



Mapeamento da Indústria Criativa 2022

ANÁLISE ESPECIAL

Soft Power e desenvolvimento com base na cultura
e identidade dos territórios - ANEXO 1

ANEXO 1

Artigo: As políticas de fomento à economia criativa na América Latina: um panorama contemporâneo. Autores: Lucas Bazani Chér, Pedro Vianna Godinho Peria, Luís Paulo Bresciani.

Neste artigo os autores fazem um panorama das políticas de fomento à economia criativa na América Latina, com estudos de caso do México, Chile, Colômbia, Uruguai e Brasil. A seguir apresento os pontos de destaque.

México:

Em 2018 criou o documento “Mapa de Rota das Indústrias Criativas Digitais” para direcionar o planejamento e as ações da política pública. Governo definiu seis eixos estratégicos:

1. Educação e Talento: o pressuposto é de que há talento criativo, mas não profissionalizado. O objetivo é preparar o profissional criativo de acordo com as necessidades do mercado.
2. Estratégia e Política Pública. Neste eixo a preocupação é estabelecer uma política nacional que articule as diferentes iniciativas.
3. Ecossistema de Financiamento. Destaca que “o financiamento público e privado é uma das atividades mais efetivas para desenvolver as organizações de caráter criativo, uma vez que o desenvolvimento de produtos e serviços intangíveis dificulta o acesso às linhas de crédito tradicionais.”
4. Distribuição e Promoção de Produtos e Serviços: este eixo é destinado a facilitar e inserir as organizações mexicanas no processo de digitalização.
5. Criatividade e Narrativa. Ressalta um paradoxo identificado no mapa: “os mexicanos, mesmo sendo considerados criativos, ainda não conseguem criar narrativas que sejam atrativas ao mercado internacional.”
6. Ecossistema de Negócios. Seu principal objetivo é promover condições para a articulação produtiva da Economia Criativa mexicana.

Chile:

Em 2015 foi criado um comitê interministerial com a participação do Conselho Nacional de Cultura e Artes, Ministério da Economia, Ministério das Relações Exteriores, Ministério da Educação, Ministério do Desenvolvimento Social, Ministério do Trabalho, Ministério da Agricultura, Ministério da Segurança Pública e Ministério da Fazenda, com o objetivo de elaborar o Plano Nacional de Fomento à Economia Criativa.

As três diretrizes estratégicas que nortearam todo o plano: (1) fomento para a sustentabilidade econômica para que as iniciativas tenham longevidade; (2) profissionalização e promoção da coletividade. Neste ponto o foco foi no fortalecimento das instituições para a formalização do setor criativo e (3) fomento ao conhecimento sobre a Economia Criativa: investimento em pesquisa e seminários para gerar inteligência de mercado.

Colômbia:

O país possui cidades que foram transformadas por meio da economia criativa, como Medellín. Uma das bases do Plano Nacional de Desenvolvimento da Colômbia é o Pacto pela Proteção e Fomento à Cultura Colombiana e o Desenvolvimento da Economia Laranja.

Objetivos estratégicos:

1. Difundir informações que contribuam efetivamente para o desenvolvimento da Economia Criativa. Para tal, foi criado um sistema de informações responsável por gerar dados estatísticos para os setores criativos.
2. Fortalecimento do ambiente institucional das organizações criativas. A primeira medida do Governo foi a criação da Lei Laranja. Aprovada em 2017 e pioneira na América Latina, a lei possui como principal objetivo fomentar, incentivar e proteger as indústrias criativas da Colômbia. Para isso, a primeira estratégia definida consiste na criação de linhas de crédito para empreendimentos criativos. A Lei Laranja também incluiu as organizações criativas na Lei de Financiamento, que permite a transferência da arrecadação de impostos para empreendimentos criativos que gerem um número mínimo de empregos.
3. Fomentar a integração entre a Economia Criativa colombiana e os mercados internacionais.
4. Proteger a propriedade intelectual do país e criar condições que favoreçam a inclusão de pessoas nas mais variadas atividades da Economia Criativa.

