



**Universidade Federal do Ceará
Faculdade de Direito
Programa de Pós-Graduação em Direito
Curso de Mestrado em Direito
Área de Concentração em Ordem Jurídica Constitucional**

Carla Sofia Pereira

**O DIREITO FUNDAMENTAL AO DESENVOLVIMENTO E A ECONOMIA CRIATIVA
COMO ALTERNATIVA À SUA CONSECUÇÃO**

Carla Sofia Pereira

**O DIREITO FUNDAMENTAL AO DESENVOLVIMENTO E A ECONOMIA CRIATIVA
COMO ALTERNATIVA À SUA CONSECUÇÃO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Direito.

Orientador: Prof. Dr. João Luis Nogueira Matias

Fortaleza
2011

© Universidade Federal do Ceará

Biblioteca da Faculdade de Direito

Ficha catalográfica elaborada pela Bibliotecária Geovanice M^a Anselmo da Silva CRB -3/723

P436d Pereira, Carla Sofia

O direito fundamental ao desenvolvimento e a economia criativa como alternativa à sua consecução/Carla Sofia Pereira. – Fortaleza: 2011.

201 p.

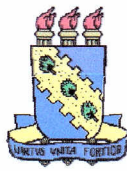
Orientador: Prof. Dr. João Luis Nogueira Matias.

Área de Concentração: Direito Constitucional.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Direito, Fortaleza, 2011.

1. Direitos fundamentais 2. Desenvolvimento econômico . I. Matias, João Luis Nogueira (orient.). II. Universidade Federal do Ceará - Mestrado em Direito. III.Título.

CDD 342.74



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE DIREITO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO (*STRICTO SENSU*)

**“O DIREITO FUNDAMENTAL AO DESENVOLVIMENTO E A
ECONOMIA CRIATIVA COMO ALTERNATIVA À SUA
CONSECUÇÃO”**

CARLA SOFIA PEREIRA

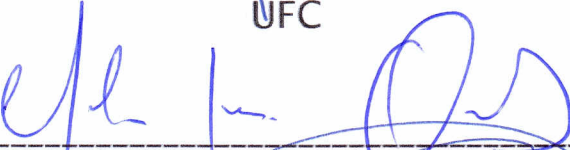
Dissertação defendida em 29/07/2011, às 11h00min.,
com menção:

APROVADA

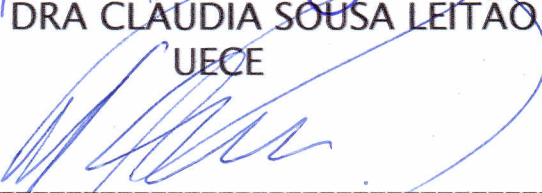
COMISSÃO EXAMINADORA :



Prof. DR JOÃO LUIS NOGUEIRA MATIAS (Orientador)
UFC



Profª. DRA CLÁUDIA SOUSA LEITÃO
UECE



Prof. DR MARCOS WACHOWICZ
UFSC

a Carlos, Marina e Mirella, meus sóis.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelos pequenos dons, diariamente laborados, sem os quais minha existência não teria significado;

a Mercedes e Mario Sofia, meus pais, que riem comigo, que choram comigo, que acreditam nos meus sonhos, por mais impossíveis que possa parecer;

a Carlos, meu marido, leal companheiro, amigo, parceiro, sócio, patrocinador, amor da minha vida: por todo o tempo que não pude te dedicar, peço desculpas;

a Marina e Mirella, motivo e razão maior de meus esforços, para quem procuro deixar o exemplo que recebi de meus pais. Nada em minha vida teria sentido sem vocês duas. Mulheres fortes e destemidas que brindam o mundo com suas presenças. Mulheres do futuro, futuro que é o agora: doces na medida e duras na medida;

a Cecília, anjo que há 16 anos está em minha vida, cuidando, ouvindo e amparando. Sem ela nenhum trabalho seria possível;

aos queridos companheiros dessa jornada, em especial a Amanda, fiel, solidária nas longas e muitas madrugadas, juntas desde a primeira hora;

à família com quem trabalho na Faculdade Christus: Dr. Estevão, Gabi, Henrique, Deubia, Denise, Andréa, Zaneir, Gretha, Ana Stela, Germana, pelo suporte, apoio e por me ajudarem na conquista nesse grande objetivo;

aos meus colaboradores do NPJ, Ivanízia, Anaíde, Dany, Daniel Holanda, Daniel Ricardo e, mais recentemente, Eliane, que chegou para somar;

a Claudia Leitão, principal “culpada” por essa paixão que hoje me consome; e

aos Professores João Luis, pela amizade e orientação valiosas, e Gérson Marques, que desde 2006 me cobrava esse título.

RESUMO

A Economia Criativa revelou-se alternativa real de desenvolvimento segundo a *United Nations Conference on Trade and Development* - UNCTAD, cujo trabalho pioneiro de coleta de dados, publicado no ano de 2008, e atualizado em 2010, dissemina este conceito por todo o mundo. O objetivo do estudo é comprovar que a Economia Criativa é, depois de adaptada para a realidade brasileira, uma opção verdadeira para a consecução do direito fundamental ao desenvolvimento, conforme preconizado em nossa Constituição Federal. Para cumprir o objetivo proposto, foi realizada pesquisa bibliográfica e documental, bem como qualitativa, utilizando-se ainda o método comparativo. Observou-se que o direito ao desenvolvimento é, de fato, um direito fundamental e como tal é dever e direito do todos, cabendo papel ativo ao Direito e, portanto, aos juristas, na busca da efetivação dele. Comprovou-se a função social dos direitos autorais, e o Brasil deverá se reposicionar com relação à posição rígida que acerca da proteção deles. O país adota políticas públicas de combate à pirataria e que gasta somas vultosas com elas, sem, contudo possuímos uma certeza dos números os quais guiam essas escolhas públicas. A internet e as redes sociais produzem grandes fluxos de informação e velocidade de circulação dessa informação; assim, novos modelos de administração da propriedade intelectual devem ser pensados e parte dos valores gastos no combate à pirataria pode ser mais bem investida em políticas desenvolvimentistas. Para atender ao desenvolvimento nos moldes já delineados o modelo da UNCTAD não pode ser aplicado na íntegra, pois, o coração deste modelo de Economia Criativa, são as Indústrias Criativas, que são igualmente transformadoras e de grande potencial, só que baseada na geração e exploração de Propriedade Intelectual, de viés exclusivista, sendo, portanto, um modelo de indústria perfeitamente conformado para países desenvolvidos, ocupando lugar de destaque em suas agendas. Conclui-se que a Economia Criativa, nos moldes pretendidos pelo País, apresenta-se como grande estratégia de desenvolvimento, não apenas econômico, como também e principalmente, desenvolvimento sustentável, humano e social. É baseada na flexibilização dos direitos de Propriedade Intelectual, caracterizada pela primazia da dimensão simbólica dos produtos e serviços e no caráter intangível deles. Os desafios a serem vencidos são a falta de investimentos, a insuficiência de mão de obra, a ausência de dados completos sobre os setores criativos por todo o Brasil. O ponto de partida deve ser a realização de pesquisas, e a posterior elaboração de estratégias que envolva políticas públicas nacionais que atuem na consolidação desse modelo, para a erradicação da pobreza, diminuição das desigualdades e na constituição de uma sociedade onde todos sejam cidadãos plenos.

Palavras-chave: Direitos fundamentais. Desenvolvimento. Economia criativa.

ABSTRACT

The Creative Economy proved to be a real alternative development according to the United Nations Conference on Trade and Development - UNCTAD, whose pioneering work in data collection, published in 2008, and updated in 2010, this concept has spread around the world. The objective is to prove that the Creative Economy is, as adapted to Brazilian reality, a real option for achieving the basic right to development, as established in our Constitution. To fulfill the proposed goal was accomplished documentary and bibliographical research as well as qualitative, still using the comparative method. It was observed that the right to development is indeed a fundamental right and as such it is the duty and right of all people and states, being active role in law and therefore the lawyers in the pursuit of his accomplishment. Proved the social function of copyright, and Brazil should reposition itself with respect to the rigid position that takes about protecting them. The country has adopted public policies intended to combat piracy and intended huge sums to them, without yet having a certain number of which guides those choices public. The Internet and social networking generate large flows of information and speed of dissemination of that information, so new models of management of intellectual property should be reconsidered. Part of the amounts spent on combating piracy can be better invested in development policies. To attend the human, social and sustainable development, desired to Brazil, the model of UNCTAD Creative Economy must be adapted, since the format proposed by the agency, the creative industries are central. They are also an option of great transformative and developmental potential, except that, based on the generation and exploitation of Intellectual Property, bias of exclusive, compose an industry model perfectly conformed to developed countries, occupying a prominent place on their agendas. We conclude that the Creative Economy, in the manner intended by the country presents itself as a major development strategy, not just economic, but also and above all, sustainable development, human and social. It is based on flexibility of intellectual property rights, characterized by the primacy of the symbolic dimension of products and services and the intangible nature of them. The challenges to be overcome are the lack of investment, lack of manpower, lack of comprehensive data on creative sector throughout Brazil. The starting point should be to conduct research and further development of strategies that involve national public policies that act to consolidate this model for eradicating poverty, reducing inequality and building a society where all are full citizens.

Keywords: Fundamental rights. Development. Creative economy.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

APL – Arranjos Produtivos Locais

CBP – Customs and Border Protection

CC – Creative Clusters

Cf. – confronto, compare

CNAE – Classificação Nacional de atividades Econômicas

CNPC – Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Crimes contra a Propriedade Intelectual

CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito

DCMS – Department for Culture Media and Sport

DHS – Department of Homeland Security

EC – Economia Criativa

Econ. – Economia

EMTURSA – Empresa de Turismo de Salvador

EUA – Estados Unidos da América

FGTS – Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

f. – figurado, figuradamente

FIRJAN – Federação das Indústrias do Rio de Janeiro

GAO - Government Accountability Office

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IC – Indústrias Criativas

ICI – The Institute for Creative Industries and Innovation

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Intelectual

INSEAD - Institut Européen d'administration des Affaires

Lat. – latim, latinismo; latino

LOA – Lei do Orçamento Anual

MinC – Ministério da Cultura

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMC – Organização Mundial do Comércio

OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual

PIB – Produto Interno Bruto

RAIS – Relação Anual de Informações sociais

S.f. – Substantivo feminino

UK – United Kingdom

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNDP – United Nations Development Programme

v. – verbo

WIPO – World Intellectual Property Organization

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1. O DIREITO FUNDAMENTAL AO DESENVOLVIMENTO E A ECONOMIA CRIATIVA: O PAPEL DO DIREITO NAS MUDANÇAS SOCIAIS.....	19
1.1 Evolução Histórica dos Direitos Fundamentais.....	20
1.2 O Direito Fundamental ao Desenvolvimento.....	25
1.3 O Direito ao desenvolvimento sob a perspectiva do princípio da solidariedade.....	30
1.4 O Direito Fundamental ao Desenvolvimento e a Economia Criativa.....	33
1.5 Papel do Direito e função do jurista: desenvolvimento e mudanças sociais..	37
2. A FUNÇÃO SOCIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E O SETOR CRIATIVO: ACESSO À CULTURA E PIRATARIA.....	43
2.1. Considerações acerca do conceito tradicional do direito de propriedade.....	43
2.2. Evolução histórica do Direito de Propriedade Intelectual: breves apontamentos.....	48
2.3. Noções gerais sobre Propriedade Intelectual.....	49
2.4. A função social dos Direitos Autorais.....	51
2.5 Direitos autorais na era digital.....	58
2.6 A Pirataria no Brasil: os anos 1980 e 1990.....	61
2.7 Políticas de combate à pirataria: entendendo despesa e gasto público.....	65
2.7.1 <i>Escolhas políticas e gasto público.....</i>	<i>67</i>
2.7.2 <i>A pirataria e seu combate em números.....</i>	<i>68</i>
<u>2.7.2.1 Os números relativos à pirataria no ano de 2003.....</u>	<u>68</u>

<u>2.7.2.2 Os números relativos à pirataria no ano de 2004</u>	70
<u>2.7.2.3 Os números relativos à pirataria no ano de 2005</u>	72
<u>2.7.2.4 Os números relativos à pirataria no ano de 2006</u>	74
<u>2.7.2.5 Os números relativos à pirataria no ano de 2007</u>	75
<u>2.7.2.6 Os números relativos à pirataria no ano de 2008</u>	77
2.8 O problema na origem dos cálculos.....	82
3 INDÚSTRIAS CRIATIVAS E ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITOS E EVOLUÇÃO	85
3.1 O surgimento das Indústrias Criativas e da Economia Criativa: uma análise dos fenômenos que as precederam.....	86
3.2 Apresentando as indústrias criativas.....	91
3.2.1 <i>Conceito de Indústrias Criativas: nomenclaturas e definições</i>	98
3.2.2 <i>Indústrias Criativas ou Indústrias Culturais?</i>	100
3.3 A Evolução da Economia.....	104
3.4 A Economia Criativa.....	107
4 INDÚSTRIAS CRIATIVAS E ECONOMIA CRIATIVA: PESQUISAS, INDICADORES E O ESTADO DA ARTE NO BRASIL E NO MUNDO	116
4.1 Modelos internacionais de Indústrias Criativas.....	117
4.2 Delineando o produto criativo.....	120
4.2.1 <i>Diferenciando o produto cultural</i>	122
4.2.2 <i>As características da forma de produção dos produtos criativos</i>	124
4.3 Entendendo a atual cadeia produtiva dos setores criativos no Brasil	130
4.4 Exemplos de arranjos criativos no mundo.....	138

4.4.1 O Cluster do Vale do Silício.....	138
4.4.2 O Creative Cluster da província de Ontário – Canadá	139
4.5 Exemplos brasileiros que podem ser rotulados de Indústrias Criativas e seu funcionamento.....	141
4.5.1 O APL do Carnaval Baiano.....	141
4.5.2 O APL do Tecnobrega em Belém do Pará.....	143
4.5.3 O APL do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte, Ceará.....	146
4.5.4 O Creative Cluster do Porto Digital em Recife, Pernambuco.....	147
4.6 A criatividade e os pilares da economia criativa	148
4.7 Métodos de mensuração da criatividade e de seu crescimento: o modelo dos 5Cs	153
4.8 Um modelo de Indústrias Criativas para o Brasil. É possível?	161
4.9 Os números da Economia Criativa no mundo	164
4.9.1 Os números da Economia Criativa na América Latina.....	167
4.9.2 Os números da Economia Criativa na África.....	171
4.9.3 Os números da Economia Criativa na Ásia do Pacífico.....	172
4.9.4 Os números da Economia Criativa na Ásia Central e no Oriente Médio.....	174
4.10 O que falta para o Brasil aproveitar plenamente o seu potencial criativo.....	176
CONCLUSÃO.....	179
REFERÊNCIAS.....	187
ANEXOS.....	199

INTRODUÇÃO

O objetivo deste estudo é demonstrar que a Economia Criativa é uma excelente solução na busca do desenvolvimento, o qual é direito fundamental garantido pela Constituição Federal de 1988 e previsto no artigo 3º como um dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil.

A delimitação acerca do direito fundamental ao desenvolvimento foi feita, apesar de a Economia Criativa ter atuação direta na efetivação de outros direitos fundamentais, igualmente importantes, pelo fato de o desenvolvimento, uma vez alcançado, já ensejar a consecução destes outros direitos.

O próprio título do trabalho- O direito fundamental ao desenvolvimento e a economia criativa como alternativa à sua consecução, já encerra a descrição do escopo maior da dissertação, o qual é demonstrado por dados econômicos colhidos pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD, ao redor do mundo, que comprovam que políticas públicas com foco na Economia Criativa são, atualmente, os mais poderosos instrumentos na busca de desenvolvimento, não apenas econômico, mas sim desenvolvimento humano, social e sustentável, que garanta a inclusão social, a diversidade cultural e, com isso, a dignidade inalienável de pessoa humana a cada brasileiro e brasileira.

Assim, a escolha da Economia Criativa como objeto de estudo justifica-se pelo fato de que o Brasil não pode abrir mão de estratégias e de políticas públicas, as quais podem, ao mesmo tempo em que desenvolvem as atividades criativas industriais, alcançar, e incluir os 16 milhões de brasileiros que vivem em estado de pobreza extrema.

Países desenvolvidos, sofrendo com a estagnação de suas economias, viram, na política de engajamento do governo australiano (*Creative Nation*), uma excelente forma de intervir nos setores criativos, fomentando o que eles chamaram de Indústrias Criativas, para ensejar desenvolvimento econômico.

O modelo, ou modelos, de Indústrias Criativas baseiam-se na criação e produção de bens e serviços criativos, os quais ensejam renda baseada no direito

de Propriedade Intelectual, ou seja, com suporte na criação artificial de escassez, de cujo resultado advêm os preços dos produtos.

Esta é uma estratégia que pode ser eficaz para Estados cujas necessidades básicas de sua população já foram atendidas, e o povo pode pensar em bem-estar, em experiências singulares, ou seja, é uma estratégia para povos que estão, de fato, na Pós-Modernidade industrial.

Certamente este não é o caso do Brasil. Assim, a estratégia para nosso País deve ser diversa da adotada por países desenvolvidos, pois além de necessitarmos de desenvolvimento, ele não pode ser apenas econômico.

O desenvolvimento deve ser social, humano e sustentável, uma vez que, sendo direito fundamental de terceira dimensão, o qual decorre do Estado Democrático de Direito e do princípio da solidariedade, deve ser alcançado por meio de políticas inclusivas, baseadas na produção e circulação de bens e produtos, cujos direitos de Propriedade Intelectual sejam coletivizados e flexibilizados, e, portanto, acessíveis, abandonando a ideia de escassez artificial, ensejando valor para os produtos por meio da singularidade, do caráter simbólico e intangível que adquirem.

Economia Criativa movimentou, em todo o mundo, US\$1,8 trilhão (um trilhão e oitocentos milhões de dólares) ao ano e as exportações de produtos e bens criativos, no mundo, cresceram em mais de 76% (setenta e seis por cento) entre 1996 e 2005, passando para US\$426,6 bilhões ou 3,4% do comércio global¹, e o Brasil não pode e não deve ficar inerte diante de números tão expressivos.

Assim, a estratégia é aproveitar essa demanda mundial, e não se restringir apenas ao incentivo à produção, pois os setores de base dessa economia têm que ser preparados por meio da educação, da formação de mão de obra capacitada, da facilitação da circulação e do acesso aos produtos criativos, por meio de equipes multidisciplinares do governo federal, distrital, estaduais e municipais.

Essas políticas públicas que devem ser elaboradas requererão muito esforço de todos os envolvidos e os juristas não podem se furtar a contribuir com

¹ BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel. Negócios Movidos a Ideias. **Época Negócios**, São Paulo: Globo, ano XX, n 46, 2 dez. 2010, p. 140.

essa tão desejada mudança social, desempenhando papel ativo neste cenário- daí outro fator relevante que justifica este trabalho.

A pesquisa é bibliográfica, objetivando colacionar a posição de autores que já se lançaram nos temas correlatos, mas, principalmente, levantar os escritos acerca de tão novo tema como é a Economia Criativa. É também documental, pois são analisados relatórios produzidos por instituições com o British Council, a UNCTAD, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE e a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAN, além de ser também um estudo qualitativo no qual foi utilizado o método comparativo.

O estudo é elaborado em quatro capítulos, cada um com objetivos específicos bem definidos, sempre com vistas à comprovação da proposta formulada.

É meta do primeiro capítulo, portanto, a comprovação de que o direito ao desenvolvimento, por estar elencado no rol dos direitos humanos, segundo o conteúdo da Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento (a qual declarou que o direito ao desenvolvimento é um direito humano inalienável) é também direito fundamental, garantido constitucionalmente, e que, uma vez positivado em nossa ordem jurídica, é direito de todos.

Afirma-se que o desenvolvimento é ligado à ideia de liberdade, bem como à noção de solidariedade, portanto ele é um direito de todos, como dito, e, da mesma forma, é uma obrigação de todos, conquanto a liberdade e a solidariedade imponham a todos que os interesses coletivos sejam priorizados, sem que sejam esquecidos os direitos individuais, sendo essa uma das esferas de atuação dos juristas: elaborar teorias que embasem a propositura de leis que possam garantir esse equilíbrio entre os agentes.

O segundo capítulo parte da ideia de participação do direito e do jurista, para provocar a reflexão acerca dessa participação nas necessárias mudanças que devem ser operadas. Assim, esta seção estuda os direitos da Propriedade Intelectual, demonstrando que eles são limitados por sua função social, e que a sua excessiva proteção onera em demasia o orçamento da União.

São debatidas, ainda, nesta seção, as políticas públicas de combate à pirataria, os gastos públicos envolvidos e até os métodos governamentais para o cálculo no sucesso dessas políticas.

Se gastos públicos representam escolhas públicas, estas devem ser tomadas sempre no intuito do melhor proveito social, e, nesse sentido, se apresentaram equivocadas as políticas de combate à pirataria em nosso País, por inúmeras questões, dentre elas a falta de definição dos produtos que fazem parte dos cálculos governamentais.

Para comprovar essa afirmação, é feita uma comparação entre gastos públicos de apenas três itens, ligados ao combate à pirataria, e os resultados obtidos das apreensões de antigos pirateados, entre os anos de 2003 a 2008, cálculos esses que demonstram claramente um desequilíbrio entre custo e benefício.

Os números oficiais do Governo brasileiro, relativos à pirataria, incluem desde armas e munições a veículos, medicamentos, inseticidas, máquinas de jogos de azar, até óculos, CDs, DVDs e eletroeletrônicos.

Desse rol, fica demonstrado que a pirataria (produção, circulação e comercialização ilegais de produtos falsificados) abrange em nosso País muito mais do que seu conceito permitiria, pois, dos itens já citados, muitos deles não deveriam constar dos cálculos dos valores apreendidos em produtos.

O Governo brasileiro garante que a pirataria já é um dos crimes mais praticados na ordem planetária, ao lado do tráfico de substâncias entorpecentes, guardando estreita relação também com o comércio de armas e munições, no conceito internacional, que, segundo estudos brasileiros e estrangeiros, é atualmente uma prática que movimenta quase o dobro dos valores movimentados pelo crime organizado convencional, segundo atesta o Ministério da Justiça², o que justificaria os gastos para seu combate.

² BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. 1º. Relatório de atividades do CNCP. **O Brasil contra a Pirataria**. 2005a. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>>. Acesso em: 05 mai. 2010, p. 8.

O Government Accountability Office - GAO, órgão estadunidense equivalente ao nosso Tribunal de Contas da União, rejeita os números apresentados no Terceiro Relatório do Conselho Nacional de Combate à Pirataria, o qual afirmou que “segundo a Interpol, a pirataria é o crime do século. Seus dados informam que a pirataria se tornou o crime mais lucrativo do mundo. A modalidade movimentava anualmente US\$ 522 bilhões, contra US\$ 360 bilhões do tráfico de drogas.”³ Segunda analisa o Gao, esses números são meros “chutes”⁴.

Desta forma, o que se busca afirmar é que as políticas públicas brasileiras de combate a pirataria padecem de dois males: a) a misturas de vários tipos de crimes e contrafações sob a mesma epígrafe da pirataria e b) falhas na origem dos cálculos, agravadas ainda mais pelo inventariado na alínea “a”.

O capítulo terceiro é voltado ao entendimento das Indústrias Criativas e da Economia Criativa, partindo da análise do ambiente histórico que possibilitou seu aparecimento, passando pela evolução de seus conceitos, ainda em elaboração, enfocando-as como políticas de Estado.

Pretendemos demonstrar que as Indústrias Criativas são adaptadas a países desenvolvidos, e que a Economia Criativa é muito mais moldada para países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, ambas merecedoras de detidos estudos.

Prova desta afirmação é feita pelo fato de as Indústrias Criativas terem sido apresentadas como um conjunto de atividades relacionadas, em 2008, pela United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD, por meio de um relatório, o qual assegurou que entre 2000 e 2005 os bens e serviços criativos cresceram, em média, 8,7% ao ano, e, que entre 1996 e 2005, as exportações

³ BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. **3º. Relatório de atividades do CNCP**. 2006a. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>> . Acesso em: 15 abr. 2010, p. 13.

⁴ ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA DO NORTE. United States Government Accountability Office - GAO. **Intellectual property**. Observations on Efforts to Quantify the Economic Effects of Counterfeit and Pirated Goods. 2010 . Disponível em <<http://www.gao.gov/new.items/d10423.pdf> >. Acesso em: 01 jun. 2010, p. 31.

mundiais de produtos criativos cresceram de US\$ 227,5 bilhões para US\$ 424,4 bilhões⁵.

Outro motivo para o estudo da Economia Criativa surge quando, tanto o relatório de 2008 da UNCTAD quanto o de 2010 apresentam-na como o setor econômico mais rentável dentre todos os outros, e todos os países onde a pesquisa foi realizada, mesmo diante da crise econômica que assolou o mundo. Os dois relatórios descrevem-na como um conceito em evolução, com base em recursos criativos, potencialmente geradores de crescimento econômico e desenvolvimento.

Os números do relatório de 2010 são trazidos à pesquisa no módulo quatro, que se inicia com o objetivo de elucidar as dúvidas acerca dos modelos de Indústrias Criativas, para em seguida esclarecer as diferenças entre produtos criativos e tradicionais.

Após estes esclarecimentos, são analisados os modos de criação, produção e circulação dos produtos criativos, com vistas a entender essa nova forma da gestão que se dá por meio dos processos operacionais com características diversas das tradicionais.

São apresentados, ainda neste capítulo, os modelos de arranjos produtivos, elucidando cada um deles, seja no formato Arranjos Produtivos Locais (APL) ou na forma de *Creative Clusters* (CC), com exemplos e comentários acerca de suas origens, implantação e resultados.

São objetos de estudos, também nesse item, a cadeia produtiva das Indústrias Criativas no Brasil, os métodos para calcular o potencial criativo de uma localidade, a possibilidade de um modelo para o País e encerrando-se com o enfrentamento dos fatores que são entraves ao aproveitamento de nosso potencial criativo.

Empós, são apresentadas as conclusões do estudo, a título do remate, seguidas das Referências Bibliográficas.

⁵ UNITED NATIONS – UNCTAD. **Creative Economy Report 2008** – The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. [s.l.], 2008. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2010, p. IV.

1 O DIREITO FUNDAMENTAL AO DESENVOLVIMENTO E A ECONOMIA CRIATIVA: O PAPEL DO DIREITO NAS MUDANÇAS SOCIAIS

Nesta etapa inicial do trabalho, desenvolveremos toda a fundamentação teórica acerca dos direitos que podem ser concretizados por meio da Economia Criativa, com principal destaque para o direito ao desenvolvimento, demonstrando que ele é um direito fundamental positivado em nossa ordem constitucional, consoante previsão do inciso II do artigo 3º da Constituição Federal.

Além do direito fundamental ao desenvolvimento, demonstraremos que a Economia Criativa também promove o acesso à cultura, conforme artigo 215, a busca pela erradicação da pobreza, o fim da marginalização e a redução das desigualdades sociais e regionais, segundo o inciso III do artigo 3º, sempre na busca da dignidade da pessoa humana, da realização da plena cidadania e dos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, conforme se objetiva no artigo 1º. Incisos II, III e IV, todos da Constituição Federal.

O texto será desenvolvido sempre com o objetivo de demonstrar que a chamada Economia Criativa tem potencial de tornar realidade alguns dos principais objetivos da República Federativa do Brasil e visando a comprovar que ela é alternativa viável e factível, a qual merece estudos, investimentos e políticas públicas voltadas à sua implementação.

Vários países já adotaram um modelo assemelhado, que é o das Indústrias Criativas e a temática ocupa ponto central nas agendas internacionais pelo fato de ser importante alternativa econômica e fomentadora de desenvolvimento, porém esse modelo deverá ser adaptado para a realidade brasileira, para que esse desenvolvimento, além de econômico, seja humano, social e também sustentável.

Ainda neste tópico, avaliaremos papel do Direito e dos juristas na efetivação de políticas públicas para o desenvolvimento de um modelo de Economia Criativa, bem como de sua implantação, com vistas à consecução do mais nobre

dos objetivos: possibilitar a cada pessoa a dignidade que lhe é de direito, para o exercício da plena cidadania.

1.1 Evolução Histórica dos direitos fundamentais

O conceito de dignidade da pessoa humana hoje se nos apresenta de forma tão cristalina que, sem um olhar para o passado, corre-se o risco de imaginar que sua elaboração e apreensão se deram de forma simples.

Muito ao contrário, esse processo iniciou-se com o lento desenvolvimento da ideia de que o ser humano era a mais esplêndida de todas as criaturas. Com esse pensamento, estava traçada a direção que, mesmo com tortuoso caminho e acidentada trajetória, desembocaria na concepção que conhecemos como valor maior e ponto central dos direitos fundamentais: a dignidade da pessoa humana.¹

A dignidade da pessoa humana, sob este novo prisma, é que norteia a fixação dos direitos humanos e dos direitos fundamentais, entendendo-se os primeiros como direitos da ordem jurídica internacional e os segundos como direitos positivados na Constituição de um determinado Estado.

Desde as mais remotas formações sociais, existem indícios da presença de valores, não positivados, que regiam a convivência entre os indivíduos e conduziam, em alguma medida, à busca e manutenção da dignidade da pessoa humana.

A Filosofia², bem como a religião, influenciaram diretamente a formação do pensamento jusnaturalista, seja pela eterna busca por um conceito de justiça, ou na própria noção de que o ser humano é sujeito de direitos que lhes são inerentes,

¹ Cf. SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. 10. ed. rev. atual.e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, p. 36.

² NADER, Paulo. **Introdução ao estudo do Direito**. Rio de Janeiro: Forense, 2000, p. 105.

² DEL VECCHIO, Giorgio. **História da Filosofia do Direito**, Porto Alegre: Lider, 2004, p. 309- 310.

pelo simples fato de “ser humano”, formando o que Ingo Sarlet chamou de “pré-história”³ dos direitos fundamentais

Havia, já na Idade Média, desenvolvimento de noções acerca da existência de regras outras, que, acima das positivadas, serviam de limitação ao poder dos governantes. Destaca-se, neste período, a doutrina tomista⁴, com sua perspectiva de coexistência de regras, naturais e positivadas, as primeiras oriundas da natureza racional do homem e as segundas como produto da aceitação de certas condutas como adequadas.

No século XV, Pico Della Miràndola⁵ exultava diante da constatação de grandeza e da importância do homem sobre todos os seres e todas as coisas. Pico escreveu que os seres humanos eram livres para se transformarem conforme desejassem, dado o fato de que Deus os dotara de todos os dons e que esses se desenvolveriam conforme o desejo e o empenho de cada um.

Para o autor, as escolhas próprias do homem poderiam aproximá-lo do divino ou do profano, ou seja, o homem é dotado de liberdade de escolher: fazendo escolhas, o homem se autodetermina.

Della Miràndola em muito se baseia nos escritos de Pitágoras, Platão e Aristóteles, remontando, portanto, à Antiguidade clássica grande parte de sua inspiração, assim como na atualidade ainda fazem os estudiosos quando buscam a fundamentação para os direitos fundamentais (e humanos), seja diretamente por escritos dos antigos ou por seus intérpretes medievos.

Marcelo Campos Galuppo revisita Aristóteles, e, sobre suas obras, faz uma análise acerca da possibilidade de fundamentar os direitos humanos na teoria do Filósofo, esbarrando no aspecto comunitarista (primazia do todo, da pólis, sobre o indivíduo) que permeia toda a teoria, controvérsia que não será objeto de maiores considerações em razão do objetivo central deste trabalho, bastando apenas

³ SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. 10. ed. rev. atual.e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, p. 38.

⁴ Santo Tomás de Aquino também exerceu forte influência sobre os pensamentos de Picco Della Miràndola. (Cf. SARLET, Ingo Wolfgang, op. cit., p. 38).

⁵ MIRÀNDOLA, Pico Della. **A dignidade do homem**. Coleção Grandes Obras do Pensamento Universal – 26. Tradução, Comentários e Notas de Luiz Feracine. São Paulo: Escala, 1985, p. 37- 45.

assinalar, em coro com Galuppo, que “até o século XV, o modelo comunitarista foi majoritariamente dominante. No entanto, uma série de fatos levou à crítica desse modelo de fundamentação e à progressiva supremacia do modelo liberal”⁶.

A doutrina aristotélico-tomista dá lugar, gradativamente, à Filosofia do liberalismo, na esteira da descentralização do poder romano e a reboque do surgimento de pontos descentralizados de poder. A cidade, aqui no caso já não mais a pólis grega, mas a urbis romana, não é mais o centro de orientação política. O homem, o indivíduo, assume a posição central na orientação de seus atos.

Há quem assevere que direitos fundamentais são os direitos humanos positivados em determinada ordem constitucional. Dessa afirmação, poderíamos concluir que não há que se falar deles na Antiguidade, nem durante a Idade Média, nem durante o Absolutismo⁷, e isso pelo fato de os governantes ainda não cogitarem, naqueles momentos históricos, em normas limitadoras do poder, tampouco da exigibilidade do cumprimento delas em face desses mesmos governantes.

Tomemos como ponto de partida o Estado Absolutista, constituído com base na junção das ideias de Maquiavel e Hobbes. Trata-se de um modelo tirano, despótico, e que não é objeto de qualquer limitação para beneficiar a realeza e os súditos mais afortunados em títulos e bens.

É contra este Estado poderoso, que não se sujeita a limite algum, no qual surgem as primeiras ideias de limitação do poder, as quais vão culminar nas revoluções liberais que obrigaram os Estados absolutistas a submeterem-se à limitação de seu poder.

