

## AS POTENCIALIDADES E OS LIMITES PRESENTES NA ECONOMIA CRIATIVA DE PERNAMBUCO NO PERÍODO DE 2013 – 2016

Maria Christianni Coutinho Marçal<sup>1</sup>  
Joina Ijuniclair Arruda Silva dos Santos<sup>2</sup>

### Resumo

A esfera cultural contemporânea que produz e distribui filmes, programas de televisão, música, turismo, gastronomia, games, entre outros, desmaterializa as fontes de riqueza e incute grande protagonismo aos setores culturais e criativos instituindo as trocas por meio do que hoje se denomina “economia criativa”. O artigo teve como objetivo compreender as potencialidades e os limites presentes na Economia Criativa (EC) de Pernambuco no período de 2013 – 2016. Diante do objetivo exposto, foram acompanhadas e analisadas, por meio de análise de conteúdo, as ações dos grupos sociais envolvidos no campo temático da EC, tanto no âmbito público quanto privado, divulgadas na internet, no período em questão. Concluímos que, como política pública, a Economia Criativa não conseguiu se sustentar e conta apenas com investimentos de empreendedores sociais e culturais da iniciativa privada para se desenvolver, pois os governos – tanto em nível estadual quanto em nível nacional – diminuíram de forma considerada os investimentos nos setores da EC no citado período e perderam representatividade política quando a secretaria da economia criativa foi destituída.

**Palavras-chave:** Economia criativa; Cultura; Empreendedorismo; Pernambuco.

### Abstract

The contemporary cultural sphere that produces and distributes films, television programs, music, tourism, gastronomy, games among others, dematerializes the sources of wealth and inculcates a major role for the cultural and creative sectors, instituting the exchanges through what today is called "creative economy". The objective of this article was to understand the potentialities and limits present in the Creative Economy of Pernambuco in the period of 2013 - 2016. In view of the above, the actions of the social groups involved were monitored and analyzed through content analysis in the thematic field of CE - both publicly and privately - disseminated on the Internet during the period in question. We conclude that as a public policy, the Creative Economy was unable to sustain itself and only relies on investments from social and cultural entrepreneurs from private initiative to develop, since governments - both at the state level and at the national level - in the sectors of the EC in the mentioned period and lost political representativeness when the secretariat of the creative economy was dismissed.

**Keywords:** Creative Economy; Culture; Entrepreneurship; Pernambuco.

<sup>1</sup> Doutora e mestre em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Pernambuco. Professora do Departamento de Ciências Administrativas da UFPE.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pernambuco.

## Considerações iniciais

Na contemporaneidade, observamos que, em razão da globalização e das tecnologias da informação advindas dos processos de informatização pelos quais passam da sociedade, reflexos são sentidos no mundo da cultura, a qual se transforma em um recurso que circula tanto local quanto globalmente gerando fonte e circulação de riquezas por meio de setores da economia, a chamada Economia Criativa (EC), promovendo desenvolvimento econômico por intermédio da cultura.

Ao mesmo tempo que a EC aparece como uma força que enaltece as produções, comercializações e circulações de bens e serviços com ênfase na cultura local, a enaltecendo, ela também privilegia uma lógica de massificação de produtos e de mercado advindas do paradigma da internet que é global (DEHEINZELIN, 2012; REIS, 2008).

Diante dessa tensão entre o global e o local, presentes na literatura e no campo empírico dos setores criativos, observa-se o reconhecimento da EC como geradora de riqueza e como possível alternativa para a vocação de exportador de *commodities* do Brasil. Nesse contexto, criou-se, em 2012, a Secretaria da Economia Criativa (SEC), que funcionou até janeiro de 2015.

Em consonância com a posição do governo federal, Pernambuco vinha, desde 2011, trabalhando o seu próprio programa de incentivo e estímulo aos produtos e bens culturais, o Pernambuco Criativo. Ele se apresentava como um programa de articulação, fomento e estímulo ao desenvolvimento das cadeias produtivas criativas, envolvendo um plano de ações para o horizonte de quatro anos, em cinco eixos de atuação, a saber: 1. Estudos, pesquisas e formulação de políticas públicas; 2. Empreendedorismo, inovação e geração de negócios; 3. Articulação e cooperação; 4. Formação e capacitação; e 5. Infraestrutura para inovação.

Os objetivos do programa Pernambuco Criativo eram os seguintes: a inclusão da Economia Criativa na agenda estratégica do Estado, promovendo adesão da sociedade, das estruturas governamentais e da mídia; a profissionalização e o estímulo a novos negócios de Economia Criativa em Pernambuco; e a consolidação da imagem de Pernambuco no Brasil e no exterior como polo de Economia Criativa.

O programa teve como objetivo induzir a descentralização das atividades econômicas e teve a intenção de criar polos de investimentos no interior do Estado. Ao todo, seriam sete polos criativos: Recife, Caruaru, Garanhuns, Goiana, Salgueiro, Petrolina e São Lourenço da Mata (cidade da copa). De acordo com o plano, a escolha desses lugares refletiu critérios técnicos, econômicos, ativos culturais existentes e aspectos estratégicos (MARÇAL et al., 2014).

