvador, n. 26/27, p. 179-209, jan./dez., 1997.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010**. Disponível em:<<http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/wp-content/uploads/2013/06/relatorioUNCTAD2010Port.pdf>>. Acesso em: 06/11/2013.

VERHEUL, Ingrid; WENNEKERS, Sander; AUDRETSCH, David; THURIK, Roy. **An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture**. Tinbergen Institute Discussion Paper, 2001.

YOSHIMOTO, Mitsuhiro. **Creative Industries Trends: the creative industries profile of Japan's ordinance-designated cities**. NLI Research, 2009.Download: <<http://www.nli-research.co.jp/english/socioeconomics/2009/li091015.pdf>>. Acesso em: 05/02/2014.