O primeiro marco na limitação do poder rei foi a Carta Magna, assinada pelo Rei João Sem Terra da Inglaterra, a quem o documento foi imposto pelos barões daquele tempo, cansados dos arbítrios de um rei a quem não respeitavam. A Carta de João Sem Terra, como também ficou conhecida, obrigava o monarca a renunciar a muitas de suas prerrogativas, fato até então inimaginável na Europa

⁶ GALUPPO, Marcelo Campos. O que são Direitos Fundamentais? In: SAMPAIO, José Adércio Leite (Org.). **Jurisdição constitucional e direitos fundamentais**. Belo Horizonte: Del Rey, 2003, p. 215-218.

⁷ Cf. MARMELSTEIN, George. **Curso de direitos fundamentais**. São Paulo: Atlas, 2008, p. 33.

àquela época, e, embora não tenha sido honrada por ele, foi importante marco, o qual abriu caminhos para as restrições aos poderes dos monarcas seguintes.

Séculos depois, outra grande contribuição foi dada pelo filósofo iluminista John Locke, ao formular o pensamento que culminaria na concepção dos direitos fundamentais da primeira “geração”⁸. O pensamento de John Locke influenciou o conteúdo das primeiras “declarações de direitos”, de onde os “pilares éticos defendidos pelo liberalismo foram incorporados.”⁹

Locke, em seu “Segundo Tratado sobre o Governo”, assinalou que a existência humana é individual, entendendo que todos os homens são livres e iguais em um Estado de Natureza e que toda vez que, exercendo essa liberdade, o homem ferir a liberdade do outro, estará sujeito a ser punido. Assim, na incerteza da fruição de suas liberdades, os homens abrem mão de fazer valer seus direitos pelas próprias forças, para delegá-la ao Estado, pressupondo, portanto, que todos concordam e que renunciam à violência em favor do contrato social.¹⁰

Desse capítulo histórico, nasceu o Estado Liberal e com ele a primeira geração de direitos fundamentais, depois rebatizados, por motivos terminológicos, como direitos fundamentais de primeira dimensão. Importante é frisar que os direitos nela garantidos foram direitos dos indivíduos perante o Estado, que impuseram, portanto, limites, retirando do Ser estatal o arbítrio que antes possuíam, classificados como direitos de defesa¹¹ ou “direitos de resistência ou de oposição perante o Estado”¹².

As dimensões de direitos fundamentais que se seguiram tiveram, da mesma forma, grande importância na consolidação dos direitos humanos, cada uma ao seu tempo.

⁸ Já vem de longa data a discussão acerca da terminologia “geração” de direitos fundamentais, sendo amplamente aceito o emprego da expressão “dimensão”, discussão esta que pela natureza do trabalho e pela relativa superação do tema, não será enfrentada. Utilizamos no trecho em apreço o termo “geração” para ser fiel ao texto-referência, da lavra de George Marmelstein.

⁹ MARMELSTEIN, George, op. cit., p. 42- 44.

¹⁰ LOCKE, John. **Segundo Tratado do governo**: ensaio relativo à verdadeira origem, extensão e objetivo do governo civil. Coleção a obra prima de cada autor. Tradução de Alex Martins. 2. ed. São Paulo: Martin Claret, 2005, p. 92- 93.

¹¹ LAFER, Celso. **A Reconstrução dos Direitos humanos**. São Paulo: Cia. das Letras, 1991, p. 126.

¹² BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. 25. ed. atual. e ampl. São Paulo: Malheiros, 2010, p. 564.

A segunda dimensão, composta dos direitos econômicos, sociais e culturais, surgiu em um contexto que exigiu posição ativa do Estado, dado que

[...] o impacto da industrialização e os graves problemas sociais e econômicos que a acompanharam, as doutrinas socialistas e a constatação de que a consagração formal de liberdade e igualdade não gerava a garantia de seu efetivo gozo acabaram, já no decorrer do século XIX, regando amplos movimentos reivindicatórios e o reconhecimento progressivo de direitos, atribuindo ao Estado comportamento ativo na realização da justiça social.¹³

A terceira dimensão, de especial interesse para este ensaio, tem como nota a mudança do foco, anteriormente voltado para o indivíduo, apontando para a coletividade. São direitos abarcados nessa dimensão à paz, à autodeterminação dos povos, ao desenvolvimento, ao meio ambiente e qualidade de vida, à conservação e utilização do patrimônio histórico e cultural e ainda o direito de comunicação.¹⁴

É importante ressaltar que há discussões acerca da quarta e quinta dimensões dos direitos fundamentais. Paulo Bonavides foi seu idealizador, citado e debatido por doutrinadores como Ingo Sarlet, que já as admite, ainda que pendentes de reconhecimento interno e externo, como que em caráter profético.¹⁵

Seja no comunitarismo, no contratualismo, ou na corrente da teoria do discurso, como pretendem os filósofos da atualidade¹⁶, onde quer que seja buscada a fundamentação de legitimidade e viabilidade para os direitos humanos (e fundamentais), não há um marco inicial possível de ser apontado como o início apoteótico da era dos direitos fundamentais e sim um processo contínuo, de fluxo e contrafluxo, na elaboração deles.

Assim, é de interesse deste trabalho demonstrar que o direito fundamental ao desenvolvimento pode ser alcançado por meio da Economia Criativa, conceito esse que será explorado no capítulo 3 e demonstrado no capítulo 4.

¹³ SARLET, Ingo Wolfgang, op. cit., p. 47.

¹⁴ BONAVIDES, Paulo, op. cit., p. 569.

¹⁵ Cf. SARLET, Ingo Wolfgang, op. cit., p. 50 e BONAVIDES, Paulo, op. cit., p. 570- 573 e p. 579-589.

¹⁶ Cf. COSTA, Reginaldo da. **Ética do Discurso e Verdade em Apel**. Belo Horizonte: Del Rey, 2002. p. 173-224.

Além do direito ao desenvolvimento, a Economia Criativa também promove o acesso à cultura, auxilia na erradicação da pobreza, da marginalização e na redução das desigualdades sociais e regionais, e na valorização do trabalho, direitos diretamente ligados à liberdade do ser humano, pois ela só pode ser atingida se houver dignidade para a pessoa humana, com realização da plena cidadania.

Desenvolvimento e liberdade, aliás, são dois direitos intrinsecamente ligados, como anota Amartya Sen:

As liberdades não são apenas os fins primordiais do desenvolvimento, mas também os meios principais. Além de reconhecer, fundamentalmente, a importância avaliatória da liberdade, precisamos entender a notável relação empírica que vincula, umas às outras, liberdades diferentes. Liberdades políticas (na forma de liberdade de expressão e de eleições livres) ajudam a promover a segurança econômica. Facilidades econômicas (na forma de oportunidade de participação no comércio e na produção) podem ajudar a gerar abundância individual, além de recursos públicos para os serviços sociais. Liberdades de diferentes tipos podem fortalecer umas às outras.¹⁷

Assim, é como se lê nas palavras de Norberto Bobbio, que, se referindo aos direitos sociais, apontou que “os direitos de liberdade só podem ser assegurados garantindo-se a cada um mínimo de bem estar econômico que permite uma vida digna.”¹⁸

Passemos ao estudo do direito ao desenvolvimento como direito fundamental.

1.2 O Direito Fundamental ao Desenvolvimento

Todos os direitos fundamentais têm um momento histórico que possibilita o seu aparecimento e sua consolidação, como se pode verificar da análise histórica do surgimento deles¹⁹. Nesse sentido, a década de 1960, tempo da

¹⁷ SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução de Laura Teixeira Motta. Revisão Técnica de Ricardo Doninelli Mendes. 8. reimp. São Paulo: Cia das Letras, 2000, p. 25- 26.

¹⁸ BOBBIO, Norberto. **A Era dos direitos**. Tradução de Carlos Celso Coutinho. 10. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004, p. 206- 207.

¹⁹ Cf. SARLET, Ingo Wolfgang, op. cit., p.36.

descolonização²⁰, foi o período no qual o direito fundamental ao desenvolvimento foi efetivamente debatido e pôde encontrar seu *locus* histórico.²¹

O Professor Paulo Bonavides ensina que o direito ao desenvolvimento foi inicialmente tratado por Etienne-R Mbaye, no ano de 1972, durante uma aula inaugural, e, que, somente em 1977, a Comissão dos Direitos do Homem das Nações Unidas formalmente o reconheceu²².

Acerca desse reconhecimento, esclarecem Manoel Peixinho e Suzani Ferraro:

A Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas (CDHNU) proclamou, pela primeira vez, a existência do direito ao desenvolvimento em 1977 (Resolução 4, XXXIII). Dois anos após, a CDHNU confirmou, por meio da Resolução n. 5, XXXV, de 02 de março de 1979, a existência desse direito e da igualdade de oportunidade como uma prerrogativa tanto das nações quanto dos indivíduos. No entanto, o conteúdo do direito era vago, o que faz com que a Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas não conseguisse atingir um acordo unânime entre os Estados nacionais (Os Estados Unidos e mais sete estados se abstiveram). No entanto, em 1981, a CDHNU estabeleceu um grupo de trabalho de *experts* governamentais sobre o direito ao desenvolvimento que, após alguns debates na Comissão e na Assembleia Geral das Nações Unidas, adotou-se a Resolução 37/199/18/1982, na qual a Assembleia Geral estatuiu o direito ao desenvolvimento como um direito humano inalienável.²³

Em 4 de dezembro de 1986, a Assembleia Geral das Nações Unidas adotou, por meio da Resolução 41/128, a Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento, na qual declarou que o direito ao desenvolvimento é um direito humano inalienável, do qual todos – pessoas e povos – têm direito de participar de com ele contribuir. Para a Organização das Nações Unidas – ONU, o direito ao desenvolvimento é um processo econômico, cultural, social e político e os Estados têm o direito e o dever de elaborar políticas adequadas ao seu desenvolvimento, como se lê:

²⁰ SARLET, Ingo Wolfgang, op. cit., p. 49.

²¹ PEIXINHO, Manoel Messias; FERRARO, Suzani Andrade. Direito ao desenvolvimento como Direito Fundamental. In: XV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - Congresso Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Direito. Manaus, 2009. Florianópolis: Fundação Boiteaux, 2009. **Anais eletrônicos...** Disponível em: < http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/bh/manoel_messias_peixinho.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2011, p. 6959.

²² BONAVIDES, Paulo, op. cit., p. 570.

²³ PEIXINHO, Manoel Messias; FERRARO, Suzani Andrade, op. cit., p. 6960.

Article 1

1. The right to development is an inalienable human right by virtue of which every human person and all peoples are entitled to participate in, contribute to, and enjoy economic, social, cultural and political development, in which all human rights and fundamental freedoms can be fully realized.

Article 2

3. States have the right and the duty to formulate appropriate national development policies that aim at the constant improvement of the well-being of the entire population and of all individuals, on the basis of their active, free and meaningful participation in development and in the fair distribution of the benefits resulting therefrom.²⁴

Do exame da Declaração, depreende-se que, para a ONU, portanto, i) o direito ao desenvolvimento é um direito inalienável de toda pessoa humana, ii) o desenvolvimento é um processo de realização de todos os direitos humanos e de liberdade; e iii) o desenvolvimento é um direito/dever dos Estados, e têm que promover o desenvolvimento nacional com justa distribuição de benefícios.

A declaração traz ainda muitos outros artigos que exprimem a participação ativa dos Estados na busca do desenvolvimento dos seres humanos, dos povos, e, conseqüentemente, das nações.

No Brasil, como citado no início deste capítulo, o desenvolvimento nacional está compreendido como um dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, conforme consta no art. 3º da Constituição Federal²⁵, e como tal é objetivo norteador de toda a ação governamental.

Poder-se-ia deduzir, então, que o direito ao desenvolvimento não é um direito fundamental porque reunido no artigo 3º da Carta e, portanto, fora do elenco dos direitos e garantias fundamentais, porém, o parágrafo segundo do artigo 5º da Constituição faz referência direta a direitos decorrentes do regime e dos princípios adotados por ela²⁶, de sorte que o direito ao desenvolvimento é direito fundamental

²⁴ UNITED NATIONS. General Assembly. **Declaration on the Right to Development**. Disponível em: < <http://www.un.org/documents/ga/res/41/a41r128.htm>>. Acesso em: 10 mai. 2011. Tradução livre: artigo 1.1. “O direito ao desenvolvimento é um direito humano inalienável em virtude do qual toda pessoa humana e todos os povos têm o direito de participar, contribuir e usufruir do desenvolvimento econômico, social, cultural e político, no qual todos os direitos humanos e liberdades fundamentais possam ser plenamente realizados; artigo 2.3. Os Estados têm o direito e o dever de formular políticas adequadas de desenvolvimento nacional que visam a melhoria constante do bem-estar de toda a população e de todos os indivíduos, com base em sua participação ativa, livre e significativa no desenvolvimento e na justa distribuição dos benefícios decorrentes”.

²⁵ “Art 3º: Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil [...] II – garantir o desenvolvimento nacional;”

²⁶ SARLET, Ingo Wolfgang, op. cit., p.105.

equiparado aos demais constantes do Título II e deve ser buscado sempre no intuito da realização da dignidade da pessoa humana, “valor-guia não apenas dos direitos fundamentais, mas de toda ordem constitucional”²⁷.

Dentro do conteúdo previsto para o desenvolvimento nacional contudo, o cunho que se tem dado é, primordialmente, econômico, dirigido ao crescimento, conteúdo que costuma se distinguir como prioridade política, e medida por meio do Produto Interno Bruto – PIB²⁸, modelo esse não totalmente eficaz; e, a permanecer assim, as desigualdades não de persistir, porquanto, assim tem sido no Brasil.

Desenvolvimento, portanto, não pode e não deve ser somente econômico. Ele pode ser também econômico, e disso não se duvida, pois o desenvolvimento individual tem reflexos econômicos diretos. O desenvolvimento de que aqui cuidamos é aquele capaz de consolidar a dignidade da pessoa humana.

Neste sentido, José Afonso da Silva, referindo-se também ao desenvolvimento, salienta que

[...] é a primeira vez que uma Constituição assinala, especificamente, objetivos do Estado brasileiro, não todos, que seria despropositado, mas os fundamentais, e, entre eles, uns que valem como base das prestações positivas que venham a concretizar a democracia econômica, social e cultural, a fim de efetivar na prática a dignidade da pessoa humana.²⁹

O direito ao desenvolvimento não pode, portanto, visar exclusivamente ao crescimento, e, apesar de o constituinte originário não determinar qual é o modelo desejado, a interpretação sistêmica de nossa constituição é capaz de apontá-lo.

Amartya Sen adverte para a ideia de que:

Uma concepção adequada de desenvolvimento deve ir muito além da acumulação de riqueza e do crescimento do Produto Nacional Bruto e de outras variáveis relacionadas à renda. Sem desconsiderar a importância do crescimento econômico, precisamos enxergar muito mais além.

²⁷ Ibid., p.105.

²⁸ PRONER, Carol. **Propriedade intelectual e direitos humanos**. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 2007, p. 239.

²⁹ SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 33. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2010, p. 105-106.

Os fins e os meios do desenvolvimento requerem análise e exame minucioso para uma compreensão mais plena do processo de desenvolvimento; é sem dúvida inadequado adotar como nosso objetivo básico apenas a maximização da renda ou da riqueza, que é, como observou Aristóteles, “meramente útil e em proveito de alguma outra coisa”. Pela mesma razão, o crescimento econômico não pode sensatamente ser considerado um fim em si mesmo. O desenvolvimento tem de estar relacionado sobretudo com a melhora de vida que levamos e das liberdades que desfrutamos. Expandir as liberdades que temos razão para valorizar não só torna nossa vida mais rica e mais desimpedida, mas também permite que sejamos seres sociais mais completos, pondo em prática nossas volições, interagindo com o mundo em que vivemos e influenciando esse mundo.³⁰

Da análise sistemática entre os artigos 174, 3º e parágrafo único do artigo 23, da Constituição Federal, obtêm-se uma conformação da submissão do Estado brasileiro, que desde 1988, passou a ter a prerrogativa de agente normativo e regulador da atividade econômica, na forma da lei, porém adstrito a um modelo de desenvolvimento nacional equilibrado, que compatibilize os interesses nacionais e regionais, produzindo bem-estar em âmbito nacional.³¹

Esse aspecto regulador do Estado desponta “como a função tipicamente estatal no mundo de hoje”³². Essa função é exercida tanto sobre as atividades públicas como as atividades privadas, para garantir a concorrência, atuar sobre as eventuais falhas de mercado, afastar ou atenuar as externalidades negativas advindas do funcionamento economia, para regular e promover a proteção dos consumidores e, regular e garantir as obrigações de serviço público.³³

Resta evidente que regulação não é só econômica, mas também é social, uma vez que a divisão entre público e privado se esvai diante da dinâmica que se

³⁰ SEN, Amartya, op. cit., p. 28- 29.

³¹ Art. 23. É de competência comum da União, dos Estados, do distrito Federal e dos municípios: [...] Parágrafo único. Leis complementares fixarão normas para a cooperação entre a União e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tendo em vista o equilíbrio do desenvolvimento e do bem-estar em âmbito nacional. Art. Como agente normativo e regulador da atividade, o Estado exercerá, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado.

³² OLIVEIRA, Gustavo Henrique Justino. Direito ao Desenvolvimento na Constituição Brasileira de 1988. In: **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico - REDAE**. n. 16. nov/dez/jan 2009. Salvador. Disponível em: < <http://www.direitodoestado.com/revista/REDAE-16-NOVEMBRO-2008-GUSTAVO%20JUSTINO.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2011.

³³ MOREIRA, 1997, apud OLIVEIRA, Gustavo Henrique Justino. Direito ao Desenvolvimento na Constituição Brasileira de 1988. In: **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico - REDAE**. n. 16. Nov/dez/jan 2009. Salvador. 2009. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com/revista/REDAE-16-NOVEMBRO-2008-GUSTAVO%20JUSTINO.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2011.

estabelece entre os entes estatais e a iniciativa privada, na divisão das responsabilidades pelo futuro de nosso País, assim, "com efeito, além de regulador econômico e social, o desempenho estatal em prol do desenvolvimento humano e comunitário, é visto como uma das funções mais típicas da atualidade."³⁴

Assim, concluem Peixinho e Ferraro que

[...] os objetivos fundamentais são direitos subjetivos públicos. Por outro lado, não são normas destituídas de ineficácia, mas na qualidade de objetivos fundamentais têm precedência sobre os objetivos políticos e, nesse sentido, não só limitam a liberdade conformadora do legislador como também a vinculam.³⁵

É nesse âmbito que aparece a preocupação com o papel do Estado como garantidor das condições mínimas de sobrevivência, porém, mais que isso, como garantidor das oportunidades, às quais cada cidadão faz jus, que só serão atingidas por meio do desenvolvimento. É daí que fica patente a existência do direito fundamental ao desenvolvimento.³⁶

Um desenvolvimento nos moldes traçados até aqui é tarefa da mais alta importância, e requererá todo um arcabouço estatístico e jurídico para orientar as políticas públicas capazes de produzi-lo. A Economia Criativa é o setor apontado atualmente como o único que é capaz de fornecer atividades-suporte para a consecução desse objetivo, como se verá mais adiante.

1.3O Direito ao desenvolvimento sob a perspectiva do princípio da solidariedade

O direito ao desenvolvimento se aplica tanto às pessoas quanto aos Estados e está intimamente ligado ao princípio da solidariedade. Consoante Ana Maria D'Ávila Lopes, os "direitos de terceira geração: decorrem da concretização do Estado Democrático de Direito e do princípio da solidariedade"³⁷.

³⁴ OLIVEIRA, Gustavo Henrique Justino, op. cit., p. 6.

³⁵ PEIXINHO, Manoel Messias; FERRARO, Suzani Andrade, op. cit., p. 6962.

³⁶ OLIVEIRA, Gustavo Henrique Justino, op. cit., p. 9.

³⁷ LOPES, Ana Maria D'Ávila. A cidadania na Constituição Federal brasileira de 1988: redefinindo a participação política. In: BONAVIDES, Paulo; LIMA, Francisco Gérson Marques de; BEDÊ, Fayga

A ideia de solidariedade já acompanha a humanidade desde seus primórdios, tendo, por óbvio, sido alterada ao longo dos tempos³⁸. Aristóteles entendia o homem com um ser social, e como tal, vivendo em sociedade, atingiria a justiça mediante a solidariedade, sob a qual todos têm algo que oferecer ao outro. É dessa forma que se alcançaria, segundo o Filósofo, a equidade.

O pensamento cristão traduziu a ideia de solidariedade como a busca do bem comum, tendo sido, em algumas épocas, mesclado com o sentido de caridade cristã.

A solidariedade, como categoria ética e também moral, que se projetou para o mundo jurídico, significa um vínculo de sentimento racionalmente guiado, limitado e autodeterminado, que compele à oferta de ajuda, apoiando-se em uma mínima similitude de certos interesses e objetivos, de forma a manter a diferença entre os parceiros na solidariedade. A solidariedade cresce de importância na medida em que permite a tomada de consciência da interdependência social³⁹.

Em nosso contexto legal, há toda a conformidade constitucional necessária para a aplicação do princípio da solidariedade, pois já no Preâmbulo da Constituição de 1988, estabelece o constituinte que sua função é a de instituir um Estado Democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias.

Estabelece o artigo 1º que a República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos estados, municípios e Distrito Federal, constitui Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos a soberania, a cidadania, a

Silveira (Coords.). **Constituição e Democracia**: Estudos em Homenagem ao professor J.J. Gomes Canotilho, São Paulo: Malheiros, 2006, p. 21- 34.

³⁸ DINIZ, Márcio. Estado social e princípio da solidariedade. **Nomos** - Revista do Curso de Mestrado da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Estado do Ceará, Fortaleza, v.26, p.171- 184, jan./jun. 2007.

³⁹ LÓBO, Paulo Luis Netto. Princípio da Solidariedade Familiar. In: VI Congresso Brasileiro de Direito de Família, Maceió, 2007. Tema: Família e Solidariedade. Anais do VI Congresso Brasileiro de Direito de Família. Maceió: **IBDFAM**, 2008. Disponível em < <http://www.ibdfam.org.br/?congressos&evento=6>>. Acesso em 20 set. 2009.

dignidade da pessoa humana, os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa e o pluralismo político.

O já citado artigo 3º preconiza que constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil o estabelecimento de uma sociedade livre, justa e solidária, a garantia do desenvolvimento nacional, erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais, promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

De se notar que todo o arcabouço jurídico foi preparado pelo constituinte de 1988 para a aplicação do princípio da solidariedade na ordem jurídica nacional.

Explica João Luis Nogueira Matias que “o cerne da solidariedade social, portanto, consiste em uma apreciação das finalidades dos institutos jurídicos, tendo em vista uma perspectiva não individual, que conduza à satisfação dos interesses envolvidos”⁴⁰.

Para Angela Maria Rocha G. Abrantes

o Princípio da Solidariedade consiste em possibilitar a integração entre Estados ou entre regiões (de um mesmo Estado ou de Estados diferentes), visando ao desenvolvimento social e econômico, de forma equilibrada e harmônica, para a aferição e distribuição de riquezas, garantindo a subsistência da comunidade, o bem estar dos indivíduos e o fortalecimento dos entes estatais.⁴¹

Mesmo diante de tais evidências, ainda não é corrente o emprego do princípio da solidariedade social como norteador da atividade estatal na qualidade de promotora do desenvolvimento nacional, com vistas à dignidade da pessoa humana, cabendo, portanto, uma interferência maior do jurista para fazer do Direito um instrumento de mudança social.

⁴⁰ MATIAS, João Luis Nogueira. **A função social da empresa e a composição de interesses na sociedade limitada**. São Paulo, 2009. Tese (Doutorado em Direito Comercial). Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2009, p. 42.

⁴¹ ABRANTES, Angela Maria Rocha Gonçalves de. O princípio da solidariedade e o Direito Econômico. **Prim@ Facie** – Revista da Pós-Graduação em Ciências Jurídicas da UFPB, João Pessoa, ano 3, n. 4, p.127-139, jan./jun. 2004, p. 127. Disponível em: <<http://www.ccj.ufpb.br/primafacie>>. Acesso em: 21 set. 2009.

1.4 O Direito Fundamental ao Desenvolvimento e a Economia Criativa

Inicialmente, neste item, é importante ressaltar alguns pontos acerca do tema desenvolvimento, apesar de, até aqui, o sentido do vocábulo, muito provavelmente, já tenha sido apreendido.

Sociologicamente, existem duas correntes distintas acerca da palavra desenvolvimento em uso- uma que a utiliza como sinônima de crescimento, de progresso ou ainda de mudança secular (Maurice Dobb); outra que nitidamente a distingue destas palavras (Charles Kindlerberger, Francisco Perroux, Maurice Biê, Giovanni Resta e Gilberte Blardone), para a qual crescimento é o aumento contínuo da produção ou produto nacional, por muito tempo, crescimento este que, por situações várias, não deságua em desenvolvimento ou em progresso. Crescimento sem progresso é desenvolvimento sem harmonia, sem equilíbrio, pois progresso supõe melhoramentos, se não para todos, para a maioria da população⁴².

Para a Sociologia, portanto, desenvolvimento é i) um processo de mudança, ii) orientado no sentido de um nível de melhor estar social, e iii) do qual resulte um incremento real de renda *per capita* a longo prazo⁴³.

Celso Furtado diferencia o processo de crescimento de países desenvolvidos, do processo que ocorre nos Estados subdesenvolvidos, basicamente, afirmando que nos países desenvolvidos só é possível aumentar a produtividade introduzindo novas técnicas, ou seja, o progresso se dá pelo acúmulo de novos conhecimentos. Já em países subdesenvolvidos o crescimento acontece pela assimilação da técnica prevalecente, segundo o autor.⁴⁴

É esse o motivo pelo qual os modelos de Indústrias Criativas, os quais serão estudados mais adiante, não se aplicam ao Brasil, e, portanto, não podem ser importados como um molde, visto que não se encaixam no perfil brasileiro, já que são moldados para países desenvolvidos, os quais, segundo se depreende da lição

⁴² FERREIRA, Pinto. **Sociologia do desenvolvimento**. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p. 36- 37.

⁴³ MOTA, 1964, apud: FERREIRA, Pinto. **Sociologia do desenvolvimento**. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p. 39.

⁴⁴ FURTADO, Celso. **Desenvolvimento e subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961, p. 90.

de Celso Furtado, há pouco colacionada, necessitam apenas de novas técnicas para aumentar sua produtividade e seu produto nacional bruto – PNB, cujo índice lhes é tão caro.

Para o autor, desenvolvimento e a ideia de criatividade estão ligados, pois a criatividade é uma ferramenta capaz de produzir excedente, pois com ela se deixa de reproduzir o existente e passa-se a ampliar o campo do possível:

Quaisquer que sejam as antinomias que se apresentem entre as visões da história que emergem em uma sociedade, o processo de mudanças sociais que chamamos desenvolvimento adquire certa nitidez quando o relacionamos com a ideia de criatividade. Simplesmente para reproduzir suas estruturas tradicionais, as sociedades necessitam de meios de defesa e adaptação, cuja eficácia reflete a aptidão de seus membros para formular hipóteses, solucionar problemas, tomar decisões em face da incerteza. Ora, a emergência de um excedente adicional – consequência do intercâmbio com outros grupamentos humanos ou simplesmente do acesso a recursos naturais mais generosos – abre aos membros de uma sociedade um horizonte de opções: já não se trata de reproduzir o que existe, e sim de ampliar o campo do que é imediatamente possível, esse espaço intermediário entre ser e o nada a que se referiu Leibniz, dentro do qual se concretizam as potencialidades humanas. O novo excedente constitui, portanto, um desafio à inventividade. De um ângulo de observação distinto, não podemos deixar de notar que se os grupamentos humanos se empenham por toda parte para ter acesso a novo excedente é porque a vida social gera uma energia potencial cuja libertação requer meios adicionais. Em sua dupla dimensão de força geradora de novo excedente e impulso criador de novos valores culturais, esse processo libertador de energias humanas constitui a fonte última do que entendemos por desenvolvimento.⁴⁵

Para o Brasil será necessário um modelo adequado, feito sob medida para nós, que enseje esse excedente, já que possuímos vários brasis dentro de um mesmo País. Assim, as Indústrias Criativas, baseadas na produção de Propriedade Intelectual⁴⁶, podem oferecer modelos úteis e aplicáveis para regiões brasileiras mais desenvolvidas, cujas áreas de atividade sejam mais próximas às dos países desenvolvidos, dado que essas indústrias não necessitam de prestações ativas do Estado para se consolidarem, pois têm apelo necessário para atrair investidores, bem como acesso a linhas de financiamento.

⁴⁵ FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Cia das Letras, 2008, p. 111- 112.

⁴⁶ REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e desenvolvimento sustentável**. O caleidoscópio da cultura. Barueri: Manole, 2007, p. 293.

Com efeito, para o Brasil mais pobre, muito mais aplicável é o modelo de Economia Criativa, baseado na formação e capacitação de agentes, os quais apoiam a oferta de bens e produtos criativos, cujo valor é agregado pelo aspecto simbólico que neles se insere, conforme se elucidará adiante.

O modelo proposto, em estudo nas Nações Unidas, ainda não é o modelo ideal para o Brasil, mas se aproxima bem mais do desejável do que os modelos das Indústrias Criativas.

E ele não é ideal, porque é ainda muito tímido em relação à coletivização e à flexibilização da Propriedade Intelectual, uma vez que nosso País possui 16,27 milhões de miseráveis, conforme o censo 2010⁴⁷, os quais não têm acesso a produtos criativos, muito menos têm podido participar desse modelo de desenvolvimento.

A adoção de políticas públicas eficazes voltadas para a Economia Criativa pode mudar todo esse quadro de exclusão, pois o desenvolvimento alcançado por meio delas deve ser baseado em três princípios: inclusão, sustentabilidade e diversidade cultural.

Convém evidenciar o fato de que as políticas públicas a serem adotadas devem ser inclusivas, as quais se orientem no sentido de identificar o potencial criativo de cada uma das localidades brasileiras, de investir na formação de mão de obra, localmente, abraçando projetos talhados sob medida para cada uma delas, observando a sustentabilidade de cada projeto, por meio de editais e de incubadoras que visem à preservação do patrimônio e à diversidade cultural.

Além do direito fundamental ao desenvolvimento, o direito fundamental à cultura é igualmente atingido quando o desenvolvimento alcançado é calcado na inclusão, uma vez que a cultura é objetivo desse desenvolvimento, nas palavras de Celso Furtado:

Cumpre-nos pensar em desenvolvimento a partir de uma visualização dos fins substantivos que desejamos alcançar, e não da lógica dos meios que

⁴⁷ WEBER, Demetrio. O tamanho da miséria extrema. **Itamaraty** – Ministério das Relações exteriores. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/sala-de-imprensa/selecao-diaria-de-noticias/midias-nacionais/brasil/o-globo/2011/05/04/o-tamanho-da-miseria-extrema>>. Acesso em: 09 jun.2011.

nos é imposta do exterior. A superação do impasse estrutural que está no fundo de nossa crise somente será lograda se o desenvolvimento futuro conduzir a uma crescente homogeneização de nossa sociedade e abrir espaço à realização das potencialidades de nossa cultura...Esta ação de vanguarda constitui uma das tarefas mais nobres a serem cumpridas pelos intelectuais nas épocas de crise...O debate sobre as opções de desenvolvimento exige hoje uma reflexão prévia sobre a cultura brasileira.⁴⁸

Neste norte, as políticas públicas podem ser eficazes em firmar um modelo desenvolvimentista com vistas a preservar o patrimônio cultural, a diversidade cultural e a promover o amplo acesso à cultura e à educação.

Somente um plano que mobilize todos os setores da gestão estatal, com a participação de vários ministérios, como será abordado adiante, será capaz de utilizar a cultura como força motora dessas mudanças tão desejadas.

A cultura, em todas as suas frentes, uma vez disponibilizada e viabilizada, é capaz de incluir populações marginalizadas, de proporcionar instrução, educação, capacitação, e, portanto, pode proporcionar emprego e renda, por fim, ser um componente estratégico na redução da miséria e na diminuição das desigualdades regionais no Brasil.

Este é o plano audacioso, o qual pode ser executado se adotado o modelo de desenvolvimento proposto, bastando para tal que haja vontade política e pressão social, cabendo aos estudiosos do Direito propor o debate e esclarecer os pontos obscuros acerca da temática.

O Brasil é um dos países que inauguraram o século XXI com melhores perspectivas de desenvolvimento, porém muito há para se fazer antes que todo cidadão possa realizar todas as refeições do dia, ter um teto, obter ensino de qualidade e com isso alcançar um trabalho digno. O desafio está posto. Cabe aos juristas ajudar a normatizar o caminho, para que ele seja o mais curto possível, pois, como disse o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, “quem tem fome tem pressa”⁴⁹.

⁴⁸ FURTADO, Celso. **Cultura e Desenvolvimento em época de crise**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984, p. 30- 31.

⁴⁹ CHAIM, Célia. Quem tem fome tem pressa. **Isto é Independente**. n.1727. 07 nov. 2002. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/27047_QUEM+TEM+FOME+TEM+PRESSA>. Acesso em: 26 jun. 2011.

1.5 Papel do Direito e função do jurista: desenvolvimento e mudanças sociais

Por óbvio, a discussão sobre o papel do Direito nas mudanças sociais, como produto ou fator delas, não é simples de se enfrentar. Há aqui profunda interseção do Direito com a Sociologia e é, portanto, um tema que pode ser enfrentado tanto pelo jurista que tenha conhecimento apurado em Sociologia, quanto pelo sociólogo do Direito, tendo-se sempre em mente a noção de que os olhares de cada um desses pesquisadores são distintos, em decorrência da sua formação principal.