Entretanto, é compreensível que, na prática, houvesse tanto possibilidades quanto restrições para o desenvolvimento dessa política, pois o espaço era limitado, as verbas e os equipamentos culturais altamente especializados e, como política pública, as decisões seriam tomadas a partir das relações de poder dos grupos de interesses, tendo em vista o conflito presente na multiplicidade das demandas que se apresentavam (MARÇAL, 2014).

Naquele período, o governo do Estado também se posicionava como um governo que viabilizava um novo tipo de desenvolvimento que privilegiava a cultura como um bem imaterial da sociedade e como eixo norteador de desenvolvimento econômico e de políticas públicas. Observamos que, no planejamento estratégico elaborado para os anos de 2012-2015, o governador do Estado, Eduardo Campos, apresentou o Programa Pernambuco Criativo, dizendo que iria:

[...] preparar as bases para um novo ciclo de crescimento econômico com inclusão social, inserção na economia do conhecimento e da inovação, fortalecendo a identidade cultural de nossa gente. (PERNAMBUCO, 2011, p.10 apud MARÇAL et al., 2014, p.231)

No entanto, para a concretização real das potencialidades relacionadas à economia criativa, era necessário que a institucionalização da política pública fosse efetiva, uma vez que dessa institucionalização dependia o fomento de projetos, a captação e distribuição de recursos e o desenvolvimento dos setores que compõem essa economia.

Diante desse contexto, o objetivo central desse artigo é **compreender as potencialidades e os limites da economia criativa em Pernambuco no período de 2013-2016**. Alguns questionamentos são elaborados a partir do nosso objetivo central, a saber: que implicações a implantação de investimentos nessas economias pode trazer para Pernambuco? Que potencialidades e limites a EC impõe? Por que investir em setores criativos?

## Marco Teórico

### Origens e questões conceituais da EC

A economia criativa foi excogitada em um relatório de 1983, publicado pela primeira-ministra Margaret Thatcher, quando pela primeira vez se reconheceu oficialmente a importância de áreas ligadas à tecnologia e à criatividade para o crescimento econômico do Reino Unido (BLANCO, 2015).

Posteriormente, em 1998, foi criado um departamento governamental, *Department for culture, media and Sport (DCMS)* que definiu a EC como sendo a economia relacionada a

“aquelas atividades que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento individual, e que potencializam a criação de empregos e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual”, segundo Newbiggin (2010, p.15.). Nesse contexto, conforme menciona Marçal (2014, p. 39), os setores do Reino Unido que compõem essa economia são:

[...] publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, design de moda, cinema, software, softwares interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus, galerias e as atividades relacionadas às tradições culturais.

Relevante ressaltar que antes de se tornar uma questão de política pública e de incentivo governamental para o Reino Unido, já em 1994, em um discurso intitulado *Creative Nation* (Nação Criativa), o primeiro-ministro da Austrália, Paul Keating, já defendia a importância de aproveitar as oportunidades geradas pela globalização e pelas mídias digitais como forma de informar e enriquecer a criatividade das pessoas e de sua contribuição para o desenvolvimento do país. Porém, a disseminação do conceito de Economia Criativa se deu de forma mais impactante depois que o Reino Unido criou o seu departamento, transformando-a em política pública em 1998.

No decorrer do tempo, questionamentos sobre a diferença entre indústria cultural e economia criativa foram sendo apresentados. Na perspectiva de Machado (2009), há uma tendência em substituir o termo indústria cultural por economia criativa, por dois motivos: primeiro para afastar o sentido negativo e crítico do conceito de indústria cultural, desenvolvido por Adorno e Horkheimer na Escola de Frankfurt; e, segundo, pela necessidade de encontrar uma denominação que dê conta de uma série de atividades não contempladas pelo conceito anterior.

Esse conceito crítico definido por Adorno e Horkheimer (1947) classificou a indústria cultural como um sistema político e econômico que teria por finalidade a produção de bens de cultura como filmes, livros, música popular, programas de TV, entre outros, como se fossem produto de mercado e uma forma de estratégia do controle social (SALATIÉL, 2008).

Para a Unesco, as indústrias culturais são tidas como aquelas que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza. Tais conteúdos são tradicionalmente protegidos por direitos autorais e podem ser materializados, de fato, em forma de produtos e serviços. Para essa organização, as indústrias culturais possuem um aspecto importante ao mencionar que elas são “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura” (UNCTAD, 2010).

Outro significado para a EC caracteriza que ela deve abranger os profissionais que oferecem serviços com base no conhecimento e deve inserir os serviços relacionados ao intelecto e ao conhecimento, e não apenas se limitar às chamadas Indústrias Criativas. Além de abranger educação, atividade científica, pesquisa e desenvolvimento, a EC se aplica a quaisquer segmentos econômicos, ou seja, qualquer atividade econômica (FLORIDA, 2011).