Uruguai:

Alguns pontos de destaque no planejamento uruguaio:

Educação: Inserir no sistema educacional um modelo que desperte nos alunos a cultura da criatividade e a inovação. Com isso pretende trabalhar na capacitação do capital humano a partir da educação fundamental. Além disso, o plano também prevê a capacitação profissional nas empresas criativas e suas atividades de apoio. Ademais, elabora uma parceria entre governo e incubadoras com foco nas que funcionam dentro de universidades.

Informação: Investir num Sistema de Informação das Indústrias Criativas para contribuir com informações sistematizadas e atualizadas para todos que trabalham na cadeia de valor da economia criativa.

Instituições: coordenar esforços públicos em prol da simplificação burocrática.

Montreal (Canada) - Plano de ação para se posicionar como metrópole cultural

Tese de doutorado: Branding of creative cities. Alessandra Baiocchi Antunes Corrêa; advisor: Luís Alexandre Grubits de Paula Pessôa; co-advisor: François Colbert - 2021.

A cidade de Montreal se estabeleceu como uma metrópole cultural através de um longo processo de criação de instituições e desenvolvimento de mecanismos que apoiariam o setor cultural. É graças a este planejamento que a cultura se tornou um dos alicerces da diferenciação de Montreal e um dos principais motores do desenvolvimento da cidade.

Um evento importante que ilustra o modelo de governança cultural da cidade ocorreu em novembro de 2007, quando a prefeitura de Montreal, Culture Montreal, a Câmara de Comércio, o governo de Quebec e o governo do Canadá, juntamente com aproximadamente 1.300 convidados dos setores cultural e empresarial, se reuniram num encontro chamado “Montreal, Cultural Metropolis - Rendez-vous”. O objetivo deste evento era identificar projetos e medidas que fariam de Montreal uma metrópole cultural do século 21. O resultado foi o Plano de Ação 2007-2017, cujo foco era acelerar a implementação de uma visão compartilhada da cidade. Em 2012, foi realizada uma nova reunião para discutir as realizações dos primeiros cinco anos do Plano de Ação e delinear possíveis ajustes. Em 2017, a revolução digital tornou necessária a revisão da política de desenvolvimento cultural, levando em consideração a transformação que caracterizou o início do século 21.

Portanto, a cidade tem um modelo de governança que promove o encontro e o debate entre diferentes instituições, incluindo universidades e trabalhadores do setor, para que o planejamento seja um compromisso de todos em prol do desenvolvimento da cidade. Como todo planejamento de longo prazo, para ter continuidade e relevância, precisa ser revisto de tempos em tempos para eventuais ajustes que não representam uma descontinuidade das ações, e sim um acerto no caminho, caso necessário.

O manifesto pela economia criativa inclui recomendações para o desenvolvimento das indústrias criativas. Esclarece que governos encontram muita dificuldade para formular uma estratégia para os setores criativos. Um dos principais motivos é a diferença considerável entre os setores. Cada um tem seu próprio modelo de negócio, propriedades intelectuais e cultura. Mas têm em comum um ponto fundamental: a dependência do talento criativo.

Algumas recomendações de políticas públicas:

- **Formação e qualificação:** Como é uma indústria que depende do talento criativo, a formação e qualificação destes profissionais é um fator chave para o sucesso. Mas além disso, o manifesto defende que o trabalhador criativo precisa de habilidades multidisciplinares que devem ser desenvolvidas desde a educação básica. Recomenda a incorporação do estudo de Artes, Tecnologia, Design e Ciência da Computação na base curricular das escolas.
- **Pesquisa e desenvolvimento:** recomenda o investimento em P&D principalmente no apoio de a pequenas e médias empresas na aplicação de novas tecnologias e modelos de negócio.
- **Polos criativos:** defende o fortalecimento de polos criativos baseados nos talentos que já existem nos territórios. O investimento não deve ser focado somente em infraestrutura, mas também na capacitação de pessoas.
- **Regulação de plataformas de internet.** Posto que é um mercado composto de muitas pequenas empresas de criação e com uma concentração nas plataformas de distribuição (Amazon, Netflix, Google, Apple, Spotify), recomenda a criação de um órgão único que tenha a responsabilidade de reunir dados para tomar decisões relativas ao mercado e concorrência no ambiente digital.
- **Instituições culturais:** Propõe que financiadores priorizem as instituições culturais para que possam usar mais a tecnologia para expandir o alcance e criar fontes de valor.