O pesquisador que seja cientista social, aquele sociólogo que tenha como objeto de estudo o Direito, estará concentrado no Direito como fenômeno social, como modo de controle social. O sociólogo do Direito é, portanto, um observador externo, que se dedica a perceber e descrever os atos, diferentemente do jurista, um observador interno, adotante da norma como parâmetro para a análise comportamental, segundo o comportamento analisado seja de acordo ou contrário a essa norma.⁵⁰

Nesse sentido, Ana Lucia Sabadell⁵¹ exprime:

[...] o jurista sociólogo não faz interpretação do direito e não emite juízo de valor sobre o direito em vigor. Ele adota uma perspectiva de observador, examinando a aplicação e os efeitos sociais do sistema jurídico. Por consequência, os métodos da sociologia jurídica são de cunho sociológico, voltados à observação das relações entre este sistema e a sociedade. O fato de a sociologia jurídica utilizar métodos e técnicas das ciências sociais indica que o conhecimento de certos temas sociológicos é imprescindível a todo jurista que se dedica ao estudo desta disciplina. Através do uso de técnicas e métodos adequados, o jurista-sociólogo resguarda o caráter científico de seu trabalho.

Para Goldthorpe, “ser científico significa, ao menos, fazer afirmações que possam ser comprovadas (ou desmentidas) por observadores, e não somente manifestar sentimentos, opiniões ou experiências pessoais”⁵².

⁵⁰ DIAZ, Elias. **Sociologia y filosofia del derecho**. Madrid: Taurus, 1997, p. 180.

⁵¹ SABADELL, Ana Lucia. **Manual de Sociologia Jurídica**. Introdução a uma leitura externa do direito. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 166.

Deixando ao largo a discussão sobre a cientificidade ou não do Direito, uma vez que a entendemos superada, um ponto que a destacar é que, segundo Ehrlich, “o jurista é incapaz de conceber a convivência humana sem direito e sem coação jurídica”, o que levou o jurista à armadilha do reducionismo do Direito, conduzindo-o à teoria das duas fontes (lei e costume) ⁵³.

Prossegue o autor, expressando que a procura não deveria ser pelas fontes do Direito e sim pelas “forças que impulsionam o desenvolvimento das instituições jurídicas”. Nesse sentido, as concepções de Direito devem partir da realidade, ou seja, “na base das concepções sempre estão os fatos observáveis”⁵⁴.

Ehrlich aduz que os grupos humanos se organizaram e criaram as associações, onde cada indivíduo ocupava um papel, segundo as regras de organização, cuja eficácia advinha de fatos relacionados a essas regras. Dentre esses fatos, os mais significativos, reconhecidos pelos componentes das associações, segundo o autor, estão: o hábito, a dominação, a posse e a declaração de vontade.⁵⁵

Nesse subitem não caberá explicá-los aprofundadamente, porém, para cumprir o objetivo proposto, devemos apontar que: a) o hábito criou a ordem nas associações primitivas, pois antes de ser ordem, já era prática utilizada; b) a dominação (escavidão e servidão) nem sempre antecedeu à disposição jurídica que a criava; c) a posse abordada era a disposição sobre a coisa, exercida pelo dominante, o que conduziu à possibilidade de utilização econômica do bem possuído, caminhando-se para construir o conceito de propriedade, e d) um dos tipos universais de declaração de vontade são os contratos, sendo que os mais antigos versavam sobre a troca de bens.⁵⁶

De se notar que a primeira edição de “Fundamentos da Sociologia do Direito”, do autor retro, data de 1913, e de se perceber como os fatos (hábito, dominação, posse e declaração de vontade) elencados como principais conexões

⁵² GOLDTHROPE, 1990 apud SABADELL, Ana Lucia. **Manual de Sociologia Jurídica**: Introdução a uma leitura externa do direito. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p.167.

⁵³ EHRLICH, Eugen. **Fundamentos da Sociologia do Direito**. Brasília: UNB, 1986, p. 69.

⁵⁴ Ibid., p. 70.

⁵⁵ Ibid., p.71

⁵⁶ Ibid., p.72- 84.

entre o comportamento humano em sociedade e a obediência às normas permanecem em destaque até os dias atuais.

O que mudou não foram os fatos, e sim o conteúdo deles. Foi o hábito que mudou, foram as formas de dominação que se transformaram, os bens que podem ser objeto de posse é que são outros, e é o conteúdo e complexidade dos contratos que passaram mutações.

As mudanças sociais dependeram, dependem e dependerão das mudanças de hábito, das mudanças nos modelos de dominação, dos bens e dos conteúdos das declarações de vontade, mas a indagação continua a ser: quais são as condições dessas mudanças. O que transforma o hábito? Como se alteram as formas de dominação? De que maneira “novos” bens são valorados e outros caem em desuso? Que forças atuam sobre a vontade humana?

A busca por uma teoria que apontasse a “chave da mudança social”, bem como as “leis da história, o *fator* fundamental da mudança” foi a tônica dos estudos sociológicos do século XIX, sendo que tal objetivo se mostrou inalcançável.⁵⁷

No ano de 1977, Raymond Boudon⁵⁸ afirmou que,

Em matéria de mudança social, a sociologia parece sair do século XIX caminhando para trás. Para alguns a luta de classes continua a ser o fator dominante de uma evolução concebida como necessária. Para outros, o “progresso” tecnológico conduz inevitavelmente a uma transformação global das sociedades. Segundo as inclinações de cada um, o desenvolvimento dos meios de comunicação em massa, os progressos da biologia molecular, a multiplicação das firmas multinacionais, os intelectuais e detentores do saber são, cada um por sua vez, apresentados como sendo os portadores do que Hegel chamara de *Geschichtlichkeit*, de historicidade. É claro que as mudanças localizadas provocaram também intermináveis reações em cadeia. Parece demonstrado que a introdução do arado metálico provocou mudanças importantes ao nível das sociedades globais. É verdade que os conflitos sociais ou, mais precisamente, entre as “organizações” que representam mais ou menos diretamente as classes sociais, provocaram em certas conjunturas históricas efeitos de irradiação, que se estenderam às sociedades em conjunto. É verdade que, em certas circunstâncias, certas categorias de agentes sociais podem desempenhar um papel particularmente importante, como os estudantes durante os anos 60. Esses casos de figura, a despeito de sua incontestável importância não podem, no entanto, constituir a base de uma teoria geral da mudança social.

⁵⁷ BOUDON, Raymond. **Efeitos perversos e ordem social**. Tradução de Analúcia T. Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1979, p. 19.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 17.

Conclui Boudon que, nem a organização dos bens, nem a desigualdade de distribuição de riqueza e poder, nem as inovações tecnológicas, nem os conflitos de interesses puderam ser apontados como fatores isolados de mudança social.

Em outras palavras, elas foram “mudanças localizadas” que provocaram efeitos de irradiação. O que é possível em termos científicos acerca do tema - mudança social – consiste em identificar processos de mudança típicos, esperando que, com o tempo, esses casos representativos possam se integrar num quadro teórico geral.⁵⁹

Podemos entender, então, que as mudanças sociais resultam de processos complexos, por vezes até não intencionais, resultando, por exemplo, de efeitos perversos das decisões humanas. Nesse sentido, as mudanças sociais são resultado de um

[...] processo de artesanania cultural múltiplo e multifacetário, envolvendo ações dentro e fora da instância jurídica; (na sociedade civil e na política), num movimento pendular entre a ação técnica do profissional do direito, e a ação política do cidadão.⁶⁰

Os profissionais do Direito o veem com vértice de todas as relações, no entanto, o ponto nodal é, no tocante à temática proposta nesse subtópico, enquadrar o Direito, em sua forma ativa, com fator propulsor das Indústrias Criativas, ou como um entrave a elas, e, ao mesmo tempo, desvendar em que medida o Direito pode proteger a Propriedade Intelectual sem ser um empecilho à circulação do produto cultural e, por conseguinte, do desenvolvimento sustentável.

O Direito tem papel passivo nas mudanças sociais facilmente demonstrável, e que aparece como adaptações ou alterações que visam a acompanhar as transformações impostas por certos fatores, como novas tecnologias aplicadas à Medicina e às Telecomunicações, por exemplo. Esse é a faceta do

⁵⁹ Ibid., p. 20.

⁶⁰ ARRUDA JUNIOR, Edmundo Lima de. **Direito moderno e mudança social**. Belo Horizonte: Del Rey, 1997, p. 79.

Direito que “corre atrás” da sociedade para conformar-se com as mudanças, reconhecendo-as⁶¹ e regulamentando-as.

Quanto ao papel ativo do Direito, ele pode ser positivo ou negativo, segundo anota Sabadell, para quem ainda persistem pontos polêmicos. Acentua a autora que existem doutrinadores que posicionam o Direito como freio às mudanças sociais e outros que afirmam que ele pode exercer a função de locomotiva da transformação social.⁶²

O papel ativo negativo (que refreia as mudanças) é muito criticado. As críticas vão desde a acusação de ser este um instrumento de dominação que permite a manutenção do poder e da exploração, bem como outras mais brandas que apontam apenas para o seu caráter conservador, lento e defasado. Já a forma ativa positiva do Direito é, segundo a autora, um instrumento de educação e operação de grandes transformações sociais, exercendo nesse tocante o verdadeiro perfil de determinante da realidade social num sentido positivo. Num e noutro casos, segundo Sabadell, não há como se absolutizar as posições sob pena de erro, pois o Direito nem só é ativo positivo, nem é só ativo negativo.⁶³

Importante é apresentar a opinião de Edmundo Junior, para quem “os operadores jurídicos são também artesãos da racionalidade jurídica positivada”, e a executam por meio do “trabalho teórico-prático assentado na dogmática jurídica, revalorizando-a no plano do *mundo da vida*”.⁶⁴ (grifo no original).

Norberto Bobbio, já em 1971, atentou para uma redução da função específica do Direito como instrumento de controle social, nas sociedades industriais avançadas, reunindo duas tendências que apontavam nessa direção, assinalando:

[...] ampliando-se a dimensão e o uso dos meios de comunicação em massa (cuja importância, aliás, não pretendo exaltar de modo catastrófico), ampliasse, na sociedade contemporânea, um controle social de tipo diverso daquele tradicionalmente representado pelo direito, um controle não do tipo coativo, mas sim, persuasivo, cuja eficácia, em última instância, é confiada não à força física, como ocorre em qualquer ordenamento jurídico, mas ao condicionamento psicológico...além da formação e do predomínio de um

⁶¹ SABADELL, Ana Lucia, op. cit., p. 95- 109.

⁶² Ibid.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ ARRUDA JUNIOR, Edmundo Lima de, op. cit., p. 81- 82.

controle social de outro tipo, está em vias de formação, em uma sociedade tecnologicamente avançada, um outro fenômeno de vastas proporções (mesmo que ainda não predominante), destinado, a meu ver, a reduzir o espaço do controle jurídico, ao menos na forma pela qual ele foi, em geral, exercido até agora.⁶⁵

Na mesma obra, o autor destaca o papel do jurista podendo ser dividido em dois: o jurista como defensor da ordem jurídica posta, e o jurista como criador de normas que transformam o corpo de regras, exercendo, portanto, um papel ativo e crítico⁶⁶. É nas mãos destes juristas que se deposita a esperança de sucesso e de um caminho menos tortuoso e menos acidentado para a implantação da Economia Criativa no Brasil.

Ressalta Pinto Ferreira que o problema do desenvolvimento é, sobretudo, sociológico e não econômico, sendo o desenvolvimento, em verdade, “um processo global de transformação da sociedade e da economia, com suas implicações próprias, suas tendências transformadoras se chocando contra obstáculos sociais” impostos a ele.⁶⁷

Cabe a todos, governantes e governados, trabalhar para vencer os obstáculos sociais e inaugurar outra era, na qual todos os brasileiros estejam incluídos, como cidadãos, no espectro o mais amplo possível que a palavra encerra.

⁶⁵ BOBBIO, Norberto. **Da estrutura à função**. Tradução de Daniela Beccaccia Versiani. Consultoria técnica: Orlando Seixas Bechara e Renata Nagamine. Barueri: Manole, 2007, p. 36.

⁶⁶ Ibid., p.37- 38.

⁶⁷ FERREIRA, Pinto, op. cit., p.39.

2 A FUNÇÃO SOCIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E O SETOR CRIATIVO: ACESSO A CULTURA E PIRATARIA

Deste segmento em diante, buscaremos uma contraposição entre Economia Criativa e Propriedade Intelectual. Para tanto, será realizada breve revisão histórica acerca do Direito de Propriedade, da Propriedade Intelectual, da Propriedade Industrial e do Direito Autoral, com o objetivo de demonstrar a função social desta última.

Ainda nesse tópico, avaliaremos o confronto entre as leis autorais, os modelos de contrato tradicionais e o impacto das novas mídias sobre eles, além do fenômeno da pirataria, sua criminalização, com abordagem sobre o tratamento da matéria nos Estados Unidos da América.

Também será feita uma análise dos gastos públicos destinados ao combate à pirataria no Brasil, apresentando valores extraídos das Leis do Orçamento Anual entre os anos de 2003 e 2008, seis anos, portanto. Após essa análise, faremos uma contraposição dos valores investidos pelo Estado nos projetos delimitados, em face dos valores e das mercadorias apreendidas no País, tudo por meio de relatórios governamentais.

Dessa contraposição de valores e de produtos são obtidos dados que põem em dúvida os critérios brasileiros na eleição de suas políticas públicas, para, ao final, lançarmos uma dúvida ainda mais séria, qual seja, a origem dos números do comércio ilegal no País.

2.1 Considerações acerca do conceito tradicional do Direito de Propriedade

Em geral, o estudo do Direito de Propriedade parte já da menção à existência de formas de propriedade nos primórdios humanos, premissa da qual se deriva indevidamente a noção de que a propriedade é então algo que decorre da própria humanidade. Essa é a premissa de onde partem os estudos de graduação, bem como é o senso comum, do homem médio.

Os tradicionais compêndios que se debruçam sobre o assunto não obtêm êxito ao tentarem justificar o Direito de Propriedade de forma universal, e, no máximo, conseguem explicar, localizadamente, as possíveis causas para o surgimento da propriedade privada, em dada sociedade, explicações estas que não podem ser utilizadas como parâmetro, uma vez que tais teorias se aplicam a momentos históricos específicos.

Neste trabalho, adotaremos a versão romanística para a gênese do Direito de Propriedade, dada uma necessidade metodológica de demonstrar a inexistência do conceito de propriedade imaterial, intelectual, do autor e do inventor como se conhece, e sim demonstrar que foram surgindo à medida de sua necessidade, acompanhando o avanço das invenções humanas e a relação dessas com a produção de riqueza.

Assim, partimos da premissa de que, nas sociedades primitivas, não se tinha a noção de propriedade individual, a não ser sobre coisas móveis, como roupas, utensílios e ferramentas.

As notícias históricas acerca do surgimento da prática de apropriação de terras são anteriores ao surgimento das sociedades; prática esta provocada pelo advento da agricultura, pois antes dela o homem não se fixava em nenhum local, mudando constantemente quando do esgotamento de recursos de uma dada região.

Inicialmente a terra cultivada era coletiva e foi paulatinamente deixando esse caráter, passando a ser particular. Nesse tocante, várias são as teorias que justificam tal fenômeno. Podemos citar o surgimento dos grupos familiares; o entendimento de que os custos de exclusão são exorbitantes quando não há regras que direcionem o uso e os direitos sobre a propriedade; a apreensão de que a forma mais eficiente de administrar a propriedade é dividindo as externalidades entre todos os possíveis titulares, entre outras tantas razões passíveis de classificação.

Vê-se, pois, que o surgimento da propriedade está intimamente ligado ao surgimento do Estado, que vem estabelecer regras protetoras da propriedade, e, em troca deste regramento das sanções ao seu descumprimento, os interessados delegaram também ao Estado o poder geral de tutela, no denominado contrato social.

O fenômeno da individualização da propriedade tem registro na Roma antiga, com o costume de se conceder o direito ao uso da mesma porção de terra a uma mesma família, ano após ano. Existe também na composição desse costume o aspecto religioso, que foi fator importante para a perpetuação dessa prática.

A religião romana tinha como base os “deuses lares”. Fundava-se na crença de que as famílias tinham de que seus antepassados eram deuses e que deveriam ser cultuados em altares construídos nas residências. Esse costume era também acompanhado do hábito de sepultar os mortos próximo às residências. Advém daí também a tradição latina da divindade do lar, conceito que se estendia a toda a terra sob o poder do *pater*.

A concessão de uso de uma porção de terra diversa da utilizada no período anterior causaria a mudança dos membros do clã, de todos os bens móveis, escravos, animais e também de seus mortos. É inegável o inconveniente que esse deslocamento causava, implicando descontentamento do *pater* como também de toda a família, criando um clima de animosidade entre os cidadãos e o governo, periodicamente. Esse descontentamento era evitado, portanto, concedendo-se a mesma terra, como já expresseo.

Tomando essa decisão, os governantes livravam-se de vários inconvenientes, porém, sem perceber, permitiram que o sentimento de apego aos bens móveis, escravos, animais, sepulcros, estende-se também à casa e à terra.

Nessa medida, a religião ajudou a difundir a ideia de propriedade particular, destinada a uma família e aos seus deuses, que, cultuados, em troca, protegeriam os membros do clã, bem como a terra e tudo o que nela houvesse, garantindo saúde e fartura.

O governo romano também deu aos cidadãos meios de proteção para suas terras, tais como as regras de vizinhança¹, auxiliando a disseminação da cultura da propriedade unitária e exclusiva, como que afirmando a exclusividade sobre uma terra, fenômeno que, posteriormente, se estendeu por toda a Europa.

¹ “A Lei da XII Tábuas estabelecia que entre terrenos limítrofes no campo ou na cidade, deveria existir um espaço livre. Era o *limes* entre prédios rústicos e o *ambitus*, entre os urbanos”. (IGLESIAS, 1994 apud TABOSA, Agerson. **Direito Romano**. Fortaleza: FA7, 2003, p. 229, grifo no original).

Em apertada síntese, ressaltamos que, na Antiguidade Clássica, não havia qualquer menção aos direitos de autor ou do inventor. Nem mesmo os romanos, prodigiosos nas ficções jurídicas, puderam conceber o conceito de propriedade imaterial, pois atribuíam a possibilidade de apropriação apenas de bens corpóreos ou redutíveis a essa condição², como se verá.

Na Idade Média, com a influência dos povos bárbaros que cruzaram a Europa, vários conceitos jurídicos foram alterados, outros incorporados dessas culturas. Surge a figura do senhor feudal, grande proprietário de terras, o qual recebe dos proprietários menores, juramento de fidelidade e em troca lhes oferece proteção. Assim germinam o conceito de soberania e a noção de que propriedade imóvel, terra, e poder, eram sinônimos.

Esse estado perdura até a Revolução Francesa, quando o clero e a nobreza são forçados a renunciar aos seus privilégios, desaparecendo as concepções de servo e senhor. O Direito francês, baseado no Direito romano, institui, no Código Napoleão, o rol dos poderes inerentes aos proprietários, onde estão presentes os elementos trazidos da Lei das XII Tábuas: o *jus utendi*, *jus fruendi* e o *jus abutendi*.

É no Código Napoleão, ainda que muito criticado, que repousa o mais conhecido elenco dos direitos concedidos ao proprietário: o direito de usar (seus serviços, sem alterar-lhe a substância), gozar (fazendo-a frutificar, auferindo-lhe os produtos) e dispor da coisa, da maneira mais absoluta, desde que delas não faça uso proibido pelas leis e regulamentos.

De se notar, o Estado Liberal, surgido da luta entre as classes mais pobres e os nobres e a igreja, busca proteção máxima para a propriedade, colocando-a a salvo, longe do alcance e do arbítrio dos governantes.

Explica-se, portanto, que a propriedade naquele tempo fosse idealizada como um direito absoluto, atributo esse que já surgiu excetuado pela referência às regras impostas ao proprietário para o exercício de seus direitos. Foi esse o formato mais individualista já assumido pelo Direito de Propriedade.

² CRETELLA JUNIOR, José. **Direito Romano moderno**: introdução ao Direito Civil brasileiro. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1996, p. 100-101.

Com a Revolução Industrial (século XIX), são criadas outras formas de se acumular riqueza. Com as novas tecnologias, a propriedade imobiliária passa a ser apenas concorrente de outras formas de propriedade³, ameaçando-se sua liderança como bem por excelência.

O século XX foi marcado por profundas transformações na relação do homem com a propriedade e vários fatores podem ser apontados como responsáveis por tais mudanças, como, por exemplo: o êxodo rural e o surgimento das grandes cidades; guerras; lutas por poder; o aparecimento de novas tecnologias; os avanços das ciências como a Medicina, a virtualização das relações, e, acima de tudo, o fenômeno da escassez, natural e induzida.

No século XXI, ainda são muitos os desafios para acomodar as tensões entre proprietários e não proprietários, notadamente no que toca à propriedade de bens imóveis, principalmente nos grandes centros urbanos, em direção aos quais é grande o fluxo de pessoas.

No novo século outras formas de propriedade se firmam, inclusive no plano virtual, plano que é uma realidade nesse novo mundo de contornos indefinidos e de relações fugazes.

Há endereços na internet que são vendidos por milhares de dólares, e o fluxo de dados é tal, que se torna cada vez mais importante que os legisladores acompanhem esse movimento, criando marcos regulatórios para todo esse volume de informações, “pois considerando que todas as formas de comunicação midiáticas, incluindo a internet, contribuem para uma esfera em que o conhecimento é partilhado e a opinião é formada”⁴, toda a atenção deve ser dispensada a ela.

Seguindo a linha proposta, os direitos de Propriedade Intelectual devem ser adaptados e redimensionados, dado o fato de que não é mais sustentável a prevalência de leis tão restritivas e protetivas ao ponto de serem um esbarro ao desenvolvimento, ao acesso à cultura e à erradicação da pobreza. Antes de tratarmos desse assunto, examinemos a historicidade da Propriedade Intelectual.

³ ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito Civil**: Reais. Lisboa: Coimbra, 1993, p.138.

⁴ SLEVIN, James. **Internet e Sociedade**. Lisboa: Temas e Debates, 2000, p. 133.

2.2 Evolução histórica do Direito de Propriedade Intelectual: breves apontamentos

Os romanos se ocuparam somente da propriedade material, não conhecendo, portanto, a Antiguidade o conceito de propriedade imaterial como se conhece hoje. Os romanos agruparam sob o rol das *res incorporales* os direitos sucessórios ou de herança, o direito de uso e de gozo ou usufruto, os direitos de crédito e as servidões, excluindo desse rol os serviços, prestações pessoais, obras do espírito humano, irredutíveis a algo material.⁵

Nesse entendimento, uma vez que os romanos desconheciam as obras do espírito humano como propriedade imaterial, não foram capazes de conceber um conceito de Propriedade Intelectual.

As primeiras manifestações de apropriação de meios ou processos de produção, das criações artísticas e científicas, remontam à Inglaterra medieval. Segundo Waldemar Ferreira⁶,

a primeira patente para o estabelecimento de nova indústria parece ter sido outorgada pelo Rei Eduardo III em 1331. Em 1376 algumas pessoas se viram aquinhoadas com patentes de monopólio para a venda de vinhos doces na cidade de Londres. Sob os Tudors e os Stuarts chegou ao auge o abuso do sistema de patentes concedidas a validos dos soberanos, com graves danos para a comunidade. Tentaram as Cortes impedir essa prática nefasta, e no caso de monopólios, chegaram a invalidar monopólio para a importação, fabrico e venda de cartas de jogar. A primeira patente para *new invention* data de 1561 e foi dada para o fabrico de salitre. O princípio de que deveriam patentear-se somente *new manufactures* lançou-se, pela primeira vez, em 1602, por Francis Bacon, na Casa dos Comuns.

Tem-se notícia de que, na cidade de Veneza, no ano 1469, Giovanni de Spira obteve o direito exclusivo de explorar a técnica de impressão⁷, porém os direitos de exclusivo ganham contornos legislativos com o *Statute of Monopolies*, de 1623, quando a atividade econômica deixou de ser regulada pela distribuição geográfica de mercado. Deixaram também de ser critério o simples privilégio dados

⁵ CRETELLA JUNIOR, op. cit., p. 94- 95.

⁶ FERREIRA, Waldemar. **Tratado de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 1962, v. 6, p. 438.

⁷ DEL NERO, Patrícia Aurélia. **Propriedade intelectual: a tutela jurídica da biotecnologia**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 60.

aos nobres e outras práticas feudais, passando então a atividade econômica a ser guiada por certas concessões feitas pela Coroa aos inventores⁸.

Podemos citar ainda como marcos históricos relativos à Propriedade Intelectual a Constituição dos Estados Unidos, que, em 1787, protegeu os direitos dos inventores, bem como a edição, na França, em 1791, de legislação sobre os direitos dos inventores. No Brasil, foi um edital do ano de 1808 que pioneiramente tratou dos interesses dos inventores⁹.

2.3 Noções gerais sobre Propriedade Intelectual

Ainda hoje é grande a desuniformidade acerca do conteúdo do que aqui convencionamos chamar de Propriedade Intelectual, fato facilmente comprovado por doutrinas divergentes, ocorrência corriqueira no universo jurídico, mas que, na seara em questão, aufere contorno de verdadeiro campo residual, onde cabem desde a Propriedade Industrial, direitos do autor, e outras formas de propriedade¹⁰, até o combate à concorrência desleal¹¹, para omitir os exageros, como direito de personalidade, por exemplo.

A afirmação de que o fio condutor para o agrupamento de tal conteúdo seria a caracterizada imaterialidade¹² de tais direitos é controversa e suscita grande discórdia entre seus pesquisadores¹³.

Para as finalidades a que se destina o presente trabalho, cabe esclarecer que, dentro do continente da Propriedade Intelectual, há dois grupos com teores distintos, nos quais é estudada a proteção dos direitos individuais (morais e patrimoniais) e da coletividade (conjunto de prerrogativas da sociedade, reservadas

⁸ COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial - Direito de Empresa**. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 134.

⁹ GÊNNOVA, Leonardo de. Patente de Biotecnologia: Evolução e Perspectivas. Conpedi. **Anais eletrônicos...** Disponível em <http://conpedi.org/manaus/arquivos/anais/bh/leonardo_de_genova.pdf>. Acesso em: 29 dez. 2009.

¹⁰ BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à Propriedade Intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003, p. 1.

¹¹ HAMMES, Bruno Jorge. **O direito de Propriedade Intelectual**. 3. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2002, p. 17- 18.

¹² Ibid.

¹³ GORDON, Wendy J. Intellectual property. In: CANE, Peter; TUSHNET, Mark (eds.). **The Oxford handbook oh legal studies**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

a todos os indivíduos), das obras literárias, artísticas e científicas, e dos direitos a elas conexos, quais sejam, os direitos autorais e a propriedade industrial, este último referindo-se a invenções e métodos com destinação industrial e comercial, além das marcas e certificações, também incluídas na propriedade industrial.

Poderíamos tecer muitas considerações ainda sobre o emprego do termo propriedade para definir os direitos dos autores e da propriedade industrial, porém, adentraríamos outra esfera, que nos remeteria à discussão acerca das várias teorias que procuram embasar esses direitos, tais como as teorias personalistas e patrimonialistas, dentre outras, o que, de *per se*, requereria um trabalho exclusivo destinado a esse fim, e por essa razão deixa de ser empresa enfrentada.

Outro ponto digno de nota é a divisão entre propriedade industrial e direitos autorais no Brasil, quando, desde 1967, o Estatuto da OMPI os uniu sob um mesmo regime.¹⁴

Assim, a legislação e os estudos os dividem, embora Ascensão acentue que em certos casos práticos é grande a dificuldade em identificar qual regime jurídico empregar.¹⁵

Obedecendo a sistemática doméstica, os direitos autorais, nas palavras de Allan Souza, são

[...] o conjunto e estrutura de atribuições emanadas da criação autoral e sua utilização. Essa escolha é porque a expressão 'direitos autorais' enquadra, em seu significado, os diversos interesses e atribuições, tanto individuais quanto coletivo¹⁶.

Para José de Oliveira Ascensão, o Direito Autoral é uma fórmula que visa a “compensar o autor pelo contributo criativo trazido à sociedade. Por isso esta

¹⁴ PRONER, Carol, op. cit., p.197.

¹⁵ ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito Autoral**. 2. ed. ver. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 2007, p. 20- 21.

¹⁶ SOUZA, Allan Rocha de. **A função social dos direitos autorais**: uma interpretação civil-constitucional dos limites da proteção jurídica: Brasil 1988-2005. Campos dos Goytacazes: Faculdade de Direito de Campos, 2006, p. 11- 14.

aceita o ônus que representa a imposição do exclusivo”¹⁷, que na concepção do autor é a natureza jurídica que mais se aproxima dos direitos ora estudados¹⁸.

Já a Propriedade Industrial se destina a normatizar as invenções, processos produtivos e marcas, além da produção de cultivares, topografia de circuitos integrados e *software*, entre outros, entendendo-se, portanto, que Propriedade Intelectual é gênero do qual são espécies a Propriedade Industrial e o Direito Autoral¹⁹.

Embora se pareçam, a Propriedade Industrial difere do Direito do Autor, pois esse é uma criação e aquela é uma invenção, diferença que tem influência em toda a estrutura dos direitos concedidos a um e outro titular; e embora também a primeira se refira a bens incorpóreos, esses não se esgotam nos objetos que eventualmente lhes dão forma física.²⁰

Neste ensaio, concentraremos os esforços no entendimento dos Direitos Autorais, por estarem intimamente ligados às questões que adiante serão apostas como discussão central do estudo.

2.4A função social dos Direitos Autorais

A propriedade funcionalizada não é propriamente um assunto novo na doutrina nacional e já vêm de longa data os debates travados acerca do tema. Há quem admita a funcionalização apenas da propriedade imóvel²¹, porém, outras teorias já preveem a função social de outras modalidades de propriedade, como os direitos autorais^{22 23 24}, como examinaremos a seguir.

¹⁷ ASCENSÃO, José de Oliveira, 2007, op. cit., p. 3.

¹⁸ Ibid., p. 612.

¹⁹ SCULEDER, Marcelo Augusto. **Patentes e sua Função Social**. Dissertação (Mestrado em Direito)- Universidade Metodista de Piracicaba. Piracicaba, 2007, p. 60.

²⁰ ASCENSÃO, José de Oliveira, 2007, op .cit., p.20- 21.

²¹ SZTAJN, Raquel. Função social do contrato e direito da empresa. **Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro** - RDM, São Paulo: Malheiros (Nova Série), ano XLII, n.139, p.29-49, jul./set. 2005, p. 37.

²² CARBONI, Guilherme. **Função Social do Direito do Autor**, Curitiba: Juruá, 2006.

²³ ASCENSÃO, José de Oliveira. A função Social do Direito Autoral e as Limitações Legais. In: ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; WACHOWICZ, Marcos (Coords.). **Direito da propriedade intelectual**. Estudos em homenagem ao Padre Bruno Jorge Hammes, Curitiba: Juruá, 2006, p. 86- 111.

Como já enfrentado no capítulo anterior, o Direito tem funções específicas²⁵ e deve ser fator de transformação social, ao mesmo tempo em que se transforma para atender as demandas da sociedade.

Nessa medida, anota Guilherme Carboni que “os institutos jurídicos mudam de função ao sabor das mudanças históricas, adaptando-se às novas exigências sociais”²⁶ e, sendo os Direitos Autorais, direitos subjetivos do autor, estes, da mesma forma, devem acompanhar os limites²⁷ surgidos dos anseios sociais, das necessidades, por que não dizer.

Segundo Oliveira Ascensão, o Direito Autoral nasce na Constituição dos Estados Unidos da América já limitado, e assim permaneceu até a Primeira Guerra Mundial, momento no qual prevaleceu o pensamento individualista que “corroeu a relevância do interesse público”, porém, ao final do Conflito Mundial, o espírito público recebeu algum oxigênio com o início do que o autor chamou de “idade social”, porém este renascer não atingiu os Direitos Autorais, que permaneceram em movimento oposto, ou seja, envolvendo, daí a resistência à aplicação de limites.²⁸

Ascensão bate ainda mais forte na resistência à imposição de limites aos Direitos do Autor, indagando: o que justifica que “se proceda com tal ferocidade que torna esse ramo cego à realidade circulante e à satisfação de necessidades correntes da vida social?” Prossegue refletindo se esses seriam mesmo o interesse dos autores ou de outros que se beneficiam das obras desse autor, afirmando que o rigorismo que faz do Direito do Autor um “ramo repressivo” do Direito não é pretendido pelos autores, que em verdade desejam que, a despeito de uma remuneração compatível ao trabalho realizado, que seus trabalhos circulem.²⁹

Corroborando essa ideia, Denis Bordes Barbosa assinala que

[...] o fluxo do conhecimento científico foi, por muito tempo, o próprio exemplo de domínio público. Progressivamente, tal status foi sendo erodido,

²⁴ SOUZA, Allan Rocha de, op. cit.

²⁵ BOBBIO, Norberto, 2007, op. cit., p. 23- 24.

²⁶ CARBONI, Guilherme, op.cit., p. 27.

²⁷ ASCENSÃO, José de Oliveira, 2006, op. cit., p. 85- 86.

²⁸ Ibid., p. 86- 87.

²⁹ Ibid., p. 88.

em particular pela invasão das restrições estratégico-militares, e pela recuperação das informações, pelo mercado³⁰

É circulando que uma obra está atingindo sua função, objetivo principal de sua existência, e se ela circula sem obstáculos, ou com menores limites, chegando a mais pessoas, principalmente àquelas sem acesso à informação, então ela estará, nesse caso, atingindo a sua função social.