A EC é um ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como recursos produtivos fundamentais, associando o talento aos objetivos econômicos e a caracterizando não somente como um ativo cultural, produto ou serviço comercializável, mas também aquela que incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico ( SERAFIM et al., 2012).

A EC se abastece dos talentos criativos, que se organizam de forma individual ou coletiva, para produzir bens e serviços criativos, segundo a autoidentificação do trabalhador com a tarefa (COSTA; CARRARO, 2014). As conversas em relação a EC permitem a mistura de conhecimentos pessoais, transformando-os em linguagem tangível, a partir da qual as mídias sociais promovem a amplificação dessa capacidade de conversação e remodelam-na.

Diante do exposto, podemos afirmar que a significação do termo EC envolve o viés econômico e comercial e, antes de tudo, a compreensão da arte e cultura como insumos para a sua concretização e também um novo tipo de classe de trabalhadores, o trabalhador da classe criativa (FLORIDA, 2011).

Na tentativa de significar as indústrias presentes na EC, O'Regan (2002 apud MARÇAL, 2014), as caracterizam como transeitoriais, transformacionais e transgovernamentais, pois envolvem vários setores, esforço criativo que transforma bens por meio de tecnologias digitais e também inserção de políticas voltadas ao empreendedorismo e à educação.

A SEC (2012-2015) teve a missão de conduzir a formulação, implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O plano Brasil Criativo, construído e gerido pela SEC, perpassa e dialoga com três outros planos nacionais (Plano Nacional de Cultura, Plano Brasil sem Miséria e Plano Brasil Maior) e tem a cultura como eixo de desenvolvimento para o país.

Antes da SEC, porém, houve a reestruturação do Ministério da Cultura (MinC) e do Conselho Nacional de Cultura nos governos de Lula (2003-2010), que proporcionou maior participação do Estado com a institucionalização das políticas culturais, pois iniciou a

realização das conferências nacionais, estaduais e municipais de cultura, a elaboração do Plano Nacional e a implantação do Sistema Nacional de Cultura, entre outros programas e ações. (RUBIM, 2010 apud BARBALHO; VALE; CORDEIRO, 2017).

Entretanto, apesar da vinculação da SEC com o MinC, na tentativa de implantar uma política pública focada na EC, a cultura ao longo do tempo não veio sendo trabalhada como fonte de geração de riqueza, de empregos nem de desenvolvimento econômico por parte dos governantes do nosso país.

Em seguida, no ano de 2016, o MinC foi brevemente extinto e reincorporado ao Ministério da Educação, porém essa decisão foi revista após a repercussão de militantes e artistas do meio cultural, levando o governo a restabelecer o MinC. Em entrevista durante a ocorrência dessa breve extinção do Ministério, Claudia Leitão, ex-secretária de EC do MinC, ressaltou que a extinção do MinC seria nefasta para o Brasil, pois se tratava de uma ação irresponsável e com graves consequências para a população e para o campo cultural brasileiro (RIBEIRO, 2016).

Concluimos essa reflexão dizendo que as “indústrias criativas” nascem de uma mistura que explora a imprecisão das fronteiras entre artes criativas e indústria cultural; liberdade e conforto; público e privado; estatal e comercial; cidadão e consumidor; político e pessoal. As indústrias criativas estão contidas no contexto político, cultural e tecnológico dos tempos atuais e, na verdade, se cultura é criatividade, mas essa criatividade foi produzida, implantada, consumida e desfrutada de forma diferente nas sociedades pós-industriais (HARTLEY, 2005), significa que ela está cada vez mais imbricada às tecnologias e a uma nova forma de capitalismo.

## Metodologia da pesquisa

A pesquisa teve uma abordagem qualitativa em que o *corpus* foi construído por um meio variado de fontes discursivas e por levantamento de dados digitais em forma de notícias. Os dados foram coletados entre janeiro e dezembro de 2016. Primeiramente foram visitados os *sites* dos atores envolvidos na criação e no desenvolvimento da EC em Pernambuco baseado naqueles encontrados nos estudos de Marçal (2014) e Marçal et al. (2014).

O objetivo dessa fase inicial foi saber se esses atores continuavam atuando no campo temático e de que forma estariam atuando. Em paralelo, foi executada outra ação: a de filtrar todo conteúdo de notícias, vídeos, blogs e artigos encontrados na busca do *Google* em relação a EC em geral e a EC em Pernambuco no período supracitado.

As publicações foram categorizadas tendo como base a revisão da literatura sobre EC em que foram criadas categorias analíticas que embasaram as análises. A análise de conteúdo de Bardin (1977) foi o método que inspirou as autoras deste artigo a discutirem as comunicações coletadas, a fim de contribuir para o enriquecimento da interpretação à luz do marco teórico apresentado, explorando os temas por meio da articulação entre os textos e os fatores que o determinam e pela dedução lógica das condições de produção dos textos. Como resultado da análise, buscamos responder ao objetivo central da pesquisa que é **compreender as potencialidades e os limites da economia criativa em Pernambuco no período de 2013-2016**.