Depois de publicada uma obra, ela se integra ao mundo, e nunca mais pertencerá a uma pessoa somente. Essa é a destinação social dos bens intelectuais, e se é feita para isso, para se integrar ao mundo, ela é de impossível apropriação exclusiva, e, portanto, segundo Ascensão, ela não pode originar uma propriedade.³¹

Seus frutos sim, são apropriáveis e há que se harmonizar esses interesses por meio da legislação, que urge em nosso País seja reformada, atualizadas mesmo, pois, como esclarece Carlos Alberto Bittar, fundamentando-se na Declaração dos Direitos do Homem, os direitos do autor são:

Reconhecidos em todos os países, eis que compõem as Declarações de Direitos do Homem e se hospedam em Constituições de Estados modernos, esses direitos existem para a realização de síntese entre, de um lado, os interesses público de percepção e de transmissão de conhecimento e, de outro, os interesses privados de reconhecimento de paternidade e de percepção de remuneração pela utilização econômica de obras intelectuais.³²

No mesmo sentido, manifesta-se Allan Souza, ao dizer que os Direitos Autorais encerram uma luta entre direitos individuais e coletivos, na medida em que há os interesses do autor na proteção e no proveito que retira de sua obra, e, de outro lado, há os interesses da coletividade, a qual deseja fruir da obra³³. É o embate entre os interesses privados e públicos, tão característicos desses tempos. Como estabelecer, porém, os limites entre esses interesses? Quais interesses devem ser defendidos? Como conciliá-los?

³⁰ BARBOSA, Denis Borges. Domínio público e Patrimônio Cultural. In: ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; WACHOWICZ, Marcos (Coords.). **Direito da propriedade intelectual**. Estudos em homenagem ao Padre Bruno Jorge Hammes, Curitiba: Juruá, 2006, p. 114-163.

³¹ ASCENSÃO, José de Oliveira, 2007, op. cit., p. 604.

³² BITTAR, Carlos Alberto. Os direitos intelectuais na Constituição. In **Revista de informação legislativa**, ano 24, n. 96, out/dez, 1987, p. 323.

³³ SOUZA, Allan Rocha de, op.cit., p. 20.

Partindo-se da premissa de que “toda pessoa tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do processo científico e de seus benefícios”, e da mesma forma “toda pessoa tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica, literária ou artística da qual seja autor”, como dita a Declaração Universal dos Direitos Humanos³⁴, tem-se que os Direitos Autorais têm várias funções.

As principais funções, segundo Carboni³⁵, são: a) função de identificar o autor; b) função promocional de estímulo à criação; c) função econômica; d) função política, e e) função social.

Ao contrário do que se pensa, a identificação do autor não é somente um direito deste, como é também um direito da coletividade, que, identificando o autor de determinada obra, pode identificar o pensamento dele, seu estilo, sua escola, contribuindo essa identificação para a manutenção do ambiente democrático, que atenda aos princípios da transparência e da veracidade das informações, ressalvado o direito ao anonimato, garantido pode lei³⁶, se assim preferir o autor.³⁷

No que concerne à função promocional dos Direitos Autorais, há dois lados a serem analisados: de um lado, observa-se o incentivo à produção cultural e ao desenvolvimento cultural e econômico, e de outro, o custo social que se manifesta quando excedido o direito exclusivo.

Nesta análise, ainda há que se enfrentar o real resultado dessa função promocional, na medida em que se pergunta se o autor cria ou não, pensando no retorno financeiro de sua criação, ou se esse exclusivo, geralmente adquirido por uma empresa, que intermedeia a utilização da obra, somente a ela beneficia, pois o modelo restritivo dos Direitos Autorais e o estado da arte dos contratos de seção deles criaram um mercado de produtos subsidiários (*shows*, palestras, programas de rádio e TV, aulas) para os artistas, por meio do qual esses obtêm, nas mais das

³⁴ UNITED NATIONS, **The Universal Declaration of Human Rights**. Disponível em: <<http://www.un.org/en/documents/udhr/>>. Acesso em: 03 jun. 2011. Art. 27.

³⁵ CARBONI, Guilherme, op.cit., p. 71- 99.

³⁶ BRASIL, Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário oficial da União**. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>. Acesso em: 05 de jan. 2010.

³⁷ CARBONI, Guilherme, op.cit., p. 71.

vezes, mais vantagens do que as que advêm diretamente do exclusivo de suas obras, pelas razões já expostas³⁸.

A função econômica aqui debatida não é a que remunera o autor por seu trabalho, mas sim aquela ligada à informação produzida pelo autor e posta a circular por ele. Segundo atesta Carboni, informação não é mercadoria simples, e sim processo,

[...] portanto, informação não é coisa e nem está na coisa, mas diz respeito a ma ação. Como toda ação sofre algum limite físico intransponível (dependendo do tipo de organismo, a ação não pode ser superior a um determinado espaço ou esforço), em algum momento chegará o cansaço. Assim, quanto menos for o cansaço gerado pelo processo, mais útil será a informação.³⁹

Destacamos o fato de que, sendo processo, a informação não se acaba quando consumida. A informação, quanto mais circula, ganha quem a fornece e aufere quem a adquire, pois não a consumirá como um bem que se exaure, e sim como um bem que se multiplica.

Anota Carboni que a

[...] função econômica do direito de autor é de justamente permitir a apropriação da informação enquanto mercadoria, tendo por base a concessão de um direito de uso exclusivo da informação, que garanta a seu titular um poder de barganha na sua comercialização.⁴⁰

Nessa linha de ideias prossegue o autor, concluindo que a apropriação da informação, na qualidade de mercadoria, não pode ser excessiva, pois criaria artificialmente externalidades negativas, pelo represamento da informação, onde estas não existem naturalmente, pois, como já dissemos, a informação não se consome, não desaparece, e sim se multiplica, deduzindo-se então que as externalidades na Propriedade Intelectual, por natureza, são positivas. Destaca-se

³⁸ Ibid., p. 73- 77.

³⁹ Ibid., p. 79.

⁴⁰ Ibid., p. 84.

nesse tocante, é a noção de que países que têm mais desenvolvimento cultural e tecnológico posicionam-se melhor no plano internacional.⁴¹

A função política dos Direitos Autorais faz parte das políticas culturais do País, e é por meio dele que se garante um tratamento igualitário de proteção aos autores⁴², indistintamente, sem se considerar credo, cor, raça ou ideologia, garantindo-se assim o permanente equilíbrio da proteção, sem privilégios. Essa função política, juntamente com as demais políticas de cultura e desenvolvimento, devem ser a garantia para o alcance da dignidade de toda pessoa.

A outra função política acontece por meio das formas alternativas de circulação dos direitos de autor, quais sejam, o *software* livre e o *creative commons*.⁴³ Ambos os modelos desafiam o poder represador exercido pelas grandes empresas, e, sem aqui termos a pretensão de explicá-los, cada um enseja liberdades aos usuários, que podem se tornar coautores, na medida em que podem alterar a obra e dar a ela outra função, inclusive a social.

Por fim, abordaremos neste tópico a função social dos Direitos Autorais, aquela que objetiva localizar as situações nas quais os interesses coletivos devem prevalecer sobre os particulares, e em que medida esse fenômeno pode ocorrer.

Allan Souza aduz que o Estado Democrático de Direito requer um sopesamento entre os interesses privatistas dos autores e das empresas e os interesses e direitos da coletividade, na busca de um “equilíbrio jurídico razoável”⁴⁴.

De um lado, a necessidade de desenvolvimento social, a promoção do patrimônio cultural da coletividade, o progresso tecnológico e econômico e até de acesso ao consumo de bens resultantes. De outro, o desenvolvimento cultural, o interesse educacional, os interesses empresariais (que resultam da equação entre investimento, risco e lucro), interesses das entidades da gestão coletiva, os interesses do autor, dos prestadores de serviços culturais, todos muito bem delineados, para não se confundirem.⁴⁵

⁴¹ Ibid., p. 85- 86.

⁴² Ibid., p. 87- 88.

⁴³ Ibid., p. 90- 95.

⁴⁴ SOUZA, Allan Rocha de, op. cit., p. 266.

⁴⁵ Ibid., p. 269- 270.

O autor frisa que a regra é que possibilita o uso das obras e não a exceção. Exceção constituem as regras que limitam a utilização, sendo inclusive *numerus clausus*⁴⁶, fato que nos mostra a inversão que o Direito Autoral tem imposto à sociedade, mas que lentamente cede espaço à sua funcionalização.

Discutem-se, ainda, os limites verticais como o tempo em que se prolonga os direitos do autor após sua morte, a transformação da OMPI em órgão negocial e a introdução da Organização Mundial do Comércio – OMC nas discussões entre países, que envolvam Propriedade Intelectual. Todos esses aspectos são esbarros de grande porte ao exercício da função social dos Direitos Autorais.⁴⁷

Devem ser livres de custos, segundo Allan Souza, e independem de autorização prévia:

[...] os empréstimos da obras feitos por bibliotecas o por instituições equivalentes; o arquivamento digital, microfilmado ou outros meios equivalentes, com objetivo de preservação de integridade da obra; representação ou execução de obra autoral no âmbito privado ou nas instituições de ensino; uso de todas as obras para fins exclusivamente didáticos; reprodução própria de material acadêmico para fins instrucionais e de pesquisa; reprodução de material indisponível ou de difícil acesso; A efetivação da função social pode ocorrer por iniciativa dos próprios detentores dos direitos, por desapropriações efetuadas pelo Poder Executivo dos diversos níveis administrativos, pelo Poder Legislativo na confecção das leis que regulam estes direitos, ou pelo Poder Judiciário na interpretação adotada na solução de litígios.⁴⁸

Considerando que há grandes interesses envolvidos, Luis Otávio Pimentel assevera que,

Se considerarmos a existência de Estados mais ou menos dependentes e desenvolvidos, se considerarmos que existem megaempresas com mais capitais acumulados que o PIB de muitos países, estabelecer e manter um regime jurídico nessa matéria, a garantir o domínio de empresas sobre tecnologia, artes, literatura e ciência criadas em poucos centros de excelência do mundo, seria injusto⁴⁹

⁴⁶ Ibid., p. 271- 273.

⁴⁷ Ibid., p. 281- 285.

⁴⁸ Ibid., p. 320.

⁴⁹ PIMENTEL, Luiz Otávio. Propriedade intelectual e desenvolvimento. In: PATRÍCIA, Luciane de Carvalho (Coord.). **Propriedade Intelectual: Estudos em homenagem à Professora Maristela Basso**. Curitiba: Juruá, 2005, p. 42.

De tal sorte, a função social dos Direitos Autorais, pelo até aqui exposto, necessitará de um esforço nacional para ser efetivada, e é imperioso que se faça, pois disso depende todo o projeto da Economia Criativa, como nos próximos capítulos se evidenciará.

2.5 Direitos Autorais na Era digital

O Brasil possui, sem dúvida, um dos melhores conteúdos legais em matéria de proteção aos Direitos Autorais, tendo sido um dos pioneiros⁵⁰ a legislar sobre essa matéria, como demonstrado.

A Constituição de 1988 foi clara ao proteger o Direito Autoral e toda a produção intelectual. Internacionalmente, o Brasil é signatário dos mais importantes tratados de proteção à Propriedade Intelectual.

De outra face, todo esse arcabouço jurídico, o qual já foi eficaz e útil, sem aqui dizermos quem se beneficiou dessa utilidade, agora se mostra ineficaz diante das novas tecnologias.

Assim, o “paradoxo na Sociedade Informacional se estabelece entre a liberdade de informação a todos em favor da disseminação do conhecimento e da cultura e os direitos exclusivos dos titulares dos direitos autorais”⁵¹, conforme ensina Marcos Wachowicz.

Para tornar tangível tal afirmação e demonstrar com clareza a falência do modelo atual, contrapomos dois eventos ocorridos no Brasil. Em um deles, a banda inglesa de música pop Cold Play apresentou-se em várias cidades brasileiras, dentre elas São Paulo, no estádio do Morumbi, para uma plateia de mais de 60 mil pessoas, no último dia 03 de março de 2010 e, ao final de seu *show* distribuiu – gratuitamente – milhares de CDs com as músicas tocadas durante o espetáculo, em gravações “ao vivo”.

⁵⁰ GOYANES, Marcelo. **Tópicos em propriedade intelectual** – marcas, direitos autorais, design e pirataria. Rio de Janeiro: Renovar, 2007, p. 184.

⁵¹ WACHOWICZ, Marcos. **Propriedade intelectual do software & revolução da tecnologia da informação**. 2. reimp. Curitiba: Juruá, 2005, p. 219.

No outro evento, uma banda que foi sucesso nos anos 1990, o A-Ha, igualmente esteve em turnê por nosso País, tendo se apresentado na cidade de Fortaleza no dia 20 de março do mesmo ano. Esta, diferente da primeira, não presenteou seus fãs com CDs, e o que se viu do lado de fora do local da apresentação foi a presença de muitos ambulantes que vendiam cópias “pirateadas” dos CDs da banda, inclusive exemplares não autorizados, contendo músicas inéditas apresentadas no *show*.

Grandes conglomerados e as gravadoras, bem como novas bandas, cantores e artistas, já perceberam que não há mais como refrear o impulso tecnológico e o choque que as novas tecnologias provocaram no mundo cultural, conforme assevera Allan Souza:

Dentre os problemas que apresenta a nova realidade tecnodigital no campo dos direitos autorais, especialmente são os que se referem à definição da autoria, aos tipos de obras protegidos e controle de acesso às mesmas. A multiplicação do número de obras disponibilizadas e dos veículos em que podem se expressar traz possibilidades de novas criações e adaptações. Essa situação faz ressurgir questões sobre a definição do que seja uma obra adaptada e o que seja obra nova, que em seu bojo, busca definir o que é inspiração e o que é utilização não autorizada.⁵²

Por óbvio, sanções podem ser aplicadas; mas será que é essa a solução? O protecionismo exagerado poderá dar respostas à possibilidade de fragmentação de uma obra em várias outras, por influência e trabalho de outros artistas sobre a obra inicial?

Analise-se o celebre caso da foto do então candidato à Presidência dos Estados Unidos da América, Barack Obama, tirada por Mannie Garcia, fotógrafo da agência de notícias *Associated Press*, que serviu de base para o trabalho do artista Shepard Fairey, trabalho esse que transformou o Presidenciável em ícone *pop*, fato que marcou as eleições ianques.

Fairey disponibilizou seu trabalho artístico para *download*, abrindo mão de quaisquer direitos e Mannie Garcia reclamou seus direitos, relativos à foto, junto à justiça dos EEUU. Nesse caso, questiona-se até que ponto a sanção pelo uso da

⁵²SOUZA, Allan Rocha de, op. cit., p. 121.

foto será capaz de ressarcir os prejuízos alegados pelo fotógrafo e até que ponto lucrou o artista, já que não cobrou nada pelo serviço realizado. São questões sutis, mas que devem ser enfrentadas.

Shepard Fairey alegou, em sua defesa, que procurou na internet uma foto de Obama onde ele parecesse presidenciável, e que não se preocupou em saber quem a havia tirado. Trabalhou durante uma semana, aproximadamente, na imagem, não cobrou nada por isso, e posteriormente disponibilizou seu trabalho ao Presidente, e para quem o desejasse, ficando mundialmente famoso.

O caso não se resume apenas em se saber “quem tem razão”, mas sim qual é o dinamismo dessas relações oriundas das novas tecnologias. Um “Abaporu”⁵³ de Romero Brito, à venda em um restaurante na cidade do Recife, seria uma violação aos direitos autorais? Músicas, pinturas, releituras e *remixes* são obras novas? Em nosso sentir, o *fair use*, ou uso justo, está sobre uma tênue linha a ser definida pelo legislador.

Esse relato destina-se a chamar a atenção para o fato de que há um forte sentimento de que aquilo que está na internet está em “domínio público”, e que, embora tecnicamente não esteja, não há como refrear sua distribuição, que ocorre quase na velocidade de um vírus, nos obriga a pensar inevitavelmente em três inquietantes emergências: (re)análise da criminalização da pirataria; um marco civil para a internet e um novo modelo para os Direitos Autorais.

Já existem algumas propostas de equalização dos Direitos Autorais, como o *software* livre⁵⁴ e a licença de *copyleft*⁵⁵, bem como outros modelos alternativos de remuneração para a PI.

⁵³ AC VIEIRA – Esculturas, pinturas e gravuras. **Tarsila do Amaral “Abaporu – 1928”**: Abaporu - quadro de Tarsila do Amaral, pintado em 1928, considerado o mais importante já produzido no Brasil. Foi pintado para ser um presente para o escritor Oswald de Andrade, seu marido na época. Ao concluir a tela Tarsila batizou-o como Abaporu (o homem que come), buscando apalavra em um dicionário tupi-guarani. O "Abaporu" foi a tela mais cara vendida até hoje no Brasil, alcançando o valor de US\$1.500.000. Foi comprada pelo colecionador argentino Eduardo Costantini. Disponível em: <<http://acvieira.arteblog.com.br/1645/Tarsila-do-Amaral-Abaporu-1928-OST/>>. Acesso em: 20 ago. 2011.

⁵⁴ Cf. PAESANI, Liliana Minardi. A Flexibilização dos Direitos: *Software* livre e Licença *Copyleft*. In PAESANI, Liliana Minardi (Coord.). **O Direito na Sociedade da Informação**. São Paulo: Atlas, 2007, p.179. “Por volta dos anos 80, Richard Stallman, propôs o desenvolvimento conjunto de programas para computador por pessoas de todo o mundo”. “Aquele que mudar o GNU (código-fonte) deverá possibilitar a qualquer outro cientista a possibilidade de alterar o sistema de forma livre e gratuita. Ou seja, o código-fonte tornou-se acessível a qualquer um por ato de vontade livre de seu criador”.

2.6 A pirataria no Brasil: os anos 1980 e 1990

O Ministério da Justiça⁵⁶ atesta que a pirataria (produção, circulação e comercialização ilegais de produtos falsificados) já é um dos crimes mais praticados na ordem planetária, ao lado do tráfico de substâncias entorpecentes, guardando estreita relação também com o comércio de armas e munições, no plano internacional, que, segundo estudos brasileiros e estrangeiros, é atualmente uma prática que movimenta quase o dobro dos valores movimentados pelo crime organizado convencional.

O Terceiro Relatório do Conselho Nacional de Combate à Pirataria a assinalou que, “segundo a Interpol, a pirataria é o crime do século. Seus dados informam que a pirataria se tornou o crime mais lucrativo do mundo. A modalidade movimenta anualmente US\$ 522 bilhões, contra US\$ 360 bilhões do tráfico de drogas.”⁵⁷

O combate à pirataria no Brasil tomou contornos de política pública no governo de Fernando Henrique Cardoso que, no ano de 2001, instituiu o Comitê Interministerial de Combate à Pirataria, e, mesmo antes disso, o País já dava sinais de que não seria mais conivente com atividades ilícitas envolvendo propriedade intelectual com a sanção da lei que atualizou a legislação atinente ao *software*, já nos idos de 1998, que previu penas de detenção e multa para os infratores.

Mesmo com a promulgação da Constituição Federal no ano de 1988, nosso País ainda era subordinado aos ditames do Fundo Monetário Internacional – FMI – na década de 1990, fator que influenciou o posicionamento do Brasil na tomada de decisão acerca da criminalização da pirataria, segundo Maristela Basso.⁵⁸

⁵⁵ Ibid., p. 180. “O conceito de *copyleft* surge juntamente com a ideia de *software* livre e desponta como uma inversão de valores do copyright. Segundo seus formuladores do conceito, bastaria que o autor, ao disponibilizar sua obra, permitisse de antemão o uso quase que irrestrito dela. Com a condição de que o licenciado aceitasse fazer uso das mesmas prerrogativas na redistribuição, alteração, uso e derivação.”

⁵⁶ BRASIL. 2005a, op. cit., p. 8.

⁵⁷ BRASIL. 2006a, op. cit., p. 13.

⁵⁸ BASSO, Maristela. Propriedade Intelectual e Direito Internacional. In: 8ª Semana do Direito, 2010, Fortaleza. **Exposição oral**. Fortaleza: Faculdade Christus, 2010. Disponível em:

De se entender que, naquele momento histórico, o Brasil dependia de empréstimos concedidos pelo Fundo, e eram moeda de troca a assunção de compromissos e a adoção de determinadas políticas públicas, como a que ora debatemos.

Além do FMI, havia pressões de governos estrangeiros e de grandes corporações, como a Microsoft, que divulgou em seu *site*, àquele tempo, estudos feitos com base no mercado brasileiro, aduzindo que

Estudo realizado pela Price Waterhouse em 1996 indica que uma redução de 15 pontos percentuais na pirataria geraria 30 mil novos empregos e proporcionaria uma arrecadação adicional superior a US\$ 300 milhões em impostos. De acordo com esse estudo, se no ano 2.000 o índice de pirataria recuar para a taxa de 27% - o mesmo índice existente hoje nos Estados Unidos - o Brasil arrecadará mais de US\$ 1 bilhão em impostos e gerará 58 mil novos empregos.⁵⁹

A verdade é que, no Brasil, os cálculos relativos à pirataria envolvem, principalmente, roupas, calçados, óculos de sol, acessórios, medicamentos, bebidas, cigarros, brinquedos, relógios, entre outros produtos que entram em nosso território pelo do ar, por nossas fronteiras terrestres (15.735 quilômetros) e marítimas (7.367 quilômetros)⁶⁰, além de drogas, veículos automotores, motocicletas e máquinas agrícolas, itens que não deveriam ser contabilizados nesse rol, uma vez que podem ser tipificados como outros crimes.

É possível, portanto, asseverar que a pirataria ocasiona prejuízos ao Brasil, porém, há estudos realizados nos Estado Unidos da América, os quais questionam os métodos e fórmulas na obtenção dos números relativos aos prejuízos.

<http://www.fchristus.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=530:confira-a-programa-cao-da-8o-semana-do-direito-7o-encontro-de-iniciacao-a-pesquisa-e-a-docencia-e-5o-encontro-de-pesquisadores&catid=40:noticias>. Acesso em: 15 jan. 2011.

⁵⁹ PRESIDENTE Fernando Henrique Cardoso sanciona nova Lei de Software. **Microsoft Corporate Notícias e Informações**, São Paulo, 23 mar. 1998. Disponível em: <<http://www.microsoft.com/brasil/pr/fhclei.htm>>. Acesso em: 22 abr. 2010.

⁶⁰ BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. **Brasil Original** - Compre essa atitude. 2009. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>>. Acesso em: 05 mai. 2010, p. 24-25.

Um relatório do Governo estadunidense⁶¹ acentua que os números não correspondem à realidade, porém, o mais grave não é um possível engano nesses cálculos, e sim o reflexo desse engano no cálculo dos gastos que nosso País faz no combate à pirataria, uma vez que as decisões envolvendo despesas públicas devem observar um real benefício ao povo brasileiro.

Além disso, comparando a legislação americana com a brasileira, vê-se claramente a manobra pretendida: Nos EUA a pirataria é um ilícito civil, passível de cominações naquela seara⁶². O ofendido, interessado em ver punido seu ofensor,

⁶¹ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA DO NORTE. 2010, op. cit.

¹³⁰ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA DO NORTE. **Copyright Law – Chapter 5**. Copyright Law of the United States of America and Related Laws Contained in Title 17 of the *United States Code*. Disponível em: < <http://www.copyright.gov/title17/92chap5.html>>. Acesso em: 03 mai. 2011. Do original: *Chapter 5*

Copyright Infringement and Remedies

-501. *Infringement of copyright*

-502. *Remedies for infringement: Injunctions*

-503. *Remedies for infringement: Impounding and disposition of infringing articles*

-504. *Remedies for infringement: Damages and profits*

-505. *Remedies for infringement: Costs and attorney's fees*

-506. *Criminal offenses*

-507. *Limitations on actions*

-508. *Notification of filing and determination of actions*

-509. *Repealed¹*

-510. *Remedies for alteration of programming by cable systems*

-511. *Liability of States, instrumentalities of States, and State officials for infringement of copyright*

-512. *Limitations on liability relating to material online*

-513. *Determination of reasonable license fees for individual proprietors*

§ 501. *Infringement of copyright*

(a) *Anyone who violates any of the exclusive rights of the copyright owner as provided by sections 106 through 122 or of the author as provided in section 106A(a), or who imports copies or phonorecords into the United States in violation of section 602, is an infringer of the copyright or right of the author, as the case may be. For purposes of this chapter (other than section 506), any reference to copyright shall be deemed to include the rights conferred by section 106A(a). As used in this subsection, the term "anyone" includes any State, any instrumentality of a State, and any officer or employee of a State or instrumentality of a State acting in his or her official capacity. Any State, and any such instrumentality, officer, or employee, shall be subject to the provisions of this title in the same manner and to the same extent as any nongovernmental entity.*

(b) *The legal or beneficial owner of an exclusive right under a copyright is entitled, subject to the requirements of section 411, to institute an action for any infringement of that particular right committed while he or she is the owner of it. The court may require such owner to serve written notice of the action with a copy of the complaint upon any person shown, by the records of the Copyright Office or otherwise, to have or claim an interest in the copyright, and shall require that such notice be served upon any person whose interest is likely to be affected by a decision in the case. The court may require the joinder, and shall permit the intervention, of any person having or claiming an interest in the copyright.*

(c) *For any secondary transmission by a cable system that embodies a performance or a display of a work which is actionable as an act of infringement under subsection (c) of section 111, a television broadcast station holding a copyright or other license to transmit or perform the same version of that work shall, for purposes of subsection (b) of this section, be treated as a legal or beneficial owner if such secondary transmission occurs within the local service area of that television station.*

(d) *For any secondary transmission by a cable system that is actionable as an act of infringement pursuant to section 111(c)(3), the following shall also have standing to sue: (i) the primary transmitter*

processa-o civilmente, impondo-lhe o ressarcimento de danos materiais sofridos e comprovados em juízo.

Assim, internamente, as empresas de *software*, as gravadoras, os grupos proprietários de grandes marcas, movimentam a Justiça na tentativa de ver seus “pirateadores” punidos. Esse custo inclusive é calculado e faz parte da precificação de cada produto comercializado, bem como compõe o passivo contencioso das ditas empresas.

Externamente, ou seja, fora dos EUA, portanto, essas empresas citadas teriam custos elevadíssimos para demandar civilmente seus ofensores, daí o *lobby* exercido perante o FMI, para cobrar dos países tomadores de empréstimos providência no sentido de oprimir a pirataria.

Em outras palavras, os grandes grupos, mediante exigências feitas pelo Fundo aos seus tomadores, puseram esses governos a trabalhar em benefício próprio, sem custo algum para eles, com a da criminalização da pirataria.

Por óbvio, há atos que devem permanecer criminalizados, a exemplo da falsificação de medicamentos, atividade que põe em perigo a vida de pessoas que

whose transmission has been altered by the cable system; and (ii) any broadcast station within whose local service area the secondary transmission occurs.

(e) With respect to any secondary transmission that is made by a satellite carrier of a performance or display of a work embodied in a primary transmission and is actionable as an act of infringement under section 119(a)(5), a network station holding a copyright or other license to transmit or perform the same version of that work shall, for purposes of subsection (b) of this section, be treated as a legal or beneficial owner if such secondary transmission occurs within the local service area of that station.

(f)(1) With respect to any secondary transmission that is made by a satellite carrier of a performance or display of a work embodied in a primary transmission and is actionable as an act of infringement under section 122, a television broadcast station holding a copyright or other license to transmit or perform the same version of that work shall, for purposes of subsection (b) of this section, be treated as a legal or beneficial owner if such secondary transmission occurs within the local market of that station.

(2) A television broadcast station may file a civil action against any satellite carrier that has refused to carry television broadcast signals, as required under section 122(a)(2), to enforce that television broadcast station's rights under section 338(a) of the Communications Act of 1934.

§ 502. Remedies for infringement: Injunctions

(a) Any court having jurisdiction of a civil action arising under this title may, subject to the provisions of section 1498 of title 28, grant temporary and final injunctions on such terms as it may deem reasonable to prevent or restrain infringement of a copyright.

(b) Any such injunction may be served anywhere in the United States on the person enjoined; it shall be operative throughout the United States and shall be enforceable, by proceedings in contempt or otherwise, by any United States court having jurisdiction of that person. The clerk of the court granting the injunction shall, when requested by any other court in which enforcement of the injunction is sought, transmit promptly to the other court a certified copy of all the papers in the case on file in such clerk's office.

consumirem tais remédios, o que é muito diferente de colocar o aparato policial para apreender um último CD da Madona que está circulando no mercado informal, Po exemplo.

Sem qualquer referência direta à Artista, seria muito mais justo com o contribuinte brasileiro, a exemplo da deferência que se tem com o contribuinte estadunidense, se ela e sua gravadora mobilizassem seus advogados para defender seus direitos. Eles deveriam também investir em tecnologia, ou em modelos alternativos de distribuição de seus produtos. Essa é, sem dúvida, uma conta que o povo brasileiro não precisa pagar.

Ressaltamos que aqui não pretendemos, de forma alguma, proceder à defesa de atos de pirataria ou de lesão à propriedade intelectual. Ao contrário, o que buscamos é a exata medida de proteção e a dosagem de gastos com políticas públicas no combate às praticas ilícitas e em defesa da propriedade intelectual, seja ela industrial, artística ou científica, que respeitem a razoabilidade da máxima vantagem social.

2.7 Políticas de combate à pirataria: entendendo despesa e gasto público

Tendo-se em mente a noção de que despesa pública é o “conjunto de dispêndios do Estado”, Aliomar Baleeiro ensina que despesa pública também pode ser entendida como a aplicação de quantia em dinheiro, que o Estado faz para custear a execução das suas atividades finalísticas, ou seja, despesa pública, no segundo sentido, é o ato de despender, praticado pelo Estado, para que seus fins sejam alcançados.⁶³

Doutro prisma, o Estado, no exercício de sua atividade financeira (constituída por arrecadar e despender fundos para o custeio das necessidades públicas) pode incorrer em despesas que correspondam ao uso efetivo que faz de

⁶³ BALEEIRO, Aliomar. **Uma introdução à ciência das finanças**. 15. ed. rev. e atual. por Dejalma de Campos. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 73.

seus próprios bens, ou ainda o atrelamento de determinado valor, advindo da receita pública, destinado a um objeto específico⁶⁴.

Com efeito, despender é uma atividade que está entre as atividades típicas do ser estatal, autorizado administrativamente a exercê-la para concorrer com as necessidades do povo desse dado Estado, podendo ser tais despesas, quanto à duração, ordinárias, extraordinárias ou especiais; quanto à extensão, interna ou externa; e quanto à natureza, federal, estadual, distrital ou municipal⁶⁵.

Há ainda outras classificações para as despesas quanto ao fim a que se destinam (de governo ou da gestão), quanto à sua origem legal (fixa, constitucional ou legal, ou variável); quanto à sua posição econômica (real ou de transferência).

De se concluir que as despesas no combate à pirataria, objeto do deste trabalho, são ordinárias (previsíveis no orçamento), internas (realizadas no âmbito da Federação), federais (pois se efetivam em nível nacional), de governo (relativa à manutenção de serviço indispensável ao Estado), fixas (pois advêm da lei) e reais (que se exteriorizam na forma de serviços)⁶⁶.

De se ressaltar que as despesas públicas são pautadas em escolhas políticas, uma vez que são eleitas pelos governos, em ordem de prioridades, umas em detrimento de outras, de acordo com as diretrizes de cada administração, o que pode levar a certas distorções a depender do grau de democracia, bem como da corrupção instalada, dentre outros fatores, distorções essas que a Lei de Responsabilidade Fiscal, Lei Complementar 101, de 04 de maio de 2000, visou a coibir.

Podem ainda, ocorrer distorções advindas de elementos externos, como pressão de órgãos ou organismos internacionais, e até de outros governos. O exemplo da pressão feita pelo FMI nas décadas de 1980 e 1990, bem como as pressões levadas a cabo por grandes corporações não são eventos superados, como poder-se-ia erradamente concluir. Em recente visita ao Brasil, o Presidente

⁶⁴ BARROS, Luiz Celso de. **Ciências das Finanças – Direito Financeiro**. 4. ed. EDIPRO: São Paulo, 1991, p.257.

⁶⁵ Ibid., p. 258-260.

⁶⁶ Ibid.

dos Estados Unidos manifestou-se pela rigidez no emprego das leis de propriedade intelectual, em conferência com a Ministra da Cultura de nosso País.

2.7.1 Escolhas políticas e gasto público

Qualquer pessoa que gasta qualquer valor, desde que seja racional, o fará da maneira mais eficiente possível. Os economistas foram pródigos em teorias que pretendem demonstrar essa máxima.

Em termos estatais, essa ideia é conhecida como a Teoria da Máxima Vantagem Social, que permite aos seus adeptos imaginar que os governantes, na escolha de suas políticas, agem compelidos por um benefício que seja maior para a coletividade.⁶⁷

Aliomar Baleeiro esclarece sobre o assunto que, além dos maximalistas há ainda os marginalistas que

[...] pretendem que, nessa eleição dos objetos da despesa, os governantes fossem movidos por um cálculo, segundo o princípio da utilidade marginal: comparavam o grau de vantagem da despesa pública com a decrescente utilidade dos recursos em mãos dos indivíduos, sabido que, para estes, as coisas se tornam menos úteis à proporção que delas dispõem em maior quantidade. Em certo ponto das curvas, é mais vantajoso para a coletividade que os recursos disponíveis, através do dinheiro, sejam transferidos da utilização privada para a utilização pública.⁶⁸

Como se sabe, nem sempre a racionalidade prevalece. Nem sempre os governantes são guiados por lógicas que visam a melhorar a vida dos cidadãos, pois tais escolhas, como atos políticos, levam em conta fatores políticos, que dependem de uma série de outras conjunturas.

Influencia nessas escolhas a posição mais à direita ou à esquerda da política dominante em dado momento histórico. As correntes filosóficas e econômicas, portanto, têm importância singular nesse processo.

⁶⁷ HUGH, 1954, apud BALEEIRO, Aliomar. **Uma introdução à ciência das finanças**. 15. ed. rev. e atual. por Dejalma de Campos. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 77.

⁶⁸ BALEEIRO, Aliomar, op. cit., p. 77

2.7.2 A pirataria e seu combate em números

Para fins metodológicos, a coleta concentrou-se em dados de três projetos relacionados com a proteção à Propriedade Intelectual, a saber: a proteção concorrencial, a modernização da Polícia Federal e o projeto de proteção global, que envolve a propriedade intelectual, entre os anos de 2003 a 2008, pois, para fins de comparação, somente esses anos possuem dados acerca dos valores e ações relativos às apreensões no combate à pirataria.

2.7.2.1 Os números relativos à pirataria no ano de 2003

No ano de 2005, o Governo brasileiro publicou, no *site* do Ministério da Justiça, seu “1º Relatório de Atividades do CNCP”, dando conta dos resultados dos seis primeiros meses de funcionamento, no qual asseverou, àquela época que,

- em 2003 o número de CDs apreendidos e de ações policiais aumentou 230% e 133%, respectivamente, em relação ao ano de 2002;
- segundo dados da Associação Brasileira de Produtores de Discos - ABPD, em 2003, foram apreendidos mais de 17.000.000 de CDs de música no Brasil. Em 2002, o número havia sido 12.500.000;
- passou-se a aplicar com maior rigor a Instrução Normativa nº 38, da Secretaria da Receita Federal, que conferiu às autoridades aduaneiras brasileiras competência para verificar, no Porto de Paranaguá, as cargas em trânsito ao Paraguai ou vindas daquele país;
- no setor audiovisual, a Associação de Defesa da Propriedade Intelectual - ADEPI acompanhou a realização de 86 prisões em flagrante, por pirataria e 14 condenações. Foram desativados 97 laboratórios clandestinos que produziam VHS e CDs de filmes piratas;
- com a adoção da Lei 10.695/03 foi incrementada a pena mínima para violações de direitos autorais e facilitados os procedimentos relativos à apreensão e destruição de produtos piratas;
- pela Lei 10.833/03, as autoridades aduaneiras foram autorizadas a apreender veículos de transporte que contivessem mercadorias piratas. Ambas as leis são resultado de propostas do Governo, elaboradas com o apoio e subsídios de representantes do setor privado, interessados na matéria.
- no âmbito federal, o Governo começou a trabalhar em proposta de incremento da coordenação interministerial no combate à pirataria;
- por intermédio do Ministério da Ciência e Tecnologia, o Governo Federal apoiou e destinou recursos orçamentários para pesquisas voltadas para o desenvolvimento de tecnologias antipirataria;
- foi inserida a disciplina “Propriedade Intelectual” no currículo da Academia da Polícia Federal, em Brasília – proposta que foi fruto do trabalho do Comitê Interministerial de Combate à Pirataria – CICP;

-por intermédio do Ministério da Ciência e Tecnologia, o Governo brasileiro anunciou recursos para a implementação de parcerias com a iniciativa privada com vistas à disseminação de uma cultura de proteção à Propriedade Intelectual no País.⁶⁹

Para aquele mesmo ano, segundo o projeto da Lei Orçamentária Anual – LOA, no quadro simplificado, em Despesas do Orçamento Fiscal e da Seguridade Social, por programa, foi destinada à Propriedade Intelectual a cifra de R\$65.535.011,00⁷⁰, com o objetivo geral de garantir a Propriedade Intelectual e promover a disseminação de informações, visando a estimular a Propriedade Intelectual protegida e diversificar a produção e o surgimento de tecnologias, divididos entre os seguintes programas:

- cooperação técnica para modernização dos serviços relativos à propriedade industrial: R\$250.000,00
- edição e distribuição de publicações sobre propriedade intelectual-exemplar distribuído (unidade) 33.600: R\$ 97.083,00
- administração da unidade - inst. n.propriedade industrial: R\$24.262.881,00
- remuneração de pessoal ativo da união e encargos sociais pessoa remunerada (unidade) 6: R\$31.923.550,00
- exame de pedidos de marcas e de indicações geográficas pedido decidido (unidade) 75.000: R\$ 1.000.000,00
- exame de pedidos de patentes e de desenhos industriais pedido decidido (unidade) 15.000: R\$ 1.068.333,00
- registro de programas de computador programa registrado (unidade) 700: R\$ 60.000,00
- averbação de contratos de transferência de tecnologias contrato averbado (unidade) 2.057: R\$ 600.000,00
- desenvolvimento dos sistemas informatizados de propriedade intelectual sistema desenvolvido (% de execução) 60: R\$2.200.000,00
- reforma do edifício-sede do instituto nacional da propriedade industrial- inpi -área reformada (% de execução física) 24: R\$1.803.333,00
- implantação do novo modelo de gestão do instituto nacional da propriedade industrial – INPI -prática gerencial implantada (unidade) 1: R\$ 988.831,00
- disseminação de informações tecnológicas consulta atendida (unidade) 1.870: R\$ 1.201.000,00
- eventos para disseminação da cultura da propriedade intelectual evento realizado (unidade) 5: R\$80.000,00.⁷¹

Foram 65 milhões de reais destinados apenas ao INPI em 2003. Ressaltemos que foram levantados os dados relativos a investimentos no

⁶⁹ BRASIL. 2005a, Op. cit., p.11.

⁷⁰ BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2003**. Consolidação dos Programas de Governo. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.4.%202003/03.2.4.1.%20Projeto%20de%20Lei/420Projeto%20de%20Lei/430-PLOA%20-%20volume%202.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2010, p. 150.

⁷¹ Ibid., p. 150 -151.

aparelhamento da Polícia Federal (modernização) na ordem de R\$ 675.921.133,00 (seiscentos e setenta milhões novecentos e vinte e um mil cento e trinta e três reais). Foram também destinados R\$ 19.460.747,00 para a Defesa Econômica da Concorrência, tudo sem a pretensão de esgotar o rol de gastos públicos destinados ao combate à pirataria no ano de 2003⁷².

2.7.2.2 Os números relativos à pirataria no ano de 2004

O mesmo relatório de atividades do Ministério da Justiça ressaltou que foi no ano de 2004 no qual se deu o fim a CPI da Pirataria (Comissão Parlamentar de Inquérito) bem como foi criado o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual, dois eventos decisivos para a definitiva implementação de políticas públicas antipirataria, como se lê no documento:

Diversas ações de combate à pirataria ocorreram naquele ano, com especial destaque às operações conjuntas realizadas entre as Polícias Federal e Rodoviária Federal, com a Secretaria da Receita Federal, que demonstraram que a união de esforços é uma arma inteligente para se combater as grandes organizações criminosas. Também, operações freqüentes de combate à pirataria, ocorreram em diversos Estados do Brasil, certamente motivadas pelos trabalhos da CPI da Pirataria. O tema começou a ganhar mais atenção por parte da opinião pública, estando presente, quase que diariamente, em artigos da mídia impressa e eletrônica. O Governo, nos seus mais diversos níveis, passou a tratar a matéria com importância relevada.⁷³

Segundo o Ministério da Justiça,

-no primeiro semestre de 2004, o valor de mercadorias piratas (em violação a direitos autorais) destruídas pela Receita Federal foi 467,09% superior a igual período de 2003. Apenas em 03/09/2004, a Receita realizou a destruição de meio milhão de CDs, em Foz do Iguaçu. Em 08/10/04 foram desmontados 23 locais de gravação pirata em Porto Alegre, com a apreensão de cerca de 100 mil CDs, virgens e gravados. No dia 31/8/2004, 120.000 CDs foram destruídos na cidade de São Bernardo do Campo, Estado de São Paulo. As destruições de CDs ocorreram rotineiramente em todo o País, promovidas por autoridades federais, estaduais e municipais;

⁷² Ibid., p. 147 -156.

⁷³ BRASIL. 2005a, op. cit., p 25.

-em virtude da entrada em vigor da Lei 10.833/03, em 29 de dezembro do ano anterior, que responsabiliza o transportador de bens piratas com a imposição de multa e eventual perda do veículo, a Receita Federal, no ano de 2004, reteve mais de 300 ônibus com mercadorias piratas destinadas ao Brasil. O resultado dessas medidas, de caráter claramente inovador, foi a diminuição, em cerca de 57%, do movimento de ônibus na fronteira de Foz do Iguaçu, o que demonstra o acerto da atuação da Receita Federal, ao atacar a logística de apoio à pirataria;

-por serem considerados produtos "sensíveis", foi proibido o trânsito de passagem, no Brasil, de CDs gravados, de CD-Rs e de caixas plásticas utilizadas na comercialização de CDs. Os dois últimos produtos foram incluídos na lista de produtos sensíveis em setembro de 2004.⁷⁴

Já a LOA de 2004 determinou R\$ 16.411.331,00 para a Defesa Econômica da Concorrência⁷⁵, R\$207.871.821,00 para o Aparelhamento da Polícia Federal⁷⁶, R\$ 85.059.777,00 (mais de oitenta e cinco milhões de reais) para a Propriedade Intelectual⁷⁷ e seus programas, os quais visam a garantir a proteção dos direitos relativos à Propriedade Intelectual, considerando o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, como adiante se vê:

- cooperação técnica para modernização dos serviços relativos à propriedade industrial: R\$ 1.700.000,00;
- assistência médica e odontológica aos servidores, empregados e seus dependentes- pessoa beneficiada (unidade) 2.324: R\$976.080,00;
- assistência pré-escolar aos dependentes dos servidores e empregados. criança de 0 a 6 anos atendida (unidade) 177: R\$190.380,00;
- auxílio-transporte aos servidores e empregados. servidor beneficiado (unidade) 705: R\$ 1.130.976,00;
- auxílio-alimentação aos servidores e empregados. servidor beneficiado (unidade) 676: R\$ 784.266,00;
- concessão de registro de marca. marca decidida (unidade) 100.000: R\$ 942.000,00;
- concessão de patentes. patente decidida (unidade) 8.500: R\$1.039.500,00;
- registro de programas de computador. programa registrado (unidade) 724: R\$ 52.000,00;
- averbação de contratos de transferência de tecnologia e de franquia. contrato averbado (unidade) 1.738: R\$ 178.000,00;
- gestão e administração do programa: R\$ 65.669.075,00;
- concessão de registro de indicações geográficas. indicação geográfica registrada (unidade) 3: R\$ 52.000,00;
- concessão de registro de desenho industrial. desenho industrial registrado (unidade) 5.400: R\$ 217.500,00;
- disseminação da cultura da propriedade intelectual. evento realizado (unidade) 164: R\$ 1.500.000,00;

⁷⁴ Ibid., p. 25-26.

⁷⁵ BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2004**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.5.%202004/03.2.5.1.%20Projeto%20de%20Lei/420-Projeto%20de%20Lei/420-PLOA%20-%20volume%201.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2010, p. 191.

⁷⁶ Ibid., p.138.

⁷⁷ Ibid., p.190.

-reforma do edifício-sede do instituto nacional da propriedade industrial. edifício-sede reformado (% 5 de execução física): R\$2.900.000,00;
 -capacitação de servidores públicos federais em processo de qualificação e requalificação. servidor capacitado (unidade) 350: R\$700.000,00;
 -implantação do sistema epoque busca no banco de dados do escritório europeu de patentes. sistema implantado (% de execução física) 40: R\$ 5.500.000,00;
 -disseminação de informações tecnológicas. consulta atendida (unidade) 2.600: R\$1.528.000,00.⁷⁸

Desses valores, destacamos gastos de 1,7 milhão de reais para a cooperação técnica para a modernização dos serviços relativos à Propriedade Intelectual, 65 milhões de reais destinados à administração do sistema, 2,9 milhões de reais referentes a 5% da reforma do edifício-sede do INPI e projeto de disseminação da cultura da Propriedade Intelectual com gastos de 1,5 milhão de reais.

São cifras que chamam a atenção não somente por seus valores, como também por sua destinação, as quais visam a atender uma demanda que poderia ser dimensionada para se ater somente aos casos que envolvessem riscos à saúde e à vida, em última instância.

2.7.2.3 Os números relativos à pirataria no ano de 2005

O segundo relatório de atividades do CNCP⁷⁹ relata que o total de mercadorias apreendidas em todo o Brasil atingiu a marca de R\$596.069.917,51, contra R\$452.263.064,37 em 2004 e R\$330.106.517,89 em 2003.

Em comparação ao crescimento das apreensões, examinando-se a LOA de 2005, observa-se também o aumento das verbas, levando-se em conta os mesmos projetos examinados no item anterior.

⁷⁸ BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2004a**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.5.%202004/03.2.5.1.%20Projeto%20de%20Lei/420-Projeto%20de%20Lei/430-PLOA%20-%20volume%202.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2010, p. 53 -54.

⁷⁹ BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. **2º Relatório de atividades do CNCP**. 2005b. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>>. Acesso em: 10 abr. 2010, p. 123.

Assim, o orçamento anual de 2005 destinou à Defesa Econômica da Concorrência R\$17.780.843,00⁸⁰, à Modernização da Polícia Federal R\$162.000.000,00⁸¹ e R\$325.781.842,00 para o Fundo de Aparelhamento e Operacionalização das Atividades-fim da Polícia Federal⁸² e R\$95.780.843,00⁸³ à Propriedade Intelectual- esses últimos com o objetivo de garantir a proteção dos direitos relativos à Propriedade Intelectual, considerando o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, recursos divididos nos seguintes programas:

- cooperação técnica para modernização dos serviços relativos à propriedade industrial: R\$10.000,00;
- contribuição da união, de suas autarquias e fundações para o custeio do regime de previdência dos servidores: R\$ 6.052.664;
- assistência médica e odontológica aos servidores, empregados e seus dependentes. pessoa beneficiada (unidade) 4.133: R\$1.736.070,00;
- assistência pré-escolar aos dependentes dos servidores e empregados. criança de 0 a 6 anos atendidas 96: R\$ 109.470,00;
- auxílio-transporte aos servidores e empregados. servidor beneficiado 791: R\$ 1.384.614,00;
- auxílio-alimentação aos servidores e empregados. servidor beneficiado 898: R\$1.350.338,00;
- concessão de registro de marca. marca decidida (unidade) 100.000: R\$ 2.957.874,00;
- concessão de patentes. patente decidida (unidade) 13.000: R\$3.305.464,00;
- registro de programas de computador. programa registrado (unidade) 753: R\$ 93.000,00;
- averbação de contratos de transferência de tecnologia e de franquia. contrato averbado (unidade) 1.807: R\$ 665.508,00;
- gestão e administração do programa: R\$ 64.080.703,00
- concessão de registro de indicações geográficas. indicação geográfica registradas (unidade) 4: R\$ 33.528,00;
- concessão de registro de desenho industrial. desenho industrial registrado (unidade) 5.800: R\$ 185.052,00;
- disseminação da cultura da propriedade intelectual. evento realizado (unidade) 150: R\$1.069.938,00;
- reforma do edifício-sede do instituto nacional da propriedade industrial - edifício-sede reformado (% de execução física)8: R\$4.330.460,00;
- capacitação de servidores públicos federais em processo de qualificação e requalificação. servidor capacitado (unidade) 898: R\$700.000,00;
- implantação do sistema *epoque* de busca no banco de dados do escritório europeu de patentes. sistema implantado (% de execução física) 30: R\$ 4.961.600,00;
- disseminação de informações tecnológicas. consulta atendida (unidade) 25.200: R\$ 2.754.560,00.⁸⁴

⁸⁰ BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2005c**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.6.%202005/03.2.6.1.%20Projeto%20de%20Lei/420-Projeto%20de%20Lei/420-PLOA%20-%20volume%201.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2010, p.207.

⁸¹ Ibid., p. 210.

⁸² Ibid., p. 159.

⁸³ Ibid., p. 206.

⁸⁴ Ibid., p. 66- 67.

Nesta lista, merecem a atenção os valores empregados na reforma do edifício-sede, da ordem de mais de 4,3 milhões de reais (relativos a 8% da obra) e mais de 1 milhão de reais gastos com a disseminação da cultura da Propriedade Intelectual, cabendo aqui questionar a quem interessa uma disseminação da cultura da Propriedade Intelectual no Brasil.

2.7.2.4 Os números relativos à pirataria no ano de 2006

O 3º relatório do CNCP relatou um aumento de 54,7%, em volume monetário, relativamente a apreensões; “vale destacar que o recorde de apreensões de mercadorias verificado no ano de 2005 (R\$ 596,1 milhões), no período de janeiro a dezembro, foi superado em 2006 (R\$ 602,8 milhões), considerando-se somente o período de janeiro a setembro.”⁸⁵

Já o orçamento anual de 2006 destinou à Defesa Econômica da Concorrência⁸⁶ R\$11.438.562,00 (valor menor do que o de 2005), à Modernização da Polícia Federal⁸⁷ R\$223.635.749,00 (valor bem maior que o de 2005) e R\$94.714.493,00 à Propriedade Intelectual⁸⁸ (variando pouco em relação a 2005), mantendo-se aproximadamente os mesmos projetos do ano anterior.

- fomento à indicação geográfica de produtos agropecuários - ig – nacional: R\$ 300.000,00;
- contribuição da união, de suas autarquias e fundações para o custeio do regime de previdência dos servidores públicos federais – nacional: R\$5.985.306,00;
- gestão e administração do programa – nacional: R\$ 60.535.595,00;
- reforma do edifício-sede do instituto nacional da propriedade industrial - INPI no estado do rio de janeiro: R\$ 7.553.956,00;
- implantação do sistema *epoque* de busca no banco de dados do escritório europeu de patentes – nacional: R\$2.000.000,00;

⁸⁵ BRASIL. 2006a, op. cit., p. 15- 16.

⁸⁶BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2006b**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.7.%202006/03.2.7.1.%20Projeto%20de%20Lei/390-Proposta%20do%20Executivo/430-Volumes%20do%20Projeto%20de%20Lei/430-Volume%202%20-%20Consolidação%20dos%20Programas.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2010, p.131.

⁸⁷ Ibid., p. 272.

⁸⁸ Ibid., p. 55.

- capacitação de servidores públicos federais em processo de qualificação e requalificação – nacional: R\$ 1.142.096,00;
- assistência médica e odontológica aos servidores, empregados e seus dependentes – nacional: R\$1.733.376,00;
- auxílio-alimentação aos servidores e empregados - nacional: R\$1.149.040,00;
- auxílio-transporte aos servidores e empregados - nacional: R\$ 1.121.472,00;
- assistência pré-escolar aos dependentes dos servidores e empregados – nacional: R\$ 81.168,00;
- disseminação de informações tecnológicas – nacional: R\$3.452.952,00;
- concessão de registro de marca – nacional: R\$2.136.093,00;
- concessão de patentes – nacional: R\$ 1.841.90,00;
- registro de programas de computador – nacional: R\$90.000,00;
- análise de contratos e faturas de tecnologia - nacional: R\$589.784,00;
- concessão de registro de indicações geográficas - nacional: R\$ 36.210,00;
- concessão de registro de desenho industrial – nacional: R\$199.856,00;
- disseminação da cultura da propriedade intelectual – nacional: R\$2.765.688
- cooperação técnica para modernização dos serviços relativos à propriedade industrial – nacional: R\$ 2.000.000,00.⁸⁹

Ressaltamos na lista a permanência, pelo quarto ano consecutivo, de gastos com o item Disseminação da Cultura da Propriedade Intelectual, com valores acima de 2,7 milhões de reais. Outro item que chama a atenção é o que demonstra os gastos na reforma do edifício-sede do INPI, na ordem de 7,5 milhões de reais.

2.7.2.5 Os números relativos à pirataria no ano de 2007

O mais recente relatório do Ministério da Justiça expressa que

A Receita Federal realizou 2.269 operações de repressão durante o ano de 2007, apresentando uma evolução de 72% em relação ao ano anterior. Foram gerados 76 mil processos de apreensões de mercadorias, resultando em R\$ 1 bilhão e 57 milhões, valor 22% superior ao ano de 2006. Também foram formalizadas 6.881 representações fiscais para fins penais ao Ministério Público Federal.⁹⁰

⁸⁹ Ibid., p. 65- 66.

⁹⁰ BRASIL. 2009, op. cit., p. 47.

Nesse mesmo período, o orçamento anual de 2007 destinou à Defesa Econômica da Concorrência⁹¹ R\$ 12.128.945,00 (valor maior do que o destinado em 2006); à Modernização da Polícia Federal⁹² foram R\$217.223.480,00, recebendo a Propriedade Intelectual um montante bem maior do que o do ano anterior, alcançando a cifra de R\$156.323.395,00⁹³, conforme está na sequência.

- fomento à indicação geográfica de produtos agropecuários - ig – nacional: R\$972.000,00;
- contribuição da união, de suas autarquias e fundações para o custeio do regime de previdência dos servidores públicos federais – nacional: R\$13.580.506,00;
- gestão e administração do programa – nacional: R\$110.121.793,00;
- reforma do edifício-sede do instituto nacional da propriedade industrial - INPI - no estado do rio de janeiro: R\$9.000.000,00;
- capacitação de servidores públicos federais em processo de qualificação e requalificação – nacional: R\$960.734,00;
- assistência médica e odontológica aos servidores, empregados e seus dependentes - nacional: R\$2.916.144,00;
- auxílio-alimentação aos servidores e empregados - nacional: R\$1.769.472,00;
- auxílio-transporte aos servidores e empregados - nacional: R\$2.115.586,00;
- assistência pré-escolar aos dependentes dos servidores e empregados - nacional: R\$ 128.160,00;
- disseminação de informações tecnológicas - nacional: R\$4.895.000,00;
- concessão de registro de marca - nacional: R\$1.200.000,00;
- concessão de patentes - nacional: R\$ 900.000,00;
- registro de programas de computador - nacional: R\$100.000,00;
- análise de contratos e faturas de tecnologia - nacional: R\$600.000,00;
- concessão de registro de indicações geográficas - nacional: R\$110.000,00;
- concessão de registro de desenho industrial - nacional: R\$600.000,00.⁹⁴

Destacamos a mais um aporte de 9 milhões de reais para a reforma do edifício-sede do INPI e quase 5 milhões de reais para o Programa de Assistência Médica Odontológica e Auxílio Transporte de funcionários, servidores e familiares, e para os mais de 110 milhões de reais para administração e gestão do programa. Naquele mesmo ano o Ministério da Cultura, por inteiro, recebeu pela LOA pouco mais de 915 milhões de reais, ou seja, um ministério inteiro recebe,

⁹¹BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2007**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.8.%202007/03.2.8.1.%20Projeto%20de%20Lei/410-Proposta%20do%20Executivo/430-Volumes%20do%20Projeto%20de%20Lei/390-Volume%201%20-%20Texto%20do%20Projeto%20de%20Lei%20e%20Quadros%20Orçame.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2010, p. 195.

⁹² Ibid., p.198.

⁹³ Ibid., p.194.

⁹⁴BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2007**. Disponível em: <<http://www8.senado.gov.br/businessobjects/enterprise115/desktoplaunch/signa/abreSiga.do?docId=18345&kind=Webi>>. Acesso em: 30 ago. 2010.

aproximadamente, apenas 9 vezes o valor gasto com administração e gestão de um programa ligado à Propriedade Intelectual. Há indícios flagrantes de um desequilíbrio que merece investigação científica aprofundada.

2.7.2.6 Os números relativos à pirataria no ano de 2008

O mesmo relatório Brasil Original⁹⁵ apresentou números menores, relativos ao ano de 2008, em apreensões, do que os do ano de 2007:

A Receita Federal realizou 2.070 operações de repressão durante o ano de 2008, com decréscimo de 8,77% em relação ao ano anterior. Foram gerados 72.523 processos de apreensões de mercadorias, resultando em R\$ 1.043.064.322,68. Dois fatores influenciaram o resultado: a maior complexidade das operações desencadeadas e a greve dos servidores públicos federais no primeiro semestre do ano.

Nesse mesmo ano, os valores destinados pelo projeto da LOA à Defesa Econômica e da Concorrência foram da ordem de R\$14.391.585,00⁹⁶. Os destinados à Modernização da Polícia Federal somaram R\$145.000.000,00⁹⁷ e os atribuídos ao projeto de Desenvolvimento do Sistema de Propriedade Intelectual atingiram a cifra de R\$171.121.499,00⁹⁸, como se observa a seguir:

- fomento à indicação geográfica de produtos agropecuários - ig – nacional: R\$ 950.000.000,00;
- contribuição da união, de suas autarquias e fundações para o custeio do regime de previdência dos servidores públicos federais – nacional: R\$15.582.203,00;
- gestão e administração do programa – nacional: R\$121.883.519,00;
- capacitação de servidores públicos federais em processo de qualificação e requalificação – nacional: R\$1.300.800,00;
- assistência médica e odontológica aos servidores, empregados e seus dependentes – nacional: R\$149.2070.149,00;
- auxílio-alimentação aos servidores e empregados - nacional: R\$2.139.218,00;

⁹⁵ BRASIL. 2009, op. cit., p. 48.

⁹⁶BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2008**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.9.%202008/03.2.9.1.%20Projeto%20de%20Lei/390-Proposta%20do%20Executivo/410-Volumes%20do%20Projeto%20de%20Lei/410-Volume%201%20-%20Texto%20do%20Projeto%20de%20Lei%20e%20Quadros%20Orçame.pdf>. Acesso em 20 abr. 2010, p. 214.

⁹⁷Ibid., p. 217.

⁹⁸Ibid., p. 213.

-auxílio-transporte aos servidores e empregados - nacional: R\$1.671.813,00;
 -assistência pré-escolar aos dependentes dos servidores e empregados – nacional: R\$106.601,00;
 -disseminação de informações tecnológicas – nacional: R\$3.694.067,00;
 -integração operacional dos sistemas de propriedade intelectual no âmbito regional – nacional: R\$281.000,00;
 -exame de pedidos de registro de marca – nacional: R\$1.200.000,00;
 -exame de pedidos de patente – nacional: R\$900.000,00;
 -exame de pedidos de registro de programa de computador – nacional: R\$100.000,00;
 -exame de contratos e faturas de transferência de tecnologia – nacional: R\$600.000,00;
 -exame de pedidos de registro de indicação geográfica – nacional: R\$110.000,00;⁹⁹

Assim, de se notar que nos seis anos pesquisados -2003 a 2008- em apenas três itens do orçamento (Modernização da Polícia Federal, Defesa Econômica e da Concorrência e projeto de Desenvolvimento do Sistema de Propriedade Intelectual), o País mobilizou quase 2,5 bilhões de reais e o total das apreensões ficou em torno de 4,1 bilhões de reais, como abaixo se observa¹⁰⁰:

ano	Aplicou (em três itens)	Total de apreensões
2003	R\$ 864.025.085,67	R\$ 415.641.585,50
2004	R\$ 309.342.929,00	R\$ 452.263.064,37
2005	R\$ 275.561.686,00	R\$ 596.069.917,51
2006	R\$ 329.788.804,00	R\$ 602.805.312,26 (jan a set)
2007	R\$ 385.675.820,00	R\$ 1.057.000.000,00
2008	R\$ 330.513.084,00	R\$ 1.043.064.322,68
total	R\$ 2.494.907.408,67	R\$ 4.166.844.202,32

Se levarmos em consideração o fato de que estão sendo avaliados apenas três itens das dezenas que compõem os gastos no combate à pirataria, verifica-se que há uma desproporção entre os números, ainda mais se considerarmos os itens que integram a lista de produtos apreendidos.

Assim, além da desproporção, o outro problema está nos bens que compõem o rol dos produtos apreendidos, pois, para o Ministério da Justiça, entram nesse rol, como já expresse, armas, munições, bebidas, brinquedos, calçados, cigarros, eletroeletrônicos, inseticidas, fungicidas, herbicidas, desinfetantes,

⁹⁹ BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2008**. Disponível em: < <http://www8.senado.gov.br/businessobjects/enterprise115/desktoplaunch/siga/abreSiga.do?docId=83679&kind=Webi>>. Acesso em: 30 ago. 2010.

¹⁰⁰ Tabela elaborada pela autora do presente trabalho.

informática, máquinas de jogos de azar, medicamentos, mídias de gravação, relógios, óculos de sol e outros, como veículos, máquinas agrícolas e drogas.

Podemos, portanto, apontar, objetivamente, duas inconsistências. A primeira concernente aos valores aplicados em políticas públicas relativas ao combate a pirataria, uma vez que eles se referem a apenas três itens, conforme já explicado, o que nos leva a concluir sem erro, que as cifras são muito mais altas. A segunda se refere aos valores relativos às apreensões, que, por sua vez, deve ser muito menor, em razão de eles conterem itens que não deveriam ser contabilizados como produtos pirateados e contrafeitos.

Os crimes de contrabando e descaminho, em nosso País, se apresentam ligados à pirataria e à contrafação, além de outros crimes como falsificação de medicamentos e alimentos, que, desde o ano de 1998 compõem o rol dos crimes hediondos, após a alteração dos dispositivos do Capítulo III do Título VIII, do Código Penal, que os incluiu na classificação dos crimes contra a saúde pública¹⁰¹.

O quadro a seguir, extraído do III Relatório do CNCP, comprova a formação inusitada do rol de produtos contabilizados dentro do apurado com a apreensão no combate à pirataria no Brasil, de janeiro a setembro de 2006 e demonstra a falta de normatização que ainda existe em nosso País.

¹⁰¹ BRASIL. Lei n. 9.677 de 02 de julho de 1998. Altera dispositivos do Capítulo III do Título VIII do Código Penal, incluindo na classificação dos delitos considerados hediondos crimes contra a saúde pública, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 02 de julho de 1998. Disponível em: < https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9677.htm>. Acesso em: 16 jan. 2011.

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	UNIDADE DE MEDIDA	VALOR (R\$)
Armas	594	unidade	8.590,94
Munições	18.140	unidade	4.274,77
Bebidas	885.918	garrafa	3.134.645,67
Alcoólicas	125.643	garrafa	219.884,05
Outras			
Brinquedos	3.855.768	unidade	18.928.590,41
	498.612	kg	7.268.574,02
Calçados Esportistas	102.763	par	10.876.103,75
Cigarros e similares	84.921.329	maço	51.652.754,65
Eleto-eletrônicos	1.661.374	unidade	44.992.004,83
Inseticidas, fungicidas, herbicidas, desinfetantes	80.078	unidade	768.515,09
	32.959	kg	764.225,82
Informática	1.025.372	unidade	56.028.504,00
Máquinas de jogos de azar	1.817	máquinas	1.671.395,94
Medicamentos	3.576.639	unidade	3.187.982,27
	20.062	kg	161.621,58
Mídias para gravação (CD, DVD)	3.022.645	unidade	5.000.473,47
Gravadas	31.512.240	unidade	24.782.653,16
Não Gravadas			
Óculos de sol	1.253.716	unidade	8.077.906,62
Relógios	1.455.169	unidade	8.730.888,46
Veículos	5.688	veículo	49.577.414,73
Outras Mercadorias			306.968.308,03
TOTAL			602.805.312,26

Me

rcadorias apreendidas

Quadro Geral – Janeiro a Setembro de 2006.

Fonte: Câmara Técnica de Monitoramento e Avaliação - CTMA¹⁰²

Por meio de uma análise desses itens, tornar-se-ia simples a separação em três grupos, a saber: a) produtos que põem em risco a vida da coletividade por meio de seu consumo (medicamentos, inseticidas, fungicidas, herbicidas e desinfetantes); b) produtos que põem em risco a saúde, sem risco de morte (bebidas, óculos de sol, cigarros, calçados e brinquedos); c) produtos restritos, cujo porte não autorizado já enseja crime (armas, munição, drogas, máquinas de jogos de azar); e d) produtos inofensivos à saúde (eletroeletrônicos, informática, mídias de gravação, relógios e veículos). Cada um desses itens pode ser controlado de forma diversa, separados e com tipificação específica, a fim de tornar os números obtidos mais transparentes.

Comparando os dados pelo 3º. Relatório do CNCP, com os fornecidos pela Alfândega e Agencia de Proteção de Fronteira nos Estados Unidos, Customs

¹⁰² BRASIL. 2006a, op. cit., p. 18.

and Border Protection – CBP, fica evidenciado que ali é muito mais restrita a lista de produtos que compõem o rol dos produtos contrafeitos e pirateados.

Em milhões de dólares							
Commodity	2004 %	2005 %	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	Percentual relatado entre 2004-2009 totais
Calçados	1	10	41	40	38	38	32
Vestuário	37	17	16	14	9	8	15
Bolsas carteiras e mochilas	17	16	9	7	11	8	11
Eletrônicos de consumo	6	9	5	8	8	12	9
Computadores/ hardware	1	5	9	5	3	5	5
farmaceuticos	-	2	1	6	10	4	5
Cigarros	17	10	-	-	2	1	4
Mídia	4	-	4	4	2	4	3
relógios/ peças para montagem	2	3	2	-	-	6	2
Brinquedos e Jogos eletrônicos	3	9	-	-	-	2	2
Pilhas e baterias	2	-	-	-	1	1	1
Óculos de sol e peças para montagem	-	-	-	2	3	1	1
Perfumes	-	3	-	1	2	1	1
Joias	-	-	-	-	-	4	1
Headwear	-	-	2	-	-	-	-
Cuidados com saúde	-	-	2	-	-	-	-
Outras commodities	10	15	8	14	10	3	9
Valor interno total de todas as apreensões	\$139	93	155	197	273	261	\$1,118
Número total de apreensões	7,255	8,022	14,675	13,657	14,992	14,841	73,442

Department of Homeland Security – DHS: apreensões de bens que violem IP, expresso como uma percentagem do valor interno total de mercadorias apreendidas anualmente. Ano fiscal 2004-2009
 Fonte: GAO análise de dados do *Customs and Border Protection – CBP*¹⁰³

A comparação alerta ainda mais para a necessidade de uma definição quanto aos produtos passíveis ou não de contabilizar dentro dessas operações realizadas pelo governo. As ausências mais flagrantes da lista estadunidense, são, também, as que provocam mais surpresa por constarem em nossas listas: armas e munições, veículos, drogas e um assombroso rol de “outros”, sem a devida especificação desses produtos constantes da rubrica.