## Resultados

Em nossas análises, identificamos que o significado atribuído a EC se traduz, em grande maioria, de forma positiva, tendo em vista que foram encontrados 331 enunciados positivos e cinco significados negativos de um total de 336 enunciados pesquisados. Os sentidos que enaltecem a EC proliferam os benefícios que ela traz para as áreas geográficas nas quais são incentivadas, pois ela dá autonomia aos empreendedores, gera riqueza, emprego e renda agregando valor aos produtos culturais incrementando o valor da “marca” local.

Ao analisar os setores criativos, observa-se que os setores relacionados ao ramo digital/tecnologias apareceram com maior frequência nas publicações pesquisadas, o que nos faz corroborar o marco teórico internacional, no qual a EC é um campo discursivo que nasce no contexto das tecnologias do século XXI.

Nesse ponto, para Wachowicz e Silva (2011, p.556)

a criatividade ligada à tecnologia, à inovação, à produção e à transmissão do conhecimento é vista muito além do que o simples pensar e do criar, é um elemento indispensável à economia e à sociedade, pois uma sociedade que anseia por informações e pelo desenvolvimento cada vez maior de novas tecnologias para servir consumidores exigentes não pode se imaginar sem criatividade.

Para Newbigin (2010), em razão do poder da tecnologia digital, as antigas tradições do trabalho cultural e industrial começaram a ter uma maior abrangência nos setores direcionados ao design, à produção, à decoração e à representação, onde se iniciaram os vínculos com uma gama mais ampla de atividades produtivas modernas – a publicidade, o design de roupa, o desenho gráfico e a mídia de imagens em movimento.

Além do contexto supracitado, constatou-se que o Porto Digital/ Portomídia, parque tecnológico localizado no centro do Recife, é a organização que mais apareceu nas pesquisas

relacionadas a EC e conseqüentemente à tecnologia, assim a esfera tecnológica ocupa o primeiro lugar no número de publicações apresentadas na Quadro 1, com 157 enunciados. Contudo os avanços e investimentos no parque tecnológico são vistos, em cada ano analisado (entre 2013 e 2016), com tendo uma capacidade de contribuição mais ampla, incrementando a EC em Pernambuco.

A existência do uso intensivo da tecnologia, como pode ser visto nas experiências cotidianas que vêm sendo cada vez mais transformadas e mediadas pelo avançado processo de globalização, torna o mundo cada vez mais conectado a esse tipo de recurso utilizado com frequência pela sociedade e pelo mercado nos dias atuais.

Porém, percebe-se uma necessidade de utilização e investimentos dos demais setores que podem agregar maior valor a EC, contribuindo com o objetivo de propagar e crescer esse tipo de economia, com a fusão de olhares múltiplos e complexos para uma melhor compreensão da realidade.

No Quadro 1, a seguir, é apresentada a contabilização das publicações catalogadas sobre o tema “Economia Criativa em Pernambuco”. Os campos do quadro são: instituição (nome da instituição mencionada na publicação), ano (período que a publicação foi divulgada), cidade (a mencionada na publicação – se interior ou capital), setor (o mencionado na publicação), dimensão (menciona se a instituição é de cunho público ou privado) e Qt (Quantidade Total das publicações por instituição).

No campo de Qt pode-se perceber os sinais de (+) e (-) ao lado da quantidade de publicações. Estes sinais indicam quantos anúncios foram encontrados com ênfase de conteúdo positivo (+) ou negativo (-) na quantidade total dos anúncios. Com esses sinais, pudemos identificar se existem mais publicações que mencionam os aspectos positivos ou negativos relacionados a EC em Pernambuco.

Ao analisar esse campo, pudemos identificar que as notícias a respeito da economia criativa estão em maior número positivo, ou seja, compreende-se que apesar de ainda se sentir uma necessidade de maior investimento na EC em Pernambuco, o número de divulgações negativas está menor, com cinco enunciados negativos em comparação aos 331 enunciados positivos. Conclusão que se chegou após a soma dos números com os sinais de (+) e (-).

O setor denominado “cultural” apresenta-se em segundo lugar no número de publicações, tendo em torno de 84 enunciados no estado. Logo em seguida, nota-se o artesanato em terceiro lugar, com aproximadamente 27 enunciados. Os demais setores como arte, música, turismo, dança, design, audiovisual e diversos completam as 68 publicações restantes. Tais



dados reforçam a premissa de que há a necessidade de um maior investimento nas demais áreas da EC como expressões populares.