¹⁰³ ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA DO NORTE. 2010, op.cit., p. 7. Tradução livre.

2.8 O problema na origem dos cálculos

Dos vários relatórios analisados, muito números puderam ser colhidos e comparados ano a ano no item anterior, pois, sendo calculados pelo mesmo método, ainda que contenham imprecisões, são relativos entre si, podendo demonstrar o aumento dos gastos públicos, bem como o crescimento das operações e, por conseguinte, das apreensões de produtos pirateados.

Esses métodos e fontes que é são questionados neste relatório de pesquisa, pois pretendemos é demonstrar falhas que podem estar embutidas na coleta desses dados, por motivos variados.

Da análise dos relatórios investigados, podemos facilmente notar a pluralidade de fontes, tais como várias entidades representativas dos setores privados afetados (indústria fonográfica, farmacêutica, associações ligadas a setores produtivos, consultorias nacionais e estrangeiras etc.).

Em decorrência da pluralidade de fontes, teremos a pluralidade de métodos de coleta de dados, bem com de processos matemáticos, o que pode levar a desvios de grande monta. Sem mencionarmos os interesses desses agentes.

O Government Accountability Office – GAO, órgão estadunidense compatível com o nosso Tribunal de Contas da União, apontou, em abril de 2010, que os números que circulam sobre as perdas com contrafação e pirataria não se apresentam como passíveis de comprovação.

O relatório do GAO¹⁰⁴, assegura que,

Embora os especialistas e literatura consultada apontem diferentes exemplos de efeitos sobre a economia E.U. A., a maioria observou que apesar dos esforços significativos, é difícil, senão impossível, quantificar o efeito líquido da contrafação e da pirataria na economia como um todo. Por exemplo, como discutido anteriormente, a OCDE tentou desenvolver uma estimativa do impacto econômico da contrafação e concluiu que uma estimativa aceitável global de mercadorias de contrafação não poderia ser desenvolvida. A OCDE afirmou ainda que as informações que podem ser obtidas, tais como, dados sobre a execução e informação desenvolvida por meio de pesquisas, "tem importantes limitações, no entanto, muito aquém

¹⁰⁴ Ibid., p. 31.

do que é necessário para desenvolver uma estimativa global robusta." Um perito caracteriza a tentativa de quantificar o impacto econômico global da contrafação como "inútil", enquanto outro afirma que qualquer estimativa é altamente suspeita uma vez que este comércio é secreto e os números estão todos baseados em "chutes".¹⁰⁵ (tradução livre)

Ronaldo Lemos, diretor do Centro de Tecnologia da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, assina um artigo¹⁰⁶ no qual assevera que não só os ianques devem duvidar de seus números:

Não ficamos atrás dos EUA no quesito números duvidosos. Temos pelo menos três números mágicos no Brasil, que são reproduzidos como mantra pela mídia. O primeiro afirma que a pirataria movimenta US\$ 522 bilhões anualmente, mais do que o narcotráfico. O segundo diz que ela causa a perda de 2 milhões de postos de trabalho no mercado formal. E o terceiro que R\$ 30 bilhões em impostos deixam de ser recolhidos por sua causa. Um estudo internacional que está sendo concluído este mês foi atrás desses três números e a conclusão é que são furados, inclusive quanto às fontes citadas, que não reconhecem sua existência. Para concluir, vale dizer que o ponto aqui não é que a pirataria não causa danos. Mas, sim, que não se sabe exatamente quais são eles. Nesse sentido, é inadmissível que dados como esses circulem por aí sem um questionamento metodológico mais sério, tanto por parte do governo como por parte da imprensa, e que políticas públicas sejam construídas com base neles. Sempre que encontrar "bilhões" e "pirataria" no mesmo texto, desconfie.

O Brasil pode e deve corrigir as questões metodológicas para que os números possam, se não relatar a realidade, se aproximar o mais possível dela, evitando assim distorções no planejamento das políticas públicas e, por consequência, nos gastos públicos.

As políticas públicas devem priorizar a efetivação dos direitos fundamentais ao desenvolvimento, acesso à cultura, redução das desigualdades e

¹⁰⁵ Ibid., p. 31: "While experts and literature we reviewed provided different examples of effects on the U.S. economy, most observed that despite significant efforts, it is difficult, if not impossible, to quantify the net effect of counterfeiting and piracy on the economy as a whole. For example, as previously discussed, OECD attempted to develop an estimate of the economic impact of counterfeiting and concluded that an acceptable overall estimate of counterfeit goods could not be developed. OECD further stated that information that can be obtained, such as data on enforcement and information developed through surveys, 'has significant limitations, however, and falls far short of what is needed to develop a robust overall estimate'. One expert characterized the attempt to quantify the overall economic impact of counterfeiting as 'fruitless', while another stated that any estimate is highly suspect since this is covert trade and the numbers are all 'guesstimates'".

¹⁰⁶ LEMOS, Ronaldo. Os Números Erram. **Revista Trip**, n.189, 2010. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/revista/189/colunas/os-numeros-erram.html>>. Acesso em: 10 jun. 2010.

erradicação da pobreza, no lugar de priorizar a proteção dos interesses privados de grandes empresas e de países desenvolvidos.

Neste sentido, passemos a apreciar duas novas formas de alcançar desenvolvimento, buscadas por meio de políticas públicas, em países como o Reino Unido, Austrália, Nova Zelândia, China, Índia, Itália e Canadá, entre outros: as Indústrias Criativas e a Economia Criativa.

3 INDÚSTRIAS CRIATIVAS E ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITOS E EVOLUÇÃO

Este capítulo dedicar-se-á a fazer conhecer as Indústrias Criativas e a Economia Criativa, os fatores que as propiciaram e o ambiente histórico no qual surgiram.

A primeira é alternativa transformadora de grande potencial, baseada na geração e exploração de Propriedade Intelectual, portanto, apoiada no “exclusivo”¹, sendo este, conseqüentemente, um modelo de indústria perfeitamente conformado para países desenvolvidos, ocupando lugar de destaque em suas agendas.

Já a Economia Criativa “é identificada como uma das grandes estratégias de desenvolvimento para o século XXI por seu potencial de produzir desenvolvimento sustentável e não mero crescimento econômico”², baseada na flexibilização dos direitos de Propriedade Intelectual, caracterizada pela primazia da dimensão simbólica dos produtos e serviços e no caráter intangível deles.

Assim, o que difere a Economia Criativa das Indústrias Criativas, entre outros aspectos que serão explorados neste tópico, é que a Economia Criativa “promove desenvolvimento sustentável e humano e não mero crescimento econômico”³, e, neste aspecto, ela é “inclusiva”, sendo, portanto, muito mais apropriada para países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, e as Indústrias Criativas, como já afirmado, têm por base o sistema legal restritivo, o qual constitui o arcabouço jurídico de proteção dos autores, inventores e, na maioria das vezes, das empresas detentoras destes direitos.

De se ressaltar que ainda não há consenso acerca dos conceitos de ambas, muito pelo fato de serem temas relativamente novos, e, portanto, em elaboração; ainda assim, será igualmente objetivo deste capítulo a exploração das várias nomenclaturas, bem como a apreciação dos conceitos em curso, sempre na tentativa de maior aproximação com os temas.

¹ DEHEINZELIN, Lala. **Economia Criativa**: uma tímida tentativa de definição (parte1). Cultura e Mercado. 2006. Disponível em: < <http://www.culturaemercado.com.br/pontos-de-vista/economia-criativa-uma-timida-tentativa-de-definicao-parte-1/>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

² Ibid.

³ Ibid.

Por fim, antes de adentrarmos os assuntos propostos, cabe a ressalva de que o surgimento das Indústrias Criativas precede o da Economia Criativa, sendo, em nosso entender, a Economia Criativa mais adequada à realidade brasileira.

3.1 O surgimento das Indústrias Criativas e da Economia Criativa: análise dos fenômenos que as precederam

Antes de entendermos o que são Indústrias Criativas e Economia Criativa, temos de compreender como o atual panorama econômico se formou. Iniciemos pelas três grandes revoluções vividas pela Humanidade.

A primeira, a Revolução Agrícola, sedentarizou a raça humana; a segunda, a Revolução Industrial, provocou a produção de bens em larga escala e consequente migração de trabalhadores do setor agrícola, os quais passaram a trabalhar nas indústrias e a morar nos centros urbanos; e a terceira, a Revolução Tecnológica⁴ ou Digital, popularizou a informação e conectou as pessoas, definitivamente.

Interessam-nos sobremaneira as duas últimas, pois a Revolução Industrial, iniciada no século XVIII, fixou um modelo de desenvolvimento econômico que perdurou por todo o século XIX, baseando-se na matéria-prima, e a Revolução Tecnológica foi base do modelo desenvolvimentista do século XX, o qual se arrimou na informação.

Esses modelos, todavia, não foram suficientes para provocar uma divisão de renda e riqueza eficaz, nem mesmo mantê-la em níveis aceitáveis, assim como não foram capazes de implantar o desenvolvimento sustentável para o Planeta- daí a busca incessante por novos modelos.

Os dois modelos já conhecidos, o do socialismo estatizante e o do capitalismo liberal, mostraram-se esgotados, pois nenhuma das duas forças

⁴ SISTEMA FIRJAN. **A cadeia da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro. 2008. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE921D5239A0121D554663232BC.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2010, p. 5.

antagônicas “foi bem-sucedida na obtenção dos resultados econômicos necessários para garantir o bem-estar da grande maioria dos indivíduos de nossa sociedade.”⁵

Nos países industrializados, foram os fenômenos econômicos e sociais que fizeram que o foco se deslocasse do tradicional modelo industrial para as atividades nas quais o conhecimento e a criatividade predominam.

Inicialmente, essas atividades estavam mais ligadas ao setor de serviços, porém os produtos criativos ganharam destaque, pois os impulsos não são apenas econômicos, como explicam Pedro Bendassolli e seus colaboradores, ao afirmarem que

[...] a importância econômica das indústrias criativas é crescente. No entanto, além de ser visto como um fenômeno econômico relacionado a políticas públicas de desenvolvimento, o surgimento das indústrias criativas também deve ser associado ao que se chamou de virada cultural, uma transformação de valores sociais e culturais, ocorrida no final do século passado. A virada cultural surge da combinação de dois fenômenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialista.⁶

De fato, o pós-materialismo marca uma mudança de valores experimentada com origem na segunda metade do século XX, associada ao desenvolvimento econômico, ocorrido nas sociedades industriais avançadas, e nas já consideradas pós-industriais.

Tais mudanças alcançaram áreas diversas, como religião; relações de trabalho; política; relações de gênero; e até normas sexuais⁷, que, de forma genérica, refletem o pensamento democrático e a busca por qualidade de vida, pois,

[...] em uma sociedade materialista, tradicionalmente, os interesses gravitam em torno da satisfação de necessidades básicas e elementares, como bem-

⁵ SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008, p. 55.

⁶ BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Compreendendo as Indústrias Criativas. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009, p. 25.

⁷ ILGLEHART, 1977 apud RIBEIRO, Ednaldo Aparecido. Valores pós-materialistas e a adesão normativa à Democracia entre os Brasileiros. **Revista Debates**. Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 103-133, jul./dez 2008. Disponível em: <[http://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article /viewFile/6048/4558](http://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/viewFile/6048/4558)> Acesso em: 02 dez. 2010, p. 103.

estar econômico e a coesão social. Em uma sociedade pós-materialista, em que há o atendimento das necessidades básicas e, portanto, maior demanda por serviços, os indivíduos interessam-se, sobretudo, pelo atendimento de necessidades de ordem estática, intelectual, de qualidade de vida e de envolvimento em processos de tomada de decisão autônomos, que podem ocorrer no trabalho e no sistema político.⁸

O fenômeno do pós-materialismo foi o solo fértil no qual floresceu a economia criativa, fartamente estimulada pelo surgimento de uma classe de consumidores, o consumidor-cidadão, que é interativo, engajado e consciente de sua participação no desenho dos novos rumos da produção industrial, além da classe criativa, formada por uma força de trabalho mais especializada e voltada para as novas demandas do mercado, como veremos adiante.

Interligados pelas redes sociais, esses cidadãos que aprenderam a se conectar à rede mundial de computadores e se integraram à sociedade da informação, somados à geração dos chamados natos digitais e, agora, os mais recentemente englobados na “geração Y”, formaram uma nova ordem de consumidores, que, pouco a pouco, passam a pressionar a cadeia de produção e gestão de bens e serviços, para que esses produtores atendam às suas demandas, observando os novos critérios estéticos, de bem-estar e desenvolvimento sustentável, tão desejados.

É imprescindível ressaltar que a tecnologia é, portanto, outro fator que possibilitou o desenvolvimento das Indústrias e da Economia Criativa. Segundo estudos da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAN, trata-se da terceira revolução, depois da Revolução Agrícola, da Revolução Industrial, essa seria a Revolução Digital, que,

[...] possibilitada pelas transformações da tecnologia da informação, sendo a globalização de culturas e de meios de produção o principal corolário deste processo. Na crista de uma nova era, o setor de serviços ganha relevância, consumindo a grande parte da força de trabalho e sendo responsável pela geração de uma parcela importante da renda. Ao mesmo tempo, o conhecimento e a inovação ganham ainda mais relevância como mola propulsora da nova economia, permitindo maior agregação de valor a bens e serviços.⁹

⁸ BENDASSOLLI, Pedro F. et al., op.cit., p. 25.

⁹ SISTEMA FIRJAN, 2008, op. cit., p. 6.

John Hartley explica que os legisladores e os educadores se dedicaram às Indústrias Criativas não por acaso, mas por causa da lógica da nova economia. O autor observou que, durante o período em que Bill Clinton ocupou a Presidência dos Estados Unidos, a “locomotiva americana” parecia estar completando o ciclo da indústria transformadora, passando ao ciclo da indústria dos serviços ao consumidor. Demonstrou sua teoria avaliando a tomada de decisões equivocadas que a *International Business Machines* - IBM efetuou, e como elas puderam proporcionar o vertiginoso crescimento da Microsoft.¹⁰

De fato, o caso é emblemático, pois relata exatamente como a economia criativa mudou e está mudando os contornos das relações econômicas entre as empresas e os seus consumidores e como essas mudanças se refletem no relacionamento entre os consumidores e os demais agentes econômicos.

Explica Hartley que a IBM prosperou no século XX, produzindo máquinas que eram capazes de processar informações mecanicamente, e dominou o despertar da Era da tecnologia computacional com seus gigantes *mainframes*, que participaram do projeto espacial dos EUA, possibilitando a ida do homem à Lua, conquista demonstrativa de que a empresa não era voltada para os consumidores individuais, mas para outras grandes empresas e para órgãos estatais, que necessitassem de processamento de dados em larga escala no mínimo de tempo possível.¹¹

Em resumo, a IBM era o que se define como uma empresa “b2b” (empresa para empresas), e sua existência foi ameaçada quando Bill Gates desafiou essa visão acerca da informação. Gates apostou na ideia da livre circulação da informação, no computador pessoal, não apenas para os trabalhadores individuais, mas também para o varejo, para o público em geral, porém o que fez de Bill Gates um dos homens mais ricos do mundo não foi a fabricação desses computadores, uma vez que esse trabalho qualquer fábrica poderia fazer. Hartley explica que o que fez de Gates uma lenda foi o controle do sistema operacional interno dessas máquinas: riqueza criada com base na informação e não na manufatura.¹²

¹⁰ HARTLEY, John. **Creative Industries**. 6. ed. Victoria: Blackwell Publishing, 2008, p. 20.

¹¹ Ibid., p. 20.

¹² Ibid., p. 20.

O episódio anterior não foi eleito por John Hartley aleatoriamente, já que está pressuposto na obra que essa reviravolta, provocada por um novo ponto de vista, não um qualquer, mas um ponto de vista criativo, que vislumbrou a circulação da informação em larga escala, provocou outra revolução, esta ensejada pela democratização e pela acessibilidade à informação, ocasionada pelo surgimento da sociedade da informação, corroborando o pensamento de Bendassolli e colaboradores, destacado anteriormente, o qual elenca o aparecimento da sociedade da informação como um dos eventos que possibilitaram o surgimento desses paradigmas econômicos.

Com esse exemplo, o autor demonstra claramente que não se trata de uma opção, mas de uma necessidade, de uma emergência mesmo, que as atenções se voltem para o estudo e o incremento da Economia Criativa.

Se Hartley fosse reeditar sua obra, já poderia citar o nome de Steve Jobs como a mente que fez Bill Gates provar do próprio veneno. A Apple, empresa de Jobs, criadora do *smartphone* mais vendido do mundo, não fatura somente com sua montagem, mas com os serviços digitais que vende para seus usuários.

Em um iPhone, *smartphone* da marca Apple, os componentes custam cerca de US\$ 189, e sua montagem não passa dos US\$11, porém o aparelho chega às lojas com um custo aproximado de US\$690, e “isso acontece graças à combinação inédita de tecnologia, design arrojado e um modelo de negócio que amarra as pontas entre o aparelho e serviços digitais para criar um produto diferenciado”¹³.

A Apple ocupa o segundo lugar no ranque das empresas mais valiosas dos Estados Unidos e, no ano de 1997¹⁴, estava à beira da falência. Sua marca saltou do vigésimo lugar, em 2010, para o oitavo, em 2011, na lista das 500 marcas mais valiosas do mundo¹⁵, sendo esse mais um exemplo de riqueza gerada não pela manufatura, mas pela tecnologia e pela criatividade.

¹³ BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel. op. cit., p. 140.

¹⁴ APPLE X Microsoft. **Veja.com**. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/cronologia/microsoft-apple/index.html>>. Acesso em: 28 abr. 2011.

¹⁵ THE BrandFinance Global 2011. **Brandirectory**. Disponível em: < http://www.brandirectory.com/league_tables/table/global_500_2011>. Acesso em: 28 abr. 2011.

A Apple já superou a Microsoft em faturamento (desde maio de 2010) e, somando a telefonia, o mercado de *tablets*, como o Ipad, aos tocadores de música, os Ipods, todos funcionando apenas com sistema operacional próprio, com serviços disponibilizados *on line*, que podem ser adquiridos com cartão de crédito, independentemente do local em que se esteja, movimentando milhares de dólares em aplicativos, caminhando para superar a rival também em receita operacional¹⁶¹⁷.

Essa intersecção de economia, tecnologia e cultura (bens e serviços) deve ser estudada em verticalidade, notadamente por economistas, administradores e juristas, tanto os novos, que já nasceram sob esse novo signo, quanto os mais experientes, que muito têm a contribuir, em razão de seus conhecimentos anteriores em adaptar-se a novos paradigmas.

3.2 As Indústrias Criativas

Desde o final do século XX, o modelo tradicional de indústria está em transformação e é, a cada dia, muito mais alicerçado em ideias, ligado mais à capacidade humana de criar e de inovar do que somente à capacidade de desvendar.

Esse deslocamento do foco deu-se por fenômenos econômicos e sociais, já analisados, dentre os quais um dos mais importantes foi a conectividade, que afetou diretamente as atividades de todas as pessoas conectadas e está ditando novos parâmetros para criação de bens e serviços, de distribuição e de consumo. Assim:

[...] a emergência da sociedade do conhecimento (ou sociedade da informação) está relacionada à passagem da sociedade industrial para a sociedade pós-industrial. Tal passagem se dá pela mudança de uma economia fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho, e orientada

¹⁶ APPLE caminha para superar a Microsoft também em receita operacional. **Macmagazine**. Disponível em: <<http://macmagazine.com.br/2010/06/02/grafico-apple-caminha-para-superar-a-microsoft-tambem-em-receita-operacional/>>. Acesso em: 28 abr. 2011.

¹⁷ APPLE deve anunciar receita 50% maior no trimestre, enquanto os rivais tentam se reposicionar. **Ig Tecnologia**. Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/noticia/2011/01/14/apple-deve-anunciar-receita+50+maior+no+trimestre+enquanto+rivais+tentam+se+reposicionar+10346378.html>>. Acesso em: 28 abr. 2011.

para a produção em massa, para uma economia na qual o capital tem base intelectual, fundamentando-se no indivíduo, em seus recursos intelectuais, na capacidade de formação de redes sociais e na troca de conhecimentos.¹⁸

A conectividade foi também fator decisivo na recente ebulição das revoltas contra os governos totalitários no mundo árabe, as quais são exemplos dos influxos gerados pelos novos meios de informação instantânea, que interferem em todas as esferas da atividade humana, ensejando também reflexos diretos na produção e circulação de bens e serviços.

As Indústrias Criativas, portanto, surgiram assim, da formação prévia de todas as condições ideais, como a satisfação das necessidades básicas dos cidadãos, com a conscientização acerca de questões maiores do que a sua própria existência, e, é claro, com a criação de necessidades, pois é da natureza humana a criação de necessidades, dado o eterno estado de insatisfação em que vivem os seres humanos.

Originalidade e criatividade foram palavras de ordem que, associadas às mudanças e inovações do momento, complementaram o panorama propício à inflexão do coletivo para individual. Tornaram-se centro das reflexões o valor das coisas e não o seu preço e as questões envolvendo estilo de vida; também assuntos como perspectivas de trabalho e condições de consumo sustentável tomaram conta das pautas efervescentes do final do século passado, tanto na esfera privada, quanto na esfera pública.

Todos esses debates levaram alguns governos a procurar um lugar institucional dentro deles, e o surgimento do conceito de Indústrias Criativas deu-se quando o governo australiano buscava uma política de reposicionamento da atuação do Estado no desenvolvimento cultural do País, como explica Paulo Miguez:

A temática das indústrias criativas surgiu, a rigor, na Austrália, em 1994, a partir do desenvolvimento pelo governo daquele país do conceito de

¹⁸ BENDASSOLLI, Pedro F. et al., op.cit., p. 25.

creative nation, ideia-base de uma política voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país¹⁹.

Assim, a temática das Indústrias Criativas, que surge na Austrália, atrelada ao conceito de *Creative Nation*, inicialmente ligada à cultura, rapidamente chegou ao Reino Unido, que, em 1997, ainda durante a campanha do partido Trabalhista inglês (*New Labour*), foi elencada como um setor à parte da economia, que mais tarde mereceria, no governo de Tony Blair, políticas públicas que fomentaram o seu já expressivo crescimento²⁰, pois,

[...] à época o berço da revolução industrial via sua manufatura cair 1% ao ano, impotente diante dos insuperáveis custos de produção asiáticos. As indústrias criativas cresciam 16%, bem acima dos 6% da economia britânica.²¹

Dessa forma, foi fácil para o governo britânico vislumbrar o potencial das Indústrias Criativas, bastando para tal a comparação das taxas de crescimento dos setores da economia formal e da chamada nova economia. Atualmente a Inglaterra possui um Ministério das Indústrias Criativas para cuidar desse novo modelo de gerenciamento do seu produto criativo, pois essa nova indústria não se encaixa nos conhecidos e tradicionais moldes de produção.

Para o governo inglês, são setores criativos: as atividades relacionadas a tradições culturais, o artesanato, o mercado de arte e antiguidades, o rádio, a TV, o cinema, o teatro, a música, a publicidade, a arquitetura, o *design*, a moda, *software*, museus e atividades ligadas ao lazer.²²

Já na Austrália, apesar do pioneirismo, não há ainda uma política totalmente centralizada para o setor, porém já há vários órgãos governamentais envolvidos, nas diversas esferas de formação do Estado australiano.

¹⁹ MIGUEZ, Paulo. Os Estudos em Economia da Cultura e Indústrias Criativas. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009, p. 63.

²⁰ Ibid., p. 64.

²¹ BARIFOUSE, Rafael, SALGADO, Raquel. op. cit., p. 140.

²² BRITISH COUNCIL. **Creative and Cultural Economy** series/2. Mapping the creative industries: A Toolkit. London, 2010. Disponível em: http://www.britishcouncil.org/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf >. Acesso em 11 jan. 2011, p. 16-17.

É na Austrália, contudo, onde se localizam as melhores iniciativas acadêmicas em torno da temática. A *Queensland University of Technology*, situada na Cidade de Brisbane, reúne grande número de pesquisadores, hoje referência nos estudos em torno das Indústrias Criativas. Pesquisadores como Stuart Cunningham, Jonh Hartley e Michael Keane fazem parte de duas unidades especialmente ligadas ao assunto: a *Creative Industries Faculty* (faculdade) e o ICI – *The Institute for Creative Industries and Innovation* (um centro de pesquisas dedicado exclusivamente às Indústrias Criativas).²³

O conceito, inicialmente associado apenas às políticas públicas de cultura, é hoje designativo de setores os mais diversos, nos quais a criatividade é o componente essencial, como será mais explorado no capítulo 4.

Este é um veio inovador e com enorme potencial de produção de riqueza, desenvolvimento e criação de empregos, que chamou a atenção até dos governantes chineses, que buscaram os especialistas australianos, a fim de elaborar um projeto para substituir o tradicional “feito na China” por um novo “criado da China”²⁴, uma vez que o modelo comercial daquele País é primordialmente baseado na reprodução, muitas vezes não autorizada, de produtos e serviços criados em outros países, o que tem lhe custado inúmeras complicações no momento de assinar tratados comerciais e de cooperação.

Sendo um conceito relativamente novo, há vários posicionamentos acerca das Indústrias Criativas e as linhas de desenvolvimento não são as mesmas, havendo um feixe de atividades que podem ser inseridas nesse rol, além dos já descritos, fator pelo qual não há uma lista fechada, e sim enquadramentos a serem feitos, enquadrando-se essa ou aquela atividade como tradicional ou criativa.

Em maio de 2008, a FIRJAN, embasada em estudos ingleses, assinalou que:

²³ MIGUEZ, Paulo. 2009, op. cit., p. 66.

²⁴ UNITED NATIONS – UNCTAD. **Creative Economy Report 2010-Creative Economy: A Feasible Development Option**. [s.l.], 2010. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2010, p. 47.

[...] essa definição [de indústria criativa] engloba treze setores: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antigüidades, artesanato, design, moda, filmagem, softwares interativos de lazer, música, artes performáticas, editoração, serviços de computação e rádio e televisão. Essencialmente, estão englobadas atividades de serviços e comércio, incluindo ainda áreas correlatas no setor industrial, por seu impacto sobre toda a estrutura produtiva da economia²⁵.

Poderíamos dizer, portanto, que compõem essa indústria atividades diversas cujo ponto em comum é o uso da criatividade, não somente as especificadas acima, mas, também, propaganda, música, cinema, literatura, artesanato, gastronomia, fotografia, teatro, entre outras.

São atividades que, submetidas a um novo fluxo de distribuição possibilitado pelas novas tecnologias, adquirem uma nova dimensão e ensejam uma nova relação entre produção e consumo, ainda que à primeira vista possam parecer atividades tradicionais.

Assim, milionários apareceram instantaneamente por apenas terem imaginado uma forma de pessoas trocarem fotos e comentários pela internet. Buscadores de informações fizeram governos autoritários tremerem, como no caso do duelo entre os gigantes Google e o Governo da China, duelo esse inimaginável há menos de 20 anos.

E mesmo o Baidu (Google chinês, como é chamado) tendo obtido vantagem com a briga entre seu Governo e o Google, o buscador estadunidense recebeu o apoio do governo dos EUA e da opinião pública mundial e ainda detém cerca de 19% do mercado daquele país, operando via Hong Kong²⁶.

No Brasil, desde 2005, tentou-se introduzir esse novo conceito de indústria, quando o então ministro da Cultura, Gilberto Gil, que tivera contato com a temática durante o 11ª. Conferência da UNCTAD, já citada, organizou o 1º. Fórum Internacional de Economia Criativa, que aconteceu na cidade de Salvador. Na ocasião, foi apresentado um escrito intitulado “Carta de Salvador”, documento de intenções que pretendia criar espaço para a instituição de políticas públicas como as

²⁵ SISTEMA FIRJAN, 2008, op. cit, p. 7.

²⁶ MERCADO de internet na China não deve ser destacado do resto do mundo, segundo Google. **O Globo**, Rio de Janeiro, 26 abr. 2011. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2011/04/26/mercado-de-internet-na-china-nao-deve-ser-destacado-do-resto-do-mundo-segundo-google-924327512.asp>>. Acesso em: 05 mai. 2011.

relatadas no encontro internacional, porém a polêmica que se instalou acerca da liberação ou não de fundos governamentais para fomentar sobressaiu ao debate e o projeto não floresceu²⁷.

Decerto, que esse modelo elaborado por países desenvolvidos, calcado na Propriedade Intelectual, não é um modelo que se aplique inalteradamente para o Brasil, que tem níveis profundos de desigualdade social, de renda, de conhecimento e acesso à cultura. Um País que tem 16,2 milhões de seres humanos na linha da extrema pobreza, o equivalente a 8.5% de sua população total, não pode ter como meta central da nova economia a geração desenvolvimento por meio da criação e proteção da Propriedade Intelectual.

Não estamos aqui a pregar a anarquia ou a abolição do *copyright*, mas sim um modelo que leve em conta a peculiaridade de um país que dá seus primeiros voos na seara do desenvolvimento, mas que tem ainda um pé, grande, na miséria.

Há, entre a dureza excludente das leis de Propriedade Intelectual, e a livre circulação de produtos criativos, um meio-termo que deve e pode ser encontrado, para que nem os artistas sejam prejudicados, para que os investimentos no setor não desapareçam, mas também que se alcance o objetivo maior do desenvolvimento sustentável e da redução da pobreza. Nas palavras do professor Oliveira Ascensão, “há que se encontrar uma forma de não se jogar a água do banho com a criança dentro”²⁸; e o Brasil está atrasado nessa busca.

Como já afirmamos, somente em janeiro de 2011 o Ministério da Cultura – MinC, sob o comando da ministra Ana de Hollanda, instituiu uma secretaria voltada para a Economia Criativa, voltada para a criação de políticas públicas, o que já é um início, porém, requererá muito mais do que uma secretaria, pois solicitará a formação de equipes interministeriais que liguem o Ministério da Cultura aos demais ministérios que guardam relação com a implantação de uma Economia Criativa pujante no Brasil, moldada para o País.

²⁷BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel, op.cit., p. 142.

²⁸ASCENSÃO, José de Oliveira. Os direitos intelectuais e a propriedade: novas perspectivas. In: I Simpósio Internacional de Propriedade e meio ambiente e I Encontro temático do Projeto Casadinho, I, 2009, Fortaleza. **Exposição oral**. Fortaleza: UFSC/UFC, 2009. Disponível em: <http://www.direitoautoral.ufsc.br/casadinho/prog_i_reuniao_tem.php>. Acesso em: 25 dez. 2010.

Devem ser interligados os Ministérios das Cidades, da Ciência e Tecnologia, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, da Educação, do Meio Ambiente, do Planejamento e do Trabalho e Emprego, ao menos²⁹.

Essa integração se faz indispensável e decorre do caráter interdisciplinar e intergovernamental dos setores criativos e dos arranjos, características essas que serão mais adiante definidas, mas que devem aqui ser reunidas para explicar a necessidade de uma sinergia, não somente entre esses ministérios, mas também entre os Executivos federal, distrital, estaduais e municipais.

Sem um projeto de alcance nacional, o Brasil deixará passar uma oportunidade que outros países estão abraçando como alternativa, senão para o desenvolvimento, para a retomada do crescimento ou saída para a estagnação, como, por exemplo, o Reino Unido, onde as Indústrias Criativas já são responsáveis por 10% (dez por cento) do PIB daquele país, gerando dois milhões de empregos, 6,8% do total de empregos, reunindo 157,4 mil empresas, ou 7,3% do total das empresas³⁰.

Para reforçar a importância do setor ressaltamos que o relatório da UNCTAD de 2008 afirmou conter dados empíricos que comprovavam, já àquela época, que as Indústrias Criativas estavam entre as mais rentáveis do mundo. O relatório assegurou que entre 2000 e 2005 os bens e serviços criativos cresceram, em média, à (sem precedente) taxa de 8,7% ao ano e que em 1996 as exportações mundiais de produtos criativos estava perto dos US\$ 227,5 bilhões, valor que chegou a US\$ 424,4 bilhões em 2005³¹.

A edição seguinte do *Creative Economy Report* 2010, elaborada pela UNCTAD, confirmou o setor como o mais dinâmico da economia mundial na última década e o que menos sentiu os efeitos da recente crise econômica que assolou todo o Planeta³², pois as estatísticas demonstram que as pessoas continuaram a ir

²⁹PORTAL Brasil - Ministérios e Conselhos. **O Brasil**. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/sobre/o-brasil/estrutura/ministerios-e-conselhos-1>>. Acesso em: 29 fev. 2011.

³⁰BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel, op. cit., p. 141.

³¹UNITED NATIONS - UNCTAD, 2008, op. cit., p. IV.

³²UNITED NATIONS - UNCTAD, 2010, op. cit., p. XX.

ao cinema, ao teatro, a *shows*, continuaram a jogar *videogame*, ou seja, os produtos criativos continuam a ser desejados, e consumidos, mesmo em tempos difíceis. Esse fenômeno está ligado ao modo de vida contemporâneo quando as pessoas dedicam cada vez mais uma parcela maior de seus rendimentos para gastos com cultura, lazer, entretenimento e experiências “memoráveis”, ligadas a estilo de vida, *status*, e ao consumo de produtos de marcas famosas, por exemplo.³³

É fundamental, de posse de todas as informações e das elaborações teóricas, a busca por um modelo específico para o Brasil, um modelo que possa harmonizar o necessário desenvolvimento, com sustentabilidade e com a imprescindível diminuição da miséria e conseqüente saída do eterno estado de um país que está para decolar, mas que apenas ensaia seu voo.