**Quadro 1.** Catalogação das publicações veiculadas na internet associadas ao tema da EC no estado de Pernambuco.

Instituição	Ano	Cidade	Setor	Dimensão	Qt.
AD Diper	2013	Recife (1) Caruaru (1)	Artesanato (2)	Pública	12+ 0-
	2014	Recife (5)	Artesanato (1) Digital (2) Arte (1) Design (1)		
	2016	Recife (3) Ouricuri (1) Afogados da Ingazeira (1)	Artesanato (1) Digital (2) Artesanato (1) Cultura (1)		
AD Goiana	2014	Recife (1) Mata Norte (1) Goiana (8)	Cultura (1) Cultura (1) Digital (2) Cultura (3) Artesanato (2) Arte (1)	Pública	11+ 0-
	2016	Goiana (1)	Artesanato (1)		
Aeso Barros Melo	2013	Olinda (1)	Digital (1)	Privado	5+ 0-
	2015	Olinda (4)	Design/Moda (4)		
CNPq	2013	Recife (2) Mata Norte (1)	Cultura (3)	Pública	4+ 0-
	2016	Recife (1)	Cultura (1)		
AGEFEPE	2013	Recife (6) Olinda (2) Caruaru e Petrolina (1) Bezerros (1)	Digital (3), Design e Dança (3) Artesanato (2)  Digital (1) Artesanato (1)	Pública	17+ 0-

# Revista Pensamento & Realidade

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

Instituição	Ano	Cidade	Setor	Dimensão	Qt.
	2014	Recife (4) Sertão do São Francisco (1)	{ Artesanato (1) Moda (1) Cultura (2) Digital (1)		
	2015	Caruaru (1)	Digital (1)		
	2016	Recife (1)	Artesanato (1)		
Caixa Cultural	2013	Recife (4)	Cultura (1) Tecnologia (1) Cultura (2)	Pública	4+ 0-
BID	2016	Recife (3)	Tecnologia (3)	Privado	3+ 0-
Ministério da Cultura (Minc)	2013	Goiana (5) Petrolina (1) Recife (8)	{ Digital (4) Cultural (1) Digital (1) Cultura (4) Arte (4)	Pública	17+ 1-
	2014	Recife (4)	Cultura (2) Arte (2)		
BNDES	2013	Recife (7)	Digital (7)	Pública	20+ 0-
	2014	Cupira (1)	{ Digital (1) Musical (2) Cultural (1) Moda (1)		
		Recife (4)			
	2015	Recife (2)	Musical (1) Digital (1)		
2016	Recife (2) Olinda (2) Caruaru (1) Goiana (1)	Cultural (2) Musical (2) Audiovisual (1) Digital (1)			
BNB	2013	Recife (1)	Dança (1)	Pública	3+ 0-
	2015	Recife (1)	Cultura (1)		
	2016	Ouricuri (1)	Artesanato (1)		
C.E.S.A.R	2013	Recife (2)	Cultura (2)	Privado	17+ 0-
	2014	Recife (2)	Cultura (1) Tecnologia (1)		
	2015	Recife (5)	Digital (5)		
	2016	Recife (7)	{ Digital (5) Cinema (1) Cultura (1) Tecnologia (1)		
Caruaru (1)					

# Revista Pensamento & Realidade

---

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418



# Revista Pensamento & Realidade

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

Instituição	Ano	Cidade	Setor	Dimensão	Qt.
Delta Zero	2013	Recife (3)	Tecnologia (1) Cultura (2)	Pública/Privado	8+ 0-
	2014	Recife (3)	{ Digital (2) Audiovisual (1)		
		Mata Norte (1)			
2016	Recife (1)	Cultura (1)			
D'Accord Music	2013	Recife (5)	Tecnologia (1) Cultura (4)	Privado	7+ 0-
	2014	Recife (1)	Digital (1)		
	2016	Recife (1)	Cultura (1)		
Firjan	2013	Recife (2)	Digital(1) Design e visual (1)	Privado	6+ 0-
	2014	Recife (1)	Cultura (1)		
	2016	Recife (3)	Tecnologia (3)		
Porto Digital	2013	Recife (12)	{ Cultura (2) Digital (10)	Privado	31+ 0-
		Petrolina (1) Caruaru (1)			
	2014	Recife (4)	Digital (4)		
	2015	Recife (3) Caruaru (1)	Tecnologia (4)		
2016	Recife (9)	Digital (9)			
Mr. Plot	2013	Recife (10)	Digital (8) Audiovisual (2)	Privado	15+ 0-
	2014	Recife (4)	Audiovisual (4)		
	2016	Recife (1)	Digital (1)		
Impact Hub	2013	Recife (2)	Cultura (1) Digital (1)	Privado	6+ 1-
	2014	Recife (2)	Tecnologia (1) Arte (1)		
	2015	Recife (2)	Tecnologia (2)		
	2016	Recife (1)	Moda (1)		
Musica LTDA	2013	Recife (2)	Cultura (2)	Pública/Privado	