3.2.1 *Conceito de Indústrias Criativas: nomenclaturas e definições*

Cabe, de início, ressaltar, que a expressão Indústrias Criativas não é sinônima de Economia Criativa, sendo a primeira calcada em alguns modelos estabelecidos, como se verá adiante, porém, como já expressei, sempre baseada, mais ou menos, a depender do país em questão, nos direitos da Propriedade Intelectual, enquanto a Economia Criativa permite uma flexibilização deles. A primeira, se não controlada, pode produzir, e está fazendo isso, a massificação das culturas tradicionais e a destruição da diversidade, notadamente nos países mais pobres, mais desprotegidos em termos legais e políticos. A segunda busca um modelo de desenvolvimento fundado na inclusão social, na sustentabilidade e na diversidade cultural.

Depois do necessário esclarecimento, cabe ainda diferenciar a terminologia “Indústria Criativa” das outras similares como: Indústria Cultural, Indústria de *Copyright*, Indústria de Conteúdo e Indústria de Conteúdo Digital, entre outras, que, por vezes, na literatura não científica, são utilizadas como sinônimas³⁴.

³³ Ibid., p. XXV.

³⁴ BENDASSOLLI, Pedro F. et al., op. cit., p. 31.

Segundo assinala John Hartley, a confusão entre os vários termos é mais aparente do que real e advém das várias perspectivas dos diferentes agentes envolvidos. Ele apresenta um quadro que contém as cinco denominações que apareceram num estudo realizado pelo *National Office for the Information Economy*, órgão do governo australiano, que as resumiu conforme tabela adiante.

Indústria Criativas	Indústrias de Copyright	Indústrias de Conteúdo	Indústrias Culturais	Indústrias de Conteúdo Digital
Caracterizada amplamente pela natureza dos insumos de mão de obra: 'indivíduos criativos'	Definidas pela natureza das receitas e pela produção da indústria	Definidas pelo foco na produção industrial	Definidas em função do objeto cultural	Definidas pela combinação de tecnologia e pelo foco na produção da indústria
Propaganda Arquitetura <i>Design</i> <i>Software</i> Interativo Filme e TV Música Publicações Espectáculos	Arte comercial Arte criativa Cinema e vídeo Música Publicações Mídia de gravação <i>Software</i> de processamento de dados	Música Pré-gravada Música gravada Música de varejo <i>Broadcasting</i> e filmes <i>Software</i> Serviços de multimídia	Museus e galerias Artes visuais e artesanato Educação artística <i>Broadcasting</i> e filmes Música Espectáculos Literatura Livrarias	Arte comercial Filmes e vídeo Fotografia Jogos eletrônicos Mídia de gravação Gravação de som Sistemas de armazenamento e recuperação de informações

Fonte: National Office for the Information Economy³⁵

Há pontos em comum entre essas denominações, como explicam Bendassolli, Wood Jr., Kirschbaun e Cunha, que apontam o carácter imaterial dos bens culturais como traço marcante em todas as designações, assim como

[...] sua intangibilidade, seu carácter simbólico e sua dependência das redes sociais para adquirir valor. Os pontos de divergência referem-se ao modo como cada um desses conceitos se relaciona com políticas públicas, com a possível missão humanista e política da cultura e da arte, com o papel do consumidor e com a cultura e seus aspectos de consumo, entretenimento, lazer e estilo de vida.³⁶

³⁵ NOIE – National Office for the Information Economy, 2003 apud HARTLEY, John. **Creative Industries**. 6. ed. Victoria: Blackwell Publishing, 2008, p.30. Tradução livre.

³⁶ BENDASSOLLI, Pedro F. et al., op. cit., p.31

Esses conceitos não se desenvolvem de forma igual em todo o mundo e há uma grande diferença na interpretação deles entre países como os Estados Unidos e o Reino Unido e a União Europeia, por exemplo. Na América do Norte, há muito maior preocupação com o consumo e com o mercado, já na Europa continental o foco está na cultura e na cidadania, na diversidade e na inclusão social. Países mais pobres têm foco na redução da pobreza, na manutenção e no reforço de suas identidades culturais ante as influências externas, bem como na manutenção de seus agentes criativos.

Sob tal perspectiva, o Brasil precisa elaborar o próprio modelo, que deve buscar acomodação entre as várias realidades do País, o qual, sendo um Estado complexo, formado de grandes e ricas metrópoles, convive com o analfabetismo, a fome, a violência, e a miséria que corroem a alma e as chances de qualquer pessoa de se tornar cidadão.

3.2.2 *Indústrias Criativas ou Indústrias Culturais?*

Dentre as várias denominações utilizadas como sinônimos para as Indústrias Criativas, a que merece maior atenção e que, portanto, será destacada das demais, para estudo comparativo, é a expressão Indústria Cultural. Essa atenção se explica pela proximidade dos conceitos, ou até por uma falsa sobreposição deles.

Antes, porém, de adentrarmos a análise da expressão “Indústria Cultural” no sentido que hoje se lhe atribui, não se pode esquecer do sentido que ela já exprimiu nos escritos dos pensadores da Escola de Frankfurt- dois deles de maneira especial, pois a expressão foi empregada pela primeira vez, em 1947, por Max Horkheimer e T.W. Adorno, aguerridos críticos da mercantilização da cultura. Para os autores, em apertada síntese, a massificação da cultura, possibilitada pelas inovações tecnológicas, servia para alienação das mentes, num movimento contrário ao Iluminismo, a serviço das ideologias dominantes.³⁷

³⁷ ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

Para evitar que as expressões Indústrias Criativas e Indústrias Culturais sejam utilizadas como sinônimas, já que de fato não o são, fazem-se necessários alguns esclarecimentos acerca do que se compreende por Indústria Cultural na atualidade.

Conforme explica Facundo Solanas, Indústria Cultural é expressão que identifica determinados produtos “como difusores de diversas culturas”, não mais carregando a pecha da mercantilização da arte, e sim a difusão dela. Já a dicção Indústrias Criativas, de origem anglo-saxônica, “aparece diretamente subsumido dentro da lógica mercantil, a partir do que, pode ser indiferente fomentar o jogo ou as apostas (tudo estaria incluído no que o modelo considera *entertainment*) ou a produção editorial ou discográfica”, como explica o autor.³⁸

Embora Solanas tenha uma visão extrema da mercantilização dos produtos advindos das Indústrias Criativas, ele admite que o conceito de Indústria Cultural está contido no conjunto maior das Indústrias Criativas:

A EC [economia criativa] estaria constituída pelas transações dos “produtos criativos”, e as indústrias criativas constituiriam o setor da economia cujos produtos entrariam na articulação das leis de propriedade intelectual (patentes, direitos autorais – *copyright* –, marcas registradas, design) e na qual o trabalho cerebral seria preponderante (HOWKINS, 2002). Nessas indústrias se incluiriam: a propaganda, a arquitetura, a arte, o artesanato, o design, a moda, os filmes, a música, as realizações artísticas, as edições, a pesquisa e o desenvolvimento, os programas informáticos, os jogos e brinquedos, a televisão, o rádio e os videogames. Ou seja, trata-se de um conceito que, embora englobe o de IC [Indústria Cultural] – que inclui a edição impressa e multimídia, a produção cinematográfica, audiovisual e fonográfica, assim como o artesanato e o design –, é muito mais extenso.³⁹

Para o autor, muitas indústrias culturais não nascem por causas comerciais, e sim pela necessidade de uma determinada comunidade de se comunicar ou de expressar uma ideia, uma tradição, um conhecimento, o amor pela arte, isso até mesmo independentemente de um público pré o pós-determinado, por

³⁸ SOLANAS, Facundo. A Economia Criativa e as possibilidades de desenvolvimento na Argentina. In REIS, Ana Carla Fonseca Reis (org). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural: 2008, p.164.

³⁹ Ibid., p.165.

órgãos governamentais ou por instituições ligadas à comunicação em massa, ou seja, a indústria cultural pode surgir apenas pela arte nela contida: a arte pela arte.⁴⁰

Embora esse pensamento de Solanas seja facilmente comprovado, as indústrias culturais assim surgidas podem ganhar muito em tamanho, alcance e faturamento quando incluídas no contexto das Indústrias Criativas, aproveitando-se de seus novos modos de circulação, suas novas mídias e das redes sociais. Trata-se de turbinar a tradicional forma de circulação dos produtos culturais, sem desnaturá-los, que é o temor maior dos opositores desse novo conceito.

Para a United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO,

A Indústria Cultural é definida como atividade de produção e de comercialização que tem como matéria-prima a criação protegida pelo direito de autor, quando esta criação se fixa sobre suporte físico ou eletrônico e é multiplicado em escala industrial para sua difusão ou distribuição em massa.⁴¹

Para John Hartley, a ideia central das Indústrias Criativas está em fazer produtos e serviços, produzidos por talentos individuais, circularem massivamente por meio das tecnologias e é de se reparar que o conceito do autor se refere a Indústria Cultural no sentido de produção comercial da cultura:

*The Idea of CREATIVE INDUSTRIES seeks to describe the conceptual and practical convergence of the CREATIVE ARTS (individual talent) with Cultural Industries (mass scale), in the context of NEW MEDIA TECHNOLOGIES (ITC's) within a NEW KNOWLEDGE ECONOMY, for the use of newly INTERACTIVE CITIZEN-CONSUMERS.*⁴² (destaques do autor)

Assim, não se trata exatamente de diferenciar uma da outra e sim de perceber que há aqui também uma relação de conteúdo e continente, como

⁴⁰ Ibid., p.166.

⁴¹ Cf definição do Convênio Andrés Bello, 1999 apud PRESTES FILHO, Luiz Carlos. Fluxos Econômicos e cadeias setoriais. In: REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (orgs.). **Economia da Cultura**. Ideias e Vivências. Rio de Janeiro: e-livre, 2009, p. 78.

⁴² HARTLEY, John. op. cit., p. 5. Tradução Livre (a ideia 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.)

demonstrado no capítulo anterior: as Indústrias Criativas abarcam, dentre outras atividades, a Indústria Cultural⁴³, assim como a Economia Criativa compreende a Economia da Cultura.

Persistem ainda alguns pontos a serem debatidos, e, uma preocupação que gravita ao redor do consumo desses bens e serviços, principalmente para os que não acatam os conceitos como sinônimos e, até mesmo, para os que aceitam a sinonímia.

Isso ocorre pelo fato de que não é mais possível, no capitalismo, dissociar-se a figura do consumidor da efígie do cidadão, devendo se equalizar os desejos por liberdade e conforto, com a escassez de recursos e o bem comum⁴⁴, já que historicamente a busca por liberdade e conforto envolve divergência e convergência entre o público (liberdade) e o privado (conforto). Juntas, essas energias formaram os dois lados da identidade moderna.⁴⁵

Uma questão, ainda, que se faz premente analisar é a condição de cidadãos daqueles que se encontram privados da possibilidade de consumir além de seus gêneros de primeiríssima necessidade.

Segundo ressalta Nestor Garcia Canclini, o consumidor entende-se com cidadão, à medida que pode consumir bens materiais e simbólicos para se fazer pertencer. Nesta linha de idéias, aquele que não consome não pertence à sociedade.⁴⁶

Em linhas gerais, Canclini aduz que a aquisição da cidadania pelo consumo está se tornando uma realidade, e que essa associação é danosa, dada a conectividade desses “cidadãos”, pois o consumo, para adquirir pertença, setoriza e individualiza, ao contrário de socializar, mesmo reconhecendo que há parcelas de

⁴³ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 5. Nesse sentido: “*Defined in either or both of these ways, 'cultural goods and services' can be seen as a subset of a wider category that can be called 'creative goods and services', whose production requires some reasonably significant level of creativity. Thus the 'creative' category extends beyond cultural goods and services as defined above to include products such as fashion and software. These latter can be seen as essentially commercial products, but their production does involve some level of creativity. This distinction provides a basis for differentiating between cultural and creative industries, as is discussed in the following sections.*”

⁴⁴ HARTLEY, Jonh, op. cit., p. 9.

⁴⁵ Ibid., p. 10.

⁴⁶ CANCLINI, Nestor García. **Consumidores y Ciudadanos: Conflictos Multiculturales de La Globalización**. México: Grijalbo, 1995 *passim*.

cidadãos críticos, informados, que se utilizam da condição de consumidores para se mobilizarem nas lutas sociais.

As Indústrias Criativas podem produzir desenvolvimento, é verdade, mas não alcançam essa fatia da população, excluída do consumo, e, nesse tocante, a alternativa mais abrangente e menos excludente, baseada na coletivização e na flexibilização da Propriedade Intelectual, seria muito mais adequada. Passemos agora, então, à análise da Economia Criativa, como caminho viável, para desenvolvimento social, como prioridade.

3.3 A evolução da Economia

Em uma abordagem sucinta, a Ciência Econômica visa a estudar o comportamento dos agentes econômicos e o desdobramento desses comportamentos, por meio dos seus resultados coletivos.

Tendo em mente esses dois enfoques (o comportamento dos agentes e o resultado coletivo desses comportamentos), poder-se-ia obter um panorama da microeconomia e da macroeconomia.

A primeira se dedica à compreensão do comportamento das unidades de consumo (indivíduos, famílias, empresas) e à formação de estatísticas que possam traduzir esses comportamentos em números, para que, de posse deles, o governo e as entidades públicas e privadas encontrem formas de incentivá-los ou refreá-los, segundo seus interesses e necessidades.

A segunda tem o foco nas estatísticas do “produto agregado”, ou seja, a macroeconomia enfrenta as questões propostas por essas estatísticas como sistema econômico, trabalhando números como renda nacional, taxa de juros e balança comercial⁴⁷.

⁴⁷ VALIATI, Leandro. Introdução à Economia: uma abordagem prática. In: REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (orgs.). **Economia da Cultura**. Ideias e Vivências. Rio de Janeiro: e-livre, 2009, p. 50.

O comportamento de cada agente tem reflexos no resultado final do desempenho econômico do conjunto analisado, e cada decisão individual pode afetar os resultados agregados. Da mesma forma, as medidas tomadas pelos agentes governamentais têm reflexos no comportamento individual, em um sistema muito parecido ao que existe na fisiologia, o chamado sistema de *feedback*, no qual os comportamentos influenciam os resultados, que, por sua vez, servem de guia para as medidas econômicas que influenciarão os comportamentos, como um ciclo de retroalimentação.

Esses conceitos econômicos podem até ser utilizados na Economia Criativa, que pode considerar quase todos os fatores econômicos tradicionais (escolhas, necessidades, incentivos, produção, distribuição, exceto a escassez) na elaboração de suas teorias, desde que eles sejam revisitados e redimensionados.

As teorias econômicas tradicionais asseveram que as escolhas dos agentes são racionais e se guiam pelas necessidades, porém o que muda nesse pensamento é o fato de, por vezes, os agentes tomarem decisões não racionais, por impulso ou emoção, não guiados pelos preços que os produtos criativos apresentam, mas pelo valor simbólico que os agentes econômicos lhes atribuem (entendendo que valor pode adquirir vários significados, tais como estético, social, espiritual, político, histórico, religioso, sentimental⁴⁸), sendo esse um fenômeno muito sentido e facilmente demonstrável no novo mercado de luxo que se instala no Brasil, na moda, nas artes, nos espetáculos, nos bens e serviços ecologicamente produzidos, por exemplo. Vale ressaltar que o componente simbólico, que atribui o preço aos bens e serviços criativos, é a principal característica deles, como já assinalado.

Igualmente diferente é o entendimento do que é necessidade, já que essa palavra não tem mais o mesmo sentido nesta economia do intangível, notadamente nos países desenvolvidos, mas também nos chamados países emergentes, como veremos mais à frente. Necessidade não é mais apenas um estado de carência que deve ser ultrapassado, como fome ou moradia. Necessidade pode ser de algo além das satisfações básicas cotidianas, englobando a arte, a conexão, as experiências singulares.

⁴⁸ REIS, Ana Carla Fonseca. op. cit., p. 30.

Os incentivos, tanto de produção quanto de consumo, não são mais os mesmos que se apresentavam em modelos econômicos tradicionais, nos quais a manipulação dos agentes econômicos era muito mais fácil, dada a pouca instrução destes e o baixo grau de resistência que eles apresentavam, em razão do isolamento (falta de informação) em que viviam.

Uma visão atualizada de incentivo detecta o fato de que os agentes econômicos sociais e as unidades consumidoras não são mais unidades deslocadas e autônomas, uma vez que a conectividade, cada vez mais, entra definitivamente nas estruturas desses agentes, os quais podem se mobilizar, trocar informações e tomar decisões coletivamente.

Vários são os fatores que influenciam as escolhas, e, entre eles, um que vem aumentando o próprio grau de importância é o equilíbrio ecológico. O desejo dos agentes econômicos por serviços e produtos ecologicamente corretos aumenta quanto mais esclarecidos e conectados vão se tornando os consumidores, havendo, portanto, grande demanda desses produtos.

O efeito da conectividade também altera os meios de produção e a distribuição de produtos e serviços, que também já não são os tradicionalmente produzidos, dado o emprego da criatividade, que pode ensejar inovação, alterando e reinventando esses bens e serviços, que circulam no mercado tradicional e no virtual (hoje um mercado real), fato que ocasiona um fluxo mundial destes produtos.

Por último, vale destacar a escassez, que é fator sobre o qual se funda o modelo econômico taylorista, e que não se aplica à Economia Criativa, uma vez que a criatividade, insumo dos setores criativos, é abundante, e, portanto, jamais tem fim.

A lógica da economia dos séculos passados é a atribuição do preço de um produto, de acordo com a escassez dele. Assim, um produto escasso tinha mais valor do que um produto abundante. A lógica era que eles não circulassem amplamente.

Já na razão da Economia Criativa, os produtos têm o valor atribuído pelo caráter simbólico, e, é característico do dinamismo dessa economia, que eles circulem o mais possível.

Nessa nova era, as necessidades, muito além das tradicionais, são inventadas pelas mentes criativas, ou percebidas por elas, e, incorporadas à vida dos consumidores, passam a ser desejadas, ou seja, são além de necessidades apenas.

Esses bens e serviços são objeto de desejo e satisfação, e serão mais ou menos escassos, tanto quanto possam atender o mercado, devendo respeitar as demandas ambientais e de desenvolvimento sustentável.

Assim, a Economia Criativa se dedica a entender esses fatores, sob as lentes do século XXI, no qual as necessidades básicas já estão, senão no todo, em boa parte, atendidas, notadamente nos países desenvolvidos. Neste século, preço e valor não são sinônimos, escassez não é uma relação simples entre os recursos e a limitação deles, e o consumidor não é um agente facilmente manipulável.

Os países em desenvolvimento se utilizarão da Economia Criativa como uma forma de aumentar seu crescimento, enquanto os países subdesenvolvidos e os em desenvolvimento, precisarão ainda mais dessa nova economia, pois, no caso destes, caberá a ela não apenas o papel de complementar a já conquistada qualidade de vida dos cidadãos, como nos países centrais.

Nos países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, a missão das políticas públicas é de estímulo à Economia Criativa, e deverão ser no sentido de dar acesso a milhões de pobres e miseráveis a bens e serviços culturais, ensejando inclusão, aumento na escolaridade, empregos, redução da pobreza e desenvolvimento sustentável, protegendo os saberes tradicionais, o patrimônio e a diversidade cultural dessas nações.

3.4 A Economia Criativa

A nomenclatura Economia Criativa foi utilizada, pela primeira vez, por John Howkins, quando, em 2001, exprimiu que “*creativity is not new and neither is*

economics, but what is new is the nature and the extent of the relationship between them and how they combine to create extraordinary value and wealth” ⁴⁹

Howkins albergou em seu rol cerca de quinze atividades entendidas Indústrias Criativas, ou setores criativos, adaptando o conceito para uma visão nacional, ligadas à Economia Criativa, desde as várias formas de arte até os campos amplos das ciências e da tecnologia. Para o autor,

*there are two kinds of creativity: the kind that relates to people’s fulfillment as individuals and the kind that generates a product. The first one is a universal characteristic of humanity and is found in all societies and cultures. The second is stronger in industrial societies, which put a higher value on novelty, on science and technological innovation, and on intellectual property rights (IPRs).*⁵⁰

No Brasil, o primeiro contato com a economia criativa aconteceu em 2004, quando da realização do encontro quadrienal da *United Nations Conference on Trade and Development - UNCTAD*, o UNCTAD XI⁵¹, em São Paulo.

Desse evento, os melhores resultados não foram apenas as cartas de intenção ou os relatórios, mas a sensibilização dos órgãos governamentais participantes para o fenômeno que se desenvolvia à margem do conhecimento brasileiro, com grandes riscos de prejuízos para nosso País.

Após esse acontecimento, outros eventos se seguiram, dentro e fora do País, com a participação institucional do Ministério da Cultura, e, desde então, o Brasil vem, lentamente, estudando essa nova economia e montando estratégias governamentais e privadas, até o momento localizadas, contingenciais, mas que já demonstram o potencial brasileiro dentro do mercado dos setores criativos

⁴⁹ HOWKINS, 2001 apud UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op.cit, p.15. Tradução livre (Criatividade não é novidade, nem a economia, mas o que é novo é a natureza e a extensão do relacionamento entre elas e como se combinam para criar valor e riqueza extraordinários).

⁵⁰ HOWKINS, 2001 apud UNITED NATIONS– UNCTAD, 2010, op. cit., p.15. Tradução livre (existem dois tipos de criatividade: o tipo que diz respeito à realização das pessoas como indivíduos e o tipo que gera um produto. O primeiro é uma característica universal da humanidade e é encontrado em todas as sociedades e culturas. O segundo é mais forte nas sociedades industriais, que colocam um valor mais alto na novidade, na ciência e na inovação tecnológica e sobre os direitos de propriedade intelectual (DPI)).

⁵¹ ELEVENTH session of the United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD XI. 2004, São Paulo, Brazil, 13 - 18 june. Disponível em: <http://www.unctadxi.org/templates/Startpage___4.aspx>. Acesso em 15 out. 2010.

Ana Carla Fonseca Reis faz um resumo dos eventos que se seguiram após o UNCTAD XI:

Como resultado concreto das ações seguintes, foi organizado em 2005, sob a liderança do Embaixador Rubens Ricupero, então Secretário-Geral da Unctad e do Ministro Gil, o Fórum Internacional de Indústrias Criativas, em Salvador. Durante o evento o ministro ratificou a proposta de criação do Centro Internacional das Indústrias Criativas, cuja missão seria constituir um banco de conhecimento e espaço para as atividades e programas sobre o tema. Embora o centro não tenha se concretizado, o debate acerca da economia criativa teve seguimento no país. Em 2006, o Fórum Cultural Mundial, que se desenrolou no Rio de Janeiro, inseriu um módulo paralelo de três dias sobre o tema. O ano de 2007 viu o desabrochar de iniciativas estaduais, com a organização de eventos específicos no Ceará (por iniciativa privada), em São Paulo (liderada pelas secretarias de Cultura e Desenvolvimento) e no Espírito Santo (realizada por aliança entre o Sebrae [sic] e a Secretaria da Cultura). Ademais, conferências específicas tiveram lugar na Bovespa (responsável por 70% do volume de negócios com ações na América Latina) e no Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), abordando facetas da economia criativa.⁵²

De outro lado, a FIRJAN foi uma das primeiras instituições brasileiras privadas a fazer estudos sobre a Economia Criativa e as Indústrias Criativas com início no ano de 2007, levantando números e dados utilizados em documentários e reportagens em jornais e revistas.

A FIRJAN sentiu a necessidade de investigar esse movimento da economia quando as Indústrias Criativas apareceram com destaque, dentro do item “segmentos âncora” do Estado do Rio de Janeiro, em um estudo anterior também realizado por aquela entidade, denominado “Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro”, que, no ano de 2006, reuniu:

[...] os produtos com forte conteúdo de criatividade, ou culturais, estão em setores que vêm apresentando as maiores taxas anuais de crescimento no mundo, entre 5% e 20%. Essa evolução se deu, basicamente, em função do avanço das tecnologias digitais, das redes de comunicação e da globalização. Na década de 50, as maiores companhias mundiais eram essencialmente industriais: *Ford, Standard Oil, General Electric, Phillips, General Motors*. Atualmente, as maiores empresas mundiais pertencem a setores que têm seus alicerces na informação e na criatividade: *Microsoft, Time Warner, Disney, Bertelsmann Media Worldwide e News Corporation*

⁵² REIS, Ana Carla Fonseca. Transformando a criatividade brasileira em recurso econômico. In: REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural: 2008, p.128.

(*holding* que congrega empresas como *20th Century Fox, Sky, Direct TV, The Times, The Sun, NY Post*, entre outras).⁵³ (grifo no original).

Àquele tempo, a economia criativa ainda não tinha alcançado espaço central na cena dos debates, realidade que está em plena modificação, desde que a ministra da Cultura, Ana de Hollanda, anunciou a criação de uma secretaria especial voltada à temática, a qual já auferiu espaço nas revistas e programas de televisão e, somente agora, conquista alguma projeção, pois se apresenta como alternativa de desenvolvimento para o Brasil; daí a relevância do seu estudo.

Por se tratar de um conceito em elaboração, o objetivo desse tópico é reunir algumas dos principais conceitos até agora propostos, para deles extrair os elementos essenciais já sedimentados que compõem a ideia da Economia Criativa.

Desde que apareceu, o conceito de Economia Criativa continua em desenvolvimento⁵⁴, em elaboração, pois, como anota o Relatório de 2008 da UNCTAD,

*[...] there is no unique definition of the 'creative economy'. It is a subjective concept that is still being shaped. There is, however, growing convergence on a core group of creative industries and their overall interactions both in individual countries and at the international level.*⁵⁵

Esse processo de formação, de elaboração conceitual, ocorre pelo fato de ainda estarmos

[...] testemunhando um período de transição. Parece que o mundo está passando por uma mudança gradativa de paradigma, saindo da era da Sociedade da Informação do século XX, onde o foco estava na comunicação liderada pela informação, e indo em direção à uma abordagem

⁵³ SISTEMA FIRJAN. **Mapa do desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro: 2006 - 2015**. Rio de Janeiro: sistema FIRJAN: 2006. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE921D5239A0121D554663232BC.htm>>. Acesso em: 22 fev. 2011, p.93.

⁵⁴ HOWKINS, 2001 apud UNITED NATIONS – UNCTAD, 2008, op. cit., p.15. Tradução livre (não há uma definição única de “economia criativa”. Esse é um conceito subjetivo que ainda está sendo moldado. Há, no entanto, uma crescente convergência para a formação de um núcleo de indústrias criativas e a interação global delas, tanto em países individualmente, como também em nível internacional).

⁵⁵ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2008, op. cit., p. 15.

mais holística da Economia Criativa do século XXI, em que a força motriz é a criatividade liderada pelo conhecimento e apoiada pela conectividade.⁵⁶

A UNCTAD publicou, no *Creative Economy Report 2010*, uma definição de Economia Criativa em um quadro explicativo de suas possibilidades, conteúdo e componentes como segue:

The “creative economy” is an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.

-It can foster income generation, job creation and export earnings while promoting social inclusion, cultural diversity and human development.

-It embraces economic, cultural and social aspects interacting with technology, intellectual property and tourism objectives.

-It is a set of knowledge-based economic activities with a development dimension and cross-cutting linkages at macro and micro levels to the overall economy.

-It is a feasible development option calling for innovative, multidisciplinary policy responses and interministerial action.

-At the heart of the creative economy are the creative industries.⁵⁷

Para Edna dos Santos-Duisenberg, a Economia Criativa “é um conceito amplo e em evolução que está ganhando terreno no novo pensamento econômico”⁵⁸, o qual a autora descreve como

[...] uma mudança das estratégias de desenvolvimento mais convencionais centradas nas determinantes dos termos de comércio e com foco nas *commodities* primárias e na fabricação industrial, para uma abordagem holística multidisciplinar, que lida com a interface entre a economia, a cultura e a tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado. Nesse novo cenário, a interação entre economia e cultura está sendo reformulada e espera-se que aumentando as perspectivas de desenvolvimento em muitos países.⁵⁹ (itálico deles)

⁵⁶ SANTOS-DUISENBERG, 2005, apud SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. 2008, op. cit., p. 56.

⁵⁷ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 40. Tradução livre (A ‘economia criativa’ é um conceito em evolução com base em recursos criativos potencialmente geradores de crescimento econômico e desenvolvimento. -Ela pode promover ganhos de geração de renda, criação de emprego e de exportação, bem como promover a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. -Ela abrange os aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com tecnologia, propriedade intelectual, e com os objetivos do turismo. -É um conjunto de conhecimentos-base em atividades econômicas com uma dimensão desenvolvida e ligados transversalmente, em plano micro e macroeconômico global. -É uma opção viável de desenvolvimento que pede respostas políticas inovadoras e multidisciplinares e ação interministerial. -O coração da economia criativa são as indústrias criativas).

⁵⁸ SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. 2008, op. cit., p. 58.

⁵⁹ Ibid., p. 58.

A expressão Economia da Cultura é utilizada como sinônima de Economia Criativa, o que nos parece inapropriado, uma vez que a cultura, em todas as suas vertentes, é uma entre as várias formas de expressão e de produção que estão sendo inovadas, reinventadas, pelo uso da criatividade.

Para melhor entender o emprego da expressão Economia Criativa e não Economia da Cultura, basta compreender seu alcance, por meio da análise dos conceitos trazidos, para observar que, em realidade, se trata apenas de uma questão de abrangência. A Economia da Cultura é conteúdo, de imensa importância, de um conjunto bem mais amplo, o da Economia Criativa.

O desenvolvimento da cultura se dá sempre ligado ao uso da criatividade, desde as mais remotas manifestações culturais. A criatividade humana é combustível da cultura. Já o emprego da criatividade para agregar valor a bens e serviços é bem mais recente, daí ser a criatividade geradora da característica primaz da Economia Criativa: a dimensão simbólica, essa sim, ponto central da nova economia.

Vale ressaltar que não se trata de desmerecer a importância da cultura, dada a sua inegável relevância, pois, como afirma Paula Porta que já foi assessora especial do Ministério da Cultura nas gestões Gilberto Gil e Juca Ferreira,

atuam no país **320 mil empresas** voltadas à produção cultural, que geram **1,6 milhão de empregos formais**. Ou seja, as empresas da cultura representam **5,7% do total de empresas** no país e são responsáveis por **4% dos postos de trabalho**. O **salário médio mensal** pago pelo setor da cultura é de **5,1 salários mínimos**, equivalente à média da indústria, e **47% superior à média nacional**.⁶⁰ (Grifos do original)

Segundo a mesma autora, que cita pesquisa do IBGE realizada no ano de 2006,

[...] a presença de lojas de discos e dvds cresceu 74% em sete anos; o número de salas de cinema cresceu 20%, apesar delas estarem presentes em apenas 8,7% das cidades; já as videolocadoras estão em 82% das

⁶⁰ PORTA, Paula. **Economia da Cultura**: Um setor estratégico para o país. Brasília: Ministério da Cultura, 2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/04/01/economia-da-cultura-um-setor-estrategico-para-o-pais/>>. Acesso em: 04 jan. 2010.

idades brasileiras. O número de salas de espetáculo cresceu 55%; o de museus 41% e o de bibliotecas 17%. As rádios comunitárias estão em 49% dos municípios, superando as fms (em 34%) e as ams (em 21%); e a tv está em 95,2% dos municípios. A atividade cultural mais presente nos municípios é o artesanato (64,3%), seguida pela dança (56%), bandas (53%) e a capoeira (49%), esta última além da expressiva presença no país é, ao lado da música, um dos segmentos que maior interesse despertam no exterior.⁶¹

A Economia da Cultura ocupa-se com a produção, distribuição e consumo de bens, serviços e manifestações culturais, cujo coração é a chamada Indústria Cultural, enquanto a Economia Criativa, nos termos há pouco definidos, é formada por um feixe muito mais abrangente de bens e serviços, e também se dedica à cultura e à sua relação com a economia, mas conjuga muitos outros fatores que vão além da inter-relação da economia com a cultura.

A Economia Criativa alcança a tecnologia da informação, a arquitetura, o *design*, a educação e a formação de agentes criativos, entre outros, buscando, para tanto, políticas públicas inovadoras que considerem “não apenas as necessidades econômicas, mas também as demandas específicas das comunidades locais, relacionados à educação, identidade cultural, desigualdades sociais e preocupações ambientais”.⁶²

O último relatório da UNCTAD, publicado em 2010, sinalizou para uma relação de continente e conteúdo entre Economia da Cultura e Economia Criativa. São complementares, portanto, e indissociáveis, pois abrangem áreas que se entrecruzam. Para aquele órgão,

it can be seen that the concept of the “creative economy” has evolved along several paths over the last ten years. It has emerged as a means of focusing attention on the role of creativity as a force in contemporary economic life, embodying the proposition that economic and cultural development are not separate or unrelated phenomena but part of a larger process of sustainable development in which both economic and cultural growth can occur hand in hand. In particular, the idea of the creative economy in the developing world draws attention to the significant creative assets and rich cultural resources that exist in all developing countries. The creative industries that use these resources not only enable countries to tell their own stories and to project their own unique cultural identities to themselves and to the world but they also provide these countries with a source of economic growth, employment creation and increased participation in the global economy. At the same

⁶¹ Ibid.

⁶² UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. XXIV.

*time, the creative economy promotes social inclusion, cultural diversity and human development.*⁶³

Os números revelados são capazes de demonstrar a força da Economia da Cultura e a razão de ela ter merecido a atenção do Ministério da Cultura, o qual, por meio de convênios firmados com o IBGE, obtém dados estatísticos acerca dos indicadores culturais no Brasil, contudo, mais recentemente, o MinC alertou para a maior abrangência da Economia Criativa, cujos dados são igualmente impressionantes, não somente em nosso País, como também no mundo, como se verá no capítulo 4.