# Revista Pensamento & Realidade

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

	2015	Recife (1)	Cultura (1)		7+
	2016	Recife (2) Mata Norte (1) Salgueiro (1)	Cultura (4)		0-

# Revista Pensamento & Realidade

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

Instituição	Ano	Cidade	Setor	Dimensão	Qt.
SDEC, Secretaria da Cultura, Secretaria Da Mulher e SEC	2013	Recife (10)	{ Cultura (4) Design e moda (3), Artesanato (3) Digital (1)	Pública	30+ 0-
		Petrolina (1) Arcoverde (1)	Tecnologia (1)		
	2014	Recife (5)	{ Artesanato (2) Digital (2) Cultura (1)		
		Mata Norte (2) Goiana (1)	{ Cultura (1) Audiovisual (1) Digital (1)		
2015	Recife (4)	Moda (1) Digital (3)			
2016	Recife (6)	Cultura (2) Audiovisual (1) Digital (3)			
Fundarpe	2016	Recife (2)	Digital (2)	Privado	2+ 0-
SEBRAE	2013	Recife (1) Nazaré da Mata/Goiana (1)	Arte (1) Cultura (1)	Privado	9+ 0-
		Goiana (2) Recife (1) Olinda (1)	Digital (2) Digital (1) Tecnologia (1)		
	2016	Recife (2) Goiana (1)	Digital (2) Cultura (1)		
Polo de Economia Criativa de Pernambuco	2013	Recife (2)	Cultura (1) Música (1)	Pública	3+ 0-
	2016	Recife (1)	Artesanato (1)		
SENAC	2013	Recife (2) Paulista (2) Caruaru (1) Petrolina (1)	Digital (2) Digital (2) Digital (1) Digital (1)	Privado	12+ 0-
		Goiana (1) Recife (2)	{ Digital (1) Moda (1) Cultura (1)		
	2016	Recife (3)	Digital (3)		
	2013	Recife (1)	Design (1)		

# Revista Pensamento & Realidade

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

Rec Produtores	2014	Recife (1)	Audiovisual (1)	Privado	4+ 0-
	2016	Recife (2)	Audiovisual (1) Música/Moda (1)		
Produtora Colaborativa	2015	Recife (1)	Música (1)	Privado	4+ 0-
	2016	Recife (2) Olinda (1)	{ Mídia(1) Cultura (1) Dança (1)		

# Revista Pensamento & Realidade

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

Instituição	Ano	Cidade	Setor	Dimensão	Qt.
Orbe Coworking	2014	Recife (6) Casa Amarela (1)	Cultura (4) Moda/Design (2) Cultura (1)	Privado	10+ 0-
	2015	Recife (2)	Cultura (1) Audiovisual (1)		
	2016	Recife (1)	Cultura (1)		
Instituto Talento Brasil	2013	Recife (1)	Tecnologia (1)	Pública /Privado	4+ 0-
	2015	Recife (3)	Digital (3)		
Tecnologia Vivo	2013	Recife (1)	Tecnologia (1)	Privado	9+ 0-
	2015	Recife (3)	Tecnologia (3)		
	2016	Recife (5)	Audiovisual (3) Cultura (2)		
ONU	2013	Recife (1)	Cultura (1)	Pública	5+ 0-
	2015	Recife (3)	Artesanato (1) Digital (1) Turismo (1)		
	2016	Recife (1)	Tecnologia (1)		
Incubatec	2015	Recife (2)	Digital (2)	Pública	2+ 0-
UFPE	2014	Recife (1)	Digital (1)	Pública	2+ 0-
	2015	Recife (1)	Digital (1)		
UFRPE	2015	Recife (1)	Digital (1)	Pública	1+ 0-
Fecomércio	2014	Goiana (1)	Digital (1)	Privado	2+ 0-
	2016	Vitória (1)	Cultura (1)		
The Hub Recife	2013	Recife (1)	Digital (1)	Pública/Privado	2+ 0-
	2014	Recife (1)	Cultura (1)		
Coworking Casa Amarela	2014	Recife (1)	Digital (1)	Privado	1+ 0-
Unicap	2014	Recife (3)	Digital (3)	Pública/Privado	3+ 0-
Móbilis	2013	Recife (1)	Digital (1)	Privado	1+ 0-
Espaço Garimpo	2015	Recife (2)	Cultura (2)	Privado	4+ 0-
	2016	Recife (2)	Tecnologia (2)		
Santander	2013	Recife (1)	Cultura (1)	Privado	0+ 2-
	2014	Recife (1)	Cultura (1)		



# Revista Pensamento & Realidade

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

Riachuelo	2013	Recife (2)	Arte (2)	Privado	2+ 0-
Núcleo Têxtil	2014	Agreste (4)	Artesanato (4)	Privado	4+ 0-
Unesco	2013	Recife (1)	Turismo (1)	Pública/Privado	2+
	2015	Recife (1)	Cultura (1)		0-
Prefeitura de Olinda	2016	Recife (1)	Design (1)	Pública	1+ 0-
IBGE	2014	Recife (1)	Cultura (1)	Pública	1+ 0-
<b>Instituição</b>	<b>Ano</b>	<b>Cidade</b>	<b>Setor</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Qt.</b>
Teatro Beberibe	2016	Recife (1)	Cultura (1)	Privado	1+ 0-
Porto Marinho	2016	Recife (1)	Cultura (1)	Privado	1+ 0-
Fiat Chrysler	2014	Recife (1)	Digital (1)	Privado	1+ 0-
CORECON	2016	Recife (2)	Cultura (1) Digital (1)	Pública	2+ 0-
Banco Central	2016	Recife (1)	Digital (1)	Pública	1+ 0-
UPE	2014	Recife (1)	Digital (1)	Pública	3+
	2015	Recife (2)	Digital (2)		0-
Armazém do Porto	2015	Recife (1)	Digital (1)	Privado	1+ 0-
Gov. de Pe	2016	Recife (1)	Audiovisual (1)	Pública	1+ 0-
ONG – Casa da Mulher	2013	Gravatá (1)	Artesanato (1)	Pública	1+ 0-
Finep	2013	Recife (2)	Digital (2)	Pública	2+ 0-
CGEE	2014	Recife (2)	Diversos (2)	Pública	2+ 0-
Investidores Belgas	2013	Recife (1)	Tecnologia (1)	Privado	1+ 0-
Dohler	2016	Caruaru (1)	Artesanato (1)	Pública/Privado	0+ 1-
Facape	2013	Petrolina (1)	Digital (1)	Pública	1+ 0-
Porto Musical	2015	Recife (1)	Musical (1)	Pública/Privado	1+ 0-
<b>Total positivo</b>					331
<b>Total negativo</b>					5

Fonte: Elaborada pelas autoras

A pesquisa confirmou a falta de definição dos termos sobre os setores que deveriam compor a EC. Não houve na literatura nem no campo empírico uma definição clara sobre esses setores. Com a SEC, houve uma tentativa de gerar um consenso sobre a significação dos setores, mas, na prática, a apropriação não se configurou, o que dificulta investimentos e ações governamentais de forma mais transparente e democrática.

Sendo uma perspectiva teórica que prevê polos de interiorização de desenvolvimento econômico, questionamos quais as regiões do Estado continham mais ações enfocando a EC. Foram divulgadas muito mais ações concentradas na capital que no interior do estado de Pernambuco. Investimentos públicos foram escassos e a crise econômica e política do Brasil também contribuíram para a escassez desses investimentos. Sobre as instituições públicas e privadas que apareceram nas publicações, foram constatadas 32 públicas e 35 privadas.

Sobre o desenvolvimento dos projetos estruturadores propostos pelo Plano Pernambuco criativo, observamos, de um lado, que alguns polos criativos não foram desenvolvidos de forma satisfatória, a exemplo das propostas de Olinda e da Mata Norte, segundo alguns artesãos entrevistados. Por outro, o armazém da criatividade, extensão do Porto Digital, em Caruaru, foi criado nesse período e já vem desenvolvida a EC nessa cidade. Além disso, instalados os equipamentos propostos para Recife.

Em termos políticos, houve dois momentos críticos no período desta pesquisa, a saber: a possível extinção do MinC (notícia divulgada no ano de 2016), em que foi necessária a mobilização de movimentos e de produtores culturais em todo país para reverter a situação; e a possibilidade de se extinguir a pasta da cultura no estado de Pernambuco. Os fatos evidenciam que, tanto em nível estadual quanto nacional, a cultura não apareceu como prioridade de investimentos, o que faz que o setor se desenvolva de forma lenta e também precária.

## Considerações Finais

A pesquisa teve como objetivo principal compreender as potencialidades e os limites presentes na Economia Criativa de Pernambuco no período de 2013 – 2016. Iniciamos o estudo refletindo a respeito de uma política pública que posicionava a cultura como mola propulsora do desenvolvimento e concluímos, com pesar, que o processo de institucionalização dessa política foi interrompido pelos poderes públicos tanto no âmbito federal quanto no estadual.

Nesse período criou-se e extinguiu-se uma secretaria vinculada ao MinC com o objetivo de desenvolver a Economia Criativa no Brasil, sendo este um dos limites encontrados: a descontinuidade da política no governo federal. A proposta da SEC envolvia valorização da diversidade cultural, da inclusão social, da inovação e da sustentabilidade. Esses elementos estavam no cerne desse novo tipo de desenvolvimento que a política pública promulgava em que a cultura e os bens simbólicos seriam os elementos protagonistas.

Outro limite encontrado para o desenvolvimento da EC envolveu o seguinte questionamento: como a lógica mercantilista que envolve a economia global e massificada pode promover diversidade cultural, inclusão social, inovação e sustentabilidade para as comunidades locais? Tal resposta pode ser observada quando analisamos os investimentos que são feitos nos setores que promovem produtos com atratividade para o mercado e que não necessariamente divulguem e disseminem a cultura regional.

Em trabalho publicado em 2014, já havíamos observado que os grupos e coletivos que se organizaram e responderam às chamadas públicas da EC em Pernambuco foram aqueles que já tinham tido alguma forma de subsídio. Essa realidade continua presente, pois as organizações sociais que dominam a linguagem de mercado são as que se adiantam no contexto dos editais que ditam as regras e normatizam o acesso aos investimentos públicos, visto que os planos de negócios e sua viabilidade econômica são os critérios utilizados para avaliar incubadoras de negócios seja na área de tecnologia ou de cultura.

Outro limite também encontrado foi a falta investimentos em educação empreendedora àqueles que investem nos setores culturais para o mercado ser mais competitivo e para que a concorrência pelas verbas públicas seja mais equitativa. Dessa forma, para que setores tradicionais da cultura sejam transformados em indústrias criativas nos moldes da economia global, os investimentos devem ser maciços naquele tipo de educação.

Para que a política pública seja bem-sucedida, o Estado tem um papel fundamental no que se refere à criação, promoção e regulação do desenvolvimento econômico e social. No entanto, cabe também a outros atores, como a academia e a sociedade civil, absorverem a dinâmica que os compõe.

Corroboramos o mesmo achado de 2014, a baixa a frequência de publicações sobre o envolvimento das universidades de PE, abordando a temática da EC. Sabemos que o desenvolvimento de competências criativas é fundamental para que os setores se desenvolvam e tenham sustentabilidade, mas sem educação no nível superior torna-se complicado disseminar o paradigma de conhecimento que envolve esse novo tipo de desenvolvimento.

Como limitação desta pesquisa, observou-se que as fontes de enunciação utilizadas demonstram certa fragilidade, pois apresentam filtros decorrentes dos interesses de quem os enuncia ou das mídias digitais que terminam sendo um dos setores chave dessa nova economia evidenciando ainda mais os discursos que a enaltecem, observado na maior parte das publicações. Sugerimos novas fontes de enunciação para ampliar o conhecimento do campo em questão.

## Referências

- BARBALHO, A.; VALE, C.; CORDEIRO, M. A cultura na plataforma on-line dialoga Brasil. **Pensamento & Realidade**, São Paulo, v. 30, n. 4, 2017.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977. Título original: Lá Analyse de Contenu.
- BLANCO, G. **Verbete Draft: o que é Economia Criativa**. Disponível em: < <http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-economia-criativa/>>. Acesso em: 25 abr. 2018.
- COSTA, A. L. P.; CARRARO, A. **O Retrato da Economia Criativa na Zona Sul do Rio Grande do Sul**. Universidade Federal de Pelotas, Campus Porto, RS., 2014. Disponível em: <<https://is.gd/jCSrww>>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- DEHEINZELIN, L. **Desejável mundo novo: vida sustentável, diversa e criativa em 2042**. São Paulo: Ed. do Autor, 2012.
- FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa**. Tradução de: Ana Luiza Lopes. L&PM Editores, 2011.
- HARTLEY (Ed.). **Creative industries**. London: Blackwell, 2005.
- LEITÃO, C. A Extinção do MinC é Nefasta para o Brasil. [Entrevista cedida a] Duanne Ribeiro. @rcapitu, 2016 Disponível em: < <https://is.gd/roGC2a> >. Acesso em: 03 abr. 2018.
- MACHADO, R. M. Da indústria cultural à economia criativa. **ALCEU**, v. 9. n.18, p. 83 a 95, jan./jun. 2009.
- MARÇAL, M.C.C.; MELLO, S.C.B.; CORRÊA, M.I.S.; SOUZA, A.C.R. A experiência do primeiro ano de institucionalização da política pública “Economia Criativa” em Pernambuco. **Políticas Culturais em Revista**, v. 2, n.7, p; 228-248, 2014.
- MARÇAL, M.C.C. **Discurso do Sistema Tecnológico PORTOMÍDIA: um estudo no Campo da Economia Criativa e Artes Digitais**. 2014, 194f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.
- NEWBIGIN, J. **A Economia Criativa: um Guia Introdutório**. Série Economia Criativa e Cultural. Reino Unido: British Council, p. 1-82, 2010. Disponível em: < <https://is.gd/wfHLEA> >. Acesso em: 16 abr. 2018.
- REIS, A.C.F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú cultural, 2008.
- SALATIEL, J. R. **Escola de Frankfurt: Crítica à sociedade de comunicação de massa**, 2008. Disponível em: < <https://is.gd/VL3FVR> >. Acesso em: 12 abr. 2018.
- SERAFIM, M. C. et al. **Economia Criativa ou Indústria Criativa: delimitação de um conceito em construção**, 2012. Projeto de pesquisa. Disponível em: < <https://is.gd/ZrZItj>>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural,

# Revista Pensamento & Realidade

---

v. 33, n. 2, p. 86-106, abr./jun. 2018 - e-ISSN: 2237-4418

2012. Disponível em: <[http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103\\_pt.pdf](http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf)>. Acesso em: 04 mai. 2018.

WACHOWICZ, M.; SILVA, R. O. C. Direito autoral e economia criativa: a construção de uma economia preocupada com a criatividade. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.7, n. 2, p. 556 – 572, out., 2011.