Os dados obtidos revelam que a dinâmica de produção e de consumo mudou e com ela seus agentes, e, de fato, será mesmo necessário lançar-se um olhar para o passado, para aprender com erros e acertos em matéria de teorias econômicas, empresariais e jurídicas, a fim de se criarem estratégias de desenvolvimento.

Também os profissionais de outras áreas que já estão no mercado deverão se adaptar a esse novo conceito de desenvolvimento, sob pena de ficarem de fora desse grande filão de empregos e oportunidades. Já os futuros profissionais, notadamente os jovens, ainda em formação, constituem uma entre as várias responsabilidades do Estado.

Para eles, os governantes devem estruturar políticas públicas que estimulem a formação de uma “classe criativa” no Brasil, preparada para os desafios da Economia Criativa e pronta para atuar nos setores criativos, direta e indiretamente.

⁶³ Ibid., p. 10. Tradução livre: (pode-se observar que o conceito de “Economia Criativa” tem evoluído em várias direções ao longo dos últimos dez anos. Ele surgiu como uma forma de focar a atenção no papel da criatividade como uma força na vida econômica contemporânea, incorporando a proposição de que coesão econômica e desenvolvimento cultural não são fenômenos isolados ou independentes, mas parte de um processo maior de desenvolvimento sustentável, em que tanto o crescimento econômico como o cultural podem ocorrer de mãos dadas. Em particular, a ideia da economia criativa no mundo em desenvolvimento chama a atenção para os ativos de significado criativo e riqueza cultural que existem em todos os países em desenvolvimento. As indústrias criativas que usam esses recursos não só capacitam os países para contar suas histórias e projetar suas identidades culturais, para si e para o mundo, mas também proporcionam a estes países uma fonte de economia, crescimento, criação de emprego, e maior participação na economia global. Ao mesmo tempo, a economia criativa promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.)

Esse conceito de classe criativa foi introduzido pelo autor Richard Florida⁶⁴ e sintetiza a nova forma de se trabalhar, agregando valor a produtos tradicionais, bem como a produtos novos, por meio da criatividade.

Essa formação específica é de interesse e de responsabilidade do Estado, e deve ser tratada como prioridade, seguindo o exemplo de universidades particulares, que já estão vislumbrando as possibilidades de colocação dos jovens com formação e preparo para atuar junto aos vários setores criativos no Brasil.

A pesquisadora Ana Carla Fonseca Reis assevera que não interessa para o País incentivar somente os setores que produzem cifras imensas em Propriedade Intelectual, se a riqueza continuar concentrada⁶⁵.

⁶⁴ FLORIDA, Richard. **The rise of creative class-** And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002. *passim*.

⁶⁵ REIS, Ana Carla Fonseca. op. cit., p. 293.

4 INDÚSTRIAS CRIATIVAS E ECONOMIA CRIATIVA: PESQUISAS, INDICADORES E O ESTADO DA ARTE NO BRASIL E NO MUNDO

É objetivo desse capítulo dar ciência dos modelos de Indústrias Criativas existentes no mundo, bem como dar a conhecer os produtos criativos, e como são seus processos de produção, circulação e consumo, uma vez que eles se diferenciam dos produtos da indústria convencional em todos esses aspectos.

Outro escopo do presente tópico é apreciar as novas formas da gestão já em uso nesses arranjos produtivos, sempre que possível apresentando os dados econômicos dos projetos, bem como conhecer a cadeia produtiva destas indústrias no País, além do estudo dos exemplos de Indústrias Criativas no mundo e no Brasil, entendendo a importância da criatividade e compreendendo os pilares dessa nova economia: a singularidade, o caráter simbólico e o intangível.

Apresentaremos, também, neste capítulo o modelo dos 5Cs, de coleta de informações para a formação do Índice Criativo, o qual será exibido e cuja utilidade se fará compreender, pois os resultados desta coleta apontam importantes pontos positivos e negativos acerca da localidade onde foi aplicada.

É por meio desses dados, e, principalmente, pelos itens utilizados na coleta deles, que é possível conhecer os pontos fortes e fracos de dada localidade, e os fatores que podem auxiliar o fomento da inovação como atividade geradora do elemento simbólico, que é a força motriz da Economia Criativa.

Também, neste capítulo, buscaremos uma visão mais aproximada da Economia Criativa, analisando dados estatísticos obtidos pela análise de documentos produzidos por instituições internacionais, como a Organização das Nações Unidas - ONU e seus órgãos especiais, a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento – UNCTAD (sigla da denominação em inglês).

Faremos, também, um elenco dos entraves ao aproveitamento e ao desenvolvimento do potencial criativo brasileiro, abordando a flexibilização dos modelos tradicionais de Indústrias Criativas e da própria Economia Criativa, para a formulação de um modelo para o Brasil.

4.1 Modelos internacionais de Indústrias Criativas

Alertados pela necessidade de desenvolvimento e de fomento ao consumo, vários países estão se lançando no estudo dessas indústrias. O Reino Unido, o segundo a atentar para a importância delas, trabalha no levantamento das Indústrias Criativas e seu potencial e adota, formalmente, as denominações “Economia Criativa” e “Indústrias Criativas”, como se depreende do relatório acerca do segundo mapeamento das Indústrias Criativas, elaborado pelo *British Council*: “*In 2006, the UK government formally adopted the term ‘creative economy’ to capture this sense of the wider contribution of the creative industries to economic and social life*”.¹

O relatório da UNCTAD 2010 explica que existem quatro modelos diferentes que se denominam Indústrias Criativas, não havendo, entretanto, um ou outro modelo certo ou errado, e sim uma diferença de enfoques que a própria Conferência das Nações Unidas tenta unificar, como veremos mais adiante.

Tais enfoques diferem entre si, em primeiro plano, pelo fato de refletirem a posição das entidades às quais aproveitam. Cada uma delas dará mais importância a determinadas atividades, por óbvio, que lhes são vitais, assim, esses modelos refletem os interesses daqueles que os criaram, sejam governos ou entidades privadas.

Os modelos em pauta são o modelo do governo do Reino Unido, elaborado pelo *Department for Culture Media and Sport* - DCMS, o modelo dos textos simbólicos elaborado por setores mais ligados à cultura, o modelo dos círculos concêntricos, muito ligado à produção cultural com enfoque na preservação da diversidade cultural, e o da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI, este ligado, por óbvio, à produção de conteúdo protegido, que passamos a descrever:

-UK DCMS model. This model derives from the impetus in the late 1990s in the United Kingdom to reposition the British economy as an economy driven

¹ BRITISH COUNCIL. op. cit., p.19. Tradução livre: (Em 2006, o governo britânico aprovou formalmente o termo 'economia criativa' para capturar este sentido de maior contribuição das indústrias criativas para a vida econômica e social.)

by creativity and innovation in a globally competitive world. "Creative industries" are defined as those requiring creativity, skill and talent, with potential for wealth and job creation through the exploitation of their intellectual property (DCMS, 2001). Virtually all of the 13 industries included in the DCMS classification could be seen as "cultural" in the terms defined earlier; however, the Government of the United Kingdom has preferred to use the term "creative" industries to describe this grouping, apparently to sidestep possible high-culture connotations of the word "cultural".

-Symbolic texts model. This model is typical of the approach to the cultural industries arising from the critical-cultural-studies tradition as it exists in Europe and especially the United Kingdom (Hesmondhalgh, 2002). This approach sees the "high" or "serious" arts as the province of the social and political establishment and therefore focuses attention instead on popular culture. The processes by which the culture of a society is formed and transmitted are portrayed in this model via the industrial production, dissemination and consumption of symbolic texts or messages, which are conveyed by means of various media such as film, broadcasting and the press.

-Concentric circles model. This model is based on the proposition that it is the cultural value of cultural goods that gives these industries their most distinguishing characteristic. Thus the more pronounced the cultural content of a particular good or service, the stronger is the claim for inclusion of the industry producing it (Throsby, 2001). The model asserts that creative ideas originate in the core creative arts in the form of sound, text and image and that these ideas and influences diffuse outwards through a series of layers or "concentric circles", with the proportion of cultural to commercial content decreasing as one moves further outwards from the centre. This model has been the basis for classifying the creative industries in Europe in the recent study prepared for the European Commission (KEA European Affairs, 2006).

-WIPO copyright model. This model is based on industries involved directly or indirectly in the creation, manufacture, production, broadcast and distribution of copyrighted works (World Intellectual Property Organization, 2003). The focus is thus on intellectual property as the embodiment of the creativity that has gone into the making of the goods and services included in the classification. A distinction is made between industries that actually produce the intellectual property and those that are necessary to convey the goods and services to the consumer. A further group of "partial" copyright industries comprises those where intellectual property is only a minor part of their operation.² (grifos no original)

² UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 6. Tradução livre; "Modelo do Reino Unido-DCMS. Este modelo deriva do impulso no final dos anos 1990, no Reino Unido, para reposicionar a economia britânica como economia impulsionada pela criatividade e inovação em um mundo globalmente competitivo. "Indústrias Criativas" são definidas como aquelas que exigem habilidade, criatividade e talento, com um potencial de riqueza e criação de emprego mediante a exploração de propriedade intelectual (DCMS, 2001). Praticamente todas as 13 indústrias incluídas na classificação do DCMS poderiam ser vistas como "culturais", nos termos definidos anteriormente, no entanto, o Governo do Reino Unido prefere usar a expressão "indústrias criativas" para descrever este grupo, aparentemente para contornar possíveis conotações da alta cultura da palavra "cultural". - *Modelo dos textos simbólicos.* Este modelo é típico da abordagem para as indústrias culturais decorrentes da tradição de estudos crítico-culturais, tal como existe na Europa e especialmente no Reino Unido (HESMONDHALGH, 2002). Esta abordagem vê a "alta cultura" ou "cultura séria" como a província do estabelecimento social e político e, portanto, centra sua atenção na cultura popular. Os processos pelos quais a cultura de uma sociedade é formada e transmitida são retratados neste modelo mediante a produção industrial, difusão e consumo de textos simbólicos ou mensagens, que são transmitidas por meio de várias mídias, como cinema, radiodifusão e da imprensa. - *Modelo dos círculos concêntricos.* Este modelo baseia-se na tese de que é o valor cultural dos bens culturais que dá a essas indústrias a sua característica mais marcante. Assim, quanto mais pronunciado o conteúdo cultural de um determinado bem ou serviço, mais forte é a reivindicação para a inclusão dela na produção industrial (THROSBY, 2001). O modelo afirma que ideias criativas têm origem no

Cada modelos tem uma lista de atividades que, segundo sua concepção conceitual, compõem as Indústrias Criativas. Apresenta atividades em comum, mas diferem entre si em conteúdo e em método, conforme se observa da tabela³:

Modelo do Reino Unido	Modelo dos Textos simbólicos	Modelo dos circos concêntricos	OMPI Modelo do copyright
Publicidade Arquitetura Mercado da arte e antiguidades Artesanato Design Moda Cinema e vídeo Música Espectáculos Editoras Software A televisão e o rádio Vídeos e jogos de computador	Coração das indústrias culturais Publicidade Filme Internet Música Editoras A televisão eo rádio Vídeo e jogos de computador Periféricos das indústrias culturais Arte criativa Atividades limite das indústrias culturais Electrónica de consumo Moda Software Sport	Coração das artes criativas Literatura Música Espectáculos As artes visuais Outro núcleo das indústrias culturais Filmes Museus e bibliotecas Indústrias culturais ampla Serviços de Património Editoras Gravação de som A televisão e o rádio Vídeo e jogos de computador Indústrias relacionadas Publicidade Arquitetura Design Moda	Coração das indústrias de Copyright Publicidade Sociedades de gestão coletiva Cinema e vídeo Música Espectáculos Editoras Software A televisão e o rádio Arte visual e arte gráfica Indústrias Interdependente de Copyright Material de gravação em branco Electrónica de consumo Instrumentos musicais Livro Fotocopiadoras, equipamento fotográfico Setores parciais de direitos autorais Arquitetura Vestuário, calçado Design Moda Artigos domésticos Brinquedos

núcleo das artes criativas sob a forma de som, texto e imagem, e que essas ideias e influências difundem para o exterior por de uma série de camadas ou "círculos concêntricos", onde a proporção da diversidade cultural diminui para o conteúdo comercial à medida que se move para fora, mais longe do centro. Este modelo é a base para a classificação das indústrias criativas na Europa, no recente estudo elaborado para a Comissão Europeia (KEA European Affairs, 2006). - Modelo dos direitos autorais - OMPI. Este modelo é baseado em indústrias ligadas direta ou indiretamente à criação, fabricação, produção, transmissão e distribuição de obras com direitos autorais (WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION, 2003). O foco é, portanto, na propriedade intelectual como a personificação da criatividade que tem ido para a confecção dos produtos e serviços incluídos na classificação. É feita uma distinção entre os setores que realmente produzem a propriedade intelectual e aqueles que são necessários para levar os produtos e serviços para o consumidor. Outro grupo de indústrias de Direitos Autorais compreende aqueles em que a Propriedade Intelectual é apenas uma pequena parte de sua operação."

³ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 7.

Podemos concluir que o primeiro deles não faz qualquer distinção entre suas atividades elencando-as todas juntas sem distinção. O segundo as dispõe em uma porção central, uma periférica e uma limítrofe e o terceiro modelo as divide em duas porções centrais, uma porção ampla e uma relacionada, sendo que o último deles reparte suas atividades entre centrais, interdependentes e parcialmente relacionadas.

A UNCTAD, na tentativa de um consenso, entende que as Indústrias Criativas são compostas de um amplo espectro de atividades criativas, desde as tradicionalmente conhecidas como arte, até atividades que envolvem muita tecnologia. Assim, para a Conferência:

'Creative industries' can be defined as the cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs. They comprise a set of knowledge-based activities that produce tangible goods and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives.⁴

Esse é o conceito que prevalece e que, desde 2008, é utilizado pela ONU, ficando clara, portanto, a diferença entre Indústria Cultural e Indústria Criativa, sendo a primeira um conteúdo da segunda. Analisemos seus produtos.

4.2 Delineando o Produto Criativo

Muitos pesquisadores trabalham distinguindo produto (bem e serviço) criativo de produto cultural. Esse fato decorre, em parte, da discussão sobre a nomenclatura da própria indústria do setor como um todo, assunto já discutido e aclarado no início no capítulo 3.

⁴ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2008, op. cit., p. 4. Tradução livre: "Indústrias criativas" podem ser definidas como ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e capital intelectual como principais insumos. Elas compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento e que produzem bens tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivo de mercado.

Importante de se destacar é o fato de que no presente trabalho estamos levando em conta o modelo da UNCTAD, que procura harmonizar as quatro vertentes que se intitulam de Indústrias Criativas.

A despeito dessa celeuma, o fato é que há grupos de pesquisa que se dedicam exclusivamente ao estudo de produtos culturais, que, segundo entendimento já esposado, compõem o rol dos produtos criativos, e outros estudiosos que, de maneira mais abrangente, se dedicam ao estudo de produtos criativos de maneira geral, como é o caso da própria UNCTAD.

O produto criativo é aquele se origina de uma indústria criativa. Assim, têm como matéria-prima a criatividade e o capital intelectual, podendo ser produtos tangíveis ou intangíveis. Possuem valor econômico e são produzidos com o vistas à comercialização.

Esses produtos ganham escala graças às novas formas de produção, que serão analisadas mais adiante, e circulam com muito mais rapidez e abrangência, mercê da intensa ligação que as Indústrias Criativas têm com as redes sociais.

Assim, tomando por base a abordagem ampla da UNCTAD para produto criativo, podemos dizer que os produtos criativos têm uma face mercadologia e podem ter uma face simbólica⁵, notadamente os culturais, ou seja, eles são feitos para circular como mercadoria, mas podem conter significado também, porém não necessariamente.

As produções tecnológicas, como *games* e *software*, por exemplo, não são dotadas de significado, a não ser que, numa interpretação muito ampla, possam ser inseridas no rol dos produtos de moda, no sentido serem objetos do desejo de milhões de consumidores, criança, adolescentes e até adultos.

Essa seria uma interpretação extensiva, posição com a qual não nos alinhamos, pois em nosso sentir, os produtos de moda também têm significado para aqueles que os consomem, como passamos a analisar.

⁵ LIMA, Carmem Lúcia Castro, SOUZA, Elizabeth Regina Loiola da Cruz. Aglomerações Produtivas: Proposta de um método de pesquisa. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009, p.181.

4.2.1 Diferenciando o produto cultural

Dentro do universo dos produtos criativos, o consumo é o ponto a ser analisado, quando se pretende entender, e diferenciar, o que é um produto cultural, e o que não é. Segundo Lawrence e Phillips, “de forma simples, produtos culturais são bens e serviços valorizados por seu ‘significado’”⁶.

Os autores explicam que os produtos culturais não são valorizados por sua utilidade ou seu valor de mercado, e sim por seu sentido, quando postos em um contexto. Assim, os produtos convencionais são consumidos por meio de utilização para a qual se destinam, enquanto os produtos culturais são consumidos num ato de interpretação, de significação, de forma que o gerenciamento das indústrias que têm esses produtos como resultados tem dinâmica diversa das indústrias tradicionais⁷.

Lawrence e Phillips dividem as indústrias culturais e seus produtos em dois tipos amplos: entretenimento e moda. Compreendem o rol dos primeiros aqueles produtos que serão interpretados diretamente pelos consumidores (cinema, teatro, literatura, eventos esportivos, CDs, DVDs musicais, entre outro), e o segundo tipo, mais amplo, é composto de produtos que não serão interpretados pelo consumidor, e sim por outras pessoas que observam o consumidor⁸.

O entretenimento, por sua vez, pode ser subdividido ainda em pelo menos duas vertentes: a alta cultura (balé, teatro, literatura clássica, apresentações de orquestras ao vivo ou reproduzidas em CDs e DVDs, etc.), e a cultura popular (futebol e esportes em geral, filmes de ação e romances, apresentações de música popular, CDs e DVDs de música popular, etc.).

Já a moda tem amplo espectro que vai de roupas, passando por acessórios, como óculos, bonés e bolsas, que são os primeiros produtos a serem lembrados, podendo compreender até produtos inusitados.

⁶ LAWRENCE, Thomaz B., PHILLIPS, Nelson. Compreendendo as indústrias culturais in **Indústrias Criativas no Brasil**. KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.) São Paulo: Atlas, 2009, p. 4.

⁷ Ibid., p. 8.

⁸ Ibid., p. 6.

Citamos, para exemplificar um produto de moda, mais do que inusitado: papel higiênico! Este é o caso da empresa portuguesa RENOVA, que surpreendeu este mercado tradicional, com produtos inovadores.

Esse produto, papel higiênico, que é tradicionalmente apresentado em tonalidade branca, é produzido pela citada empresa, em cores vibrantes e densas, e vendidos em pontos também inesperados, como no Museu do Louvre, em uma espécie de “banheiro-loja”, no qual todo o conceito de toailete é repensado, ou seja, é (re)significado.

A ideia da Renova baseou-se na tentativa de transformar um banheiro, de mero ambiente necessário em uma casa ou estabelecimento comercial, em um local especial, de destaque, e até de luxo, por que não, que inspirasse ao visitante usuário surpresa e, por que não dizer, certo encantamento.

Podemos dizer que o consumidor desse papel higiênico não está interpretando o produto, mas, ao adquiri-lo, espera ser admirado por outras pessoas, espera entrar para um seleto grupo de indivíduos que pode pagar muito mais por um produto especial como é o papel higiênico colorido da Renova.

O caso é somente uma, diante das muitas possibilidades da Indústria Criativa, que surgem, e apontam um sem-número de desafios, sendo que os maiores estão a cargo dos Estados. Os Governos deverão entender essa nova lógica e dela se utilizar, para o fomento de regiões e de atividades que podem parecer esgotadas de possibilidades, mas que, reinventadas, poderão dar novo fôlego à sua circulação.

Atualmente o “case” da Renova é destaque em todo o mundo, sendo estudado numa das maiores escolas de negócios do mundo, o *Institut Européen d'administration des Affaires* - INSEAD, donde se pode notar que as escolas e a iniciativa privada já dedicam grande energia para entender essa nova forma de consumo e produção do produto criativo, enquanto os governos de países como o Brasil ainda tratam do assunto como uma pauta de categoria inferior, enfrentada e desenvolvida em nosso País apenas pelo Ministério da Cultura e em algumas poucas universidades federais como a da Bahia, hoje um centro de referência no assunto.

4.2.2 *As características da forma de produção dos produtos criativos*

O fato de que os novos caminhos tecnológicos e as novas formas de distribuição de produtos criativos estão afetando o acesso à cultura e a estes, ensejando desenvolvimento, já não é uma grande novidade.

O ponto agora é saber, descobrir mesmo, de que formas os criadores podem se beneficiar de suas criações, ensejando trabalho e renda para si e para o Brasil, na busca de novas fórmulas que sejam capazes de reduzir as desigualdades regionais, por meio de um desenvolvimento sustentável, pois, em matéria de criatividade, nosso País é um celeiro farto e inesgotável.

De se saber que essas novas tecnologias de acesso facilitam e aceleram a circulação do produto criativo, mas não alteram a produção, e mesmo o material artístico e cultural sendo abundante em nosso País, também os processos de produção devem ser reestruturados, pois a criatividade nacional não produz inovação.

Sendo a criatividade a primeira característica da forma de produção das Indústrias Criativas, como já expressei, ela se manifesta por meio do potencial humano, de realizar a produção de produtos tangíveis, de manipular símbolos e significados, gerando inovação. Essa produção ocorre em meio às redes sociais, utilizando novas tecnologias e recursos também na promoção e distribuição dos produtos⁹.

A valorização da arte pela arte, em contraposição à racionalidade, funcionalidade e instrumentalidade das indústrias tradicionais, é a segunda característica da forma de produção das Indústrias Criativas, afastando as críticas que recaíram sobre o que a Escola de Frankfurt convencionou chamar de Indústria da Cultura, surgida no segundo pós-guerra, acusada de visar apenas ao lucro e de não valorizar a arte, ou, por outra, de tratar a arte como mero produto e não como expressão cultural, conforme abordado no capítulo 2.

⁹ BENDASSOLLI, Pedro F. et al., op.cit., p. 28.

Diferentemente daquela indústria que mercantilizou a arte e a cultura, os setores criativos alcançam seu lucro justamente pregando a valorização da arte, do simbólico, do intangível, fazendo essa produção circular por meio das redes sociais graças às novas possibilidades tecnológicas.

Assim, a presença forte de tecnologia, que permite a descentralização das atividades envolvidas, e promove uma distribuição em larga escala, marca em terceiro lugar esse novo modelo de produção, destacando-se a presença de equipes multidisciplinares com elementos que possuam diferentes competências e formações, pois, nos setores criativos, a polivalência é requisito obrigatório, sendo essa, portanto, a quarta característica ¹⁰.

Para preparar novos e velhos trabalhadores, todas essas características têm que ser buscadas e fomentadas por meio de políticas educacionais. Governos, universidades e faculdades, públicas e privadas, devem somar esforços neste sentido, não olvidando do potencial dos cursos profissionalizantes de nível médio.

Outras intervenções estatais devem levar em conta os três “processos diferentes de conectividade operacional – transetorial, transprofissional e transgovernamental”¹¹.

São transetoriais, os processos, porque ligam diferentes setores de tecnologias (mídia e informação), da arte e cultura, em todos os níveis de atividade em interconexão. Uma vez identificado o potencial criativo de determinada localidade, todas as atividades artísticas, culturais e tecnológicas podem e devem ser interligadas para a formação de um polo criativo.

Não que um polo criativo não possa ser formado por um tipo preponderante de produto, mas há conveniências em polos que congreguem várias formas de arte e cultura, pois assim podem empregar dezenas de profissionais de áreas distintas.

Um exemplo bem próximo de nossa realidade é a conhecida Cidade do Samba, no Estado do Rio de Janeiro, que nada mais é do que a congregação de

¹⁰ Ibid., p. 29.

¹¹ JEFFCUTT, Paul. O Ecossistema das Indústrias Criativas. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009, p. 38.

músicos, cantores, estilistas, costureiras, figurinistas, coreógrafos, entre outros; uma infinidade de profissionais que produzem um espetáculo anual que atrai pessoas do mundo todo, com música, dança, folclore, tecnologia, entre outras atividades, numa mistura inusitada, mas de resultados já comprovados.

São transprofissionais, pois interligam as atividades de profissionais com habilidades variadas, que colaboram na produção. Mais uma vez, o exemplo da Cidade do Samba pode servir para ilustrar essa conectividade, pois, além dos artistas citados, há iluminadores, marceneiros, tapeceiros, eletricitas, técnicos em eletrônica, mecânicos, todos trabalhando para a produção do espetáculo, ou seja, todos exercendo sua criatividade, e interligados pela mídia televisiva que difunde o carnaval em canais abertos e a cabo, no Brasil e no exterior.

Por fim, os processos são ainda transgovernamentais, pois necessitam de um aparato de vários departamentos de um dado governo, ministérios ligados às indústrias e à cultura e ao desenvolvimento, associações comerciais, educacionais e profissionais¹², exigindo toda uma orquestração e conjugação de forças para pôr em prática as novas estratégias de produção e de circulação, que só políticas públicas bem elaboradas e bem aplicadas serão capazes de realizar.

Para exemplificar a transgovernalidade, voltemos ao exemplo do carnaval carioca, que necessita de esforços das quatro esferas de governo, federal, distrital, estadual e municipal, além das associações e comunidades que formam as escolas de samba, havendo ainda o envolvimento da iniciativa privada, a qual investe e fatura com propaganda televisiva, espaços exclusivos para determinadas empresas e produtos, e de várias outras formas de publicidade, como leques e brindes distribuídos aos espectadores.

Outra característica que parece inerente à forma de produção de produtos criativos é a formação de aglomerados produtivos: os arranjos produtivos locais – APLs e os *Clusters* Criativos – CC.

De modo geral, os aglomerados de empresas são um fenômeno que chama a atenção de pesquisadores, porém, a maioria deles ligados às áreas de Economia e Administração de Empresas, e esse fato se deve ao aumento

¹² Ibid., p. 38-39.

significativo desse modo de produção, sendo poucos os juristas dedicados a esse estudo.

A reunião de pessoas para fins comerciais é tão antiga quanto o aparecimento do comércio, com o surgimento das feiras para a realização do escambo. Assim, o modelo de aglomerados já é muito conhecido no comércio, porém, é um pouco mais recente para a produção.

Ruas inteiras, ou até mesmo bairros, podem ser especializadas em um determinado tipo de produto, os quais podem ser, desde vestidos de noiva, até ração para animais, passando por produtos elétricos, eletrônicos e alimentos, por exemplo.

No Brasil, há aglomerados comerciais conhecidos em todo o País, como a rua São Caetano, na cidade de São Paulo, que hoje já não é apenas uma rua, e sim um *shopping* a céu aberto, que comercializa vestidos de noiva e todo tipo de acessórios e serviços para casamento.

Há também a rua Santa Ifigênia, conhecida pelo comércio de eletrônicos, a Rua da Consolação com suas dezenas de lojas de lustres, ambas também em São Paulo. No Ceará temos o exemplo da rua Pedro Primeiro, com suas lojas de produtos elétricos.

Da mesma forma, há bairros que têm vocações específicas para determinadas atividades, como os bairros do Bexiga e da Vila Madalena, destinos certos da noite paulistana para comer, beber e se divertir, assim como o bairro da Varjota em Fortaleza.

O que atrai os comerciantes para essa aglomeração constituem os fatores que criam vantagens para todos os aglomerados. São as conhecidas externalidades positivas, tais como maior oferta de mão de obra qualificada, maior fluxo de consumidores, fortalecimento da economia local, interesse do poder público em proporcionar infraestrutura, dentre outros.

Da mesma forma, os produtores descobriram que os aglomerados podem produzir externalidades positivas também para eles, tal como no comércio:

[...] concentração de mão de obra especializada; endogenização de habilidades; conhecimentos e instituições de ensino; ganhos de infraestrutura; fortalecimento do setor de serviços; consolidação de mercados; provisão de bens coletivos; geração e difusão de conhecimento tácito; e ganhos de informação sobre as outras firmas do aglomerado¹³.

E mesmo os *clusters* produtivos não são assim tão novos, pois, já em 1920, Alfred Marshall os estudava, assim como Michael Porter e Michael Enright Broadly, na contemporaneidade, e todos concordaram que a formação de aglomerados produz vantagens competitivas, pois

- a proximidade aguça a concorrência e eleva os padrões;
- a proximidade incentiva a colaboração e divulgação de boas práticas entre as empresas;
- um mercado sofisticado local pode se desenvolver em torno de um cluster, estimulando a inovação e melhorando a comercialização;
- os clusters podem desenvolver selos baseados no local, beneficiando todas as empresas do cluster;
- proximidade permite que pequenas empresas se unam em alianças e redes, dando-lhes algumas das vantagens que as maiores têm, por exemplo, dando-lhes um melhor acesso a fornecedores e recursos; e
- uma infraestrutura de serviços especializados de apoio profissional é incentivada a se desenvolver e o clusters se torna um foco e um ímã para o investimento externo (tradução livre)¹⁴.

Os *clusters*, que tiveram sua importância aumentada com o surgimento do conceito de Indústria Criativa, segundo a literatura especializada, podem ser entendidos como

[...] categorias de aglomerações de atividades de produção e circulação de bens simbólico-culturais vinculada à noção de Indústrias criativas, *Creative Clusters* (CC) refere-se à concentração geográfica de indústria criativa, reunindo recursos de forma a otimizar criação, produção, difusão e exploração de trabalhos criativos¹⁵.

¹³ LIMA, Carmem Lúcia Castro, SOUZA, Elizabeth Regina Loiola da Cruz, op. cit., p. 182.

¹⁴ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 81: “proximity sharpens competition and drives up standards; -proximity encourages collaboration and diffusion of good practice between firms; -a sophisticated local market can develop around a cluster, stimulating innovation and improving marketing; -clusters can develop place-based branding, benefiting all firms in the cluster; -proximity enables small companies to band together into alliances and networks, giving them some of the advantages of larger ones – for example, by giving them better access to suppliers and resources; -an infrastructure of specialized professional support services is encouraged to develop; and -clusters become a focus and a magnet for outside investment.”

¹⁵ LIMA, Carmem Lúcia Castro; SOUZA, Elizabeth Regina Loiola da Cruz, op.cit., p.184.

O relatório da UNCTAD 2010 dá grande destaque ao estudo e entendimento dos *Creative Clusters*, aduzindo que eles são formações que surgem espontaneamente, em geral, quando os envolvidos percebem as vantagens que deles advêm.

Segundo o relatório citado, os *clusters* são concentrações geográficas de companhias interconectadas e prestadores de serviços, as quais competem entre si, mas que também unem esforços para fins comuns, ou seja, competem, mas também cooperam¹⁶.

Um bom exemplo de CC é o Porto Digital, o qual será mais bem analisado adiante. Surgiu no ano 2000, como alternativa para revitalizar a área decadente do centro histórico da cidade do Recife, e transformou-se em centro de tecnologia, hoje composto por 135 empresas, as quais, juntas, movimentam R\$500 milhões por ano na criação e comercialização de *softwares*. "A revista *Business Week* o elegeu como um dos dez locais do mundo onde o futuro do plante é pensado. A consultoria A.T.Kearney classificou o Porto Digital como o maior e mais rentável parque tecnológico."¹⁷

Os CCs são aglomerados de mesma atividade, como se viu, já os APLs, diferentes dos CCs, são

[...] aglomerados territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, com foco num conjunto específico de atividades econômicas. Envolvem, geralmente, participação e interação de empresas, clientes, representações, instituições públicas e privadas de formação, pesquisa, desenvolvimento e engenharia, política, promoção e financiamento¹⁸.

De se perceber que o próprio conceito de APL, em si, já encerra diferenças mais profundas do que apenas a quantidade de atividades envolvidas neles. O conceito fala em território, ou seja, em uma área territorial definida, área essa que pode ser desde um bairro, até uma cidade, um estado, um país e até uma região formada por dois ou mais países.

¹⁶ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 80.

¹⁷ BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel, op. cit., p. 138.

¹⁸ LIMA, Carmem Lúcia Castro; SOUZA, Elizabeth Regina Loiola da Cruz, op.cit., p. 186.

Enquanto em um *cluster* há concorrência, apesar da cooperação, nos APLs há uma relação de complementaridade, uma atividade dependendo de outra, ou sendo a base de uma terceira.

São exemplos de *Creatives Clusters* o Porto Digital na cidade de Recife – Pernambuco, já mencionado, o Polo Moveleiro de Duque de Caxias - Rio de Janeiro, o Polo Moveleiro de Ubá – Minas Gerais, Polo Calçadista do Cariri – Ceará, o fenômeno do Polo de Confeções de Santa Cruz do Capibaribe, no agreste de Pernambuco, e vários outros.

Existem ainda vários exemplos de APLs que podemos apontar: o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga - Ceará, a Festa Literária de Paraty - Rio de Janeiro, o Festival Folclórico de Parintins - Amazonas, o fenômeno do Tecnobrega de Belém - Pará, o Maior São João do Mundo, em Campina Grande - Paraíba, a Oktoberfest, em Blumeneu - Santa Catarina, Festa do Peão de Barretos, no interior paulista, e muitos outros que já foram citados até na literatura internacional e que serão estudados em tópico específico.

4.3 Entendendo a atual cadeia produtiva dos setores criativos no Brasil

Importante de se destacar é o fato de que no Brasil ainda não se instalou um modelo nacional de Indústrias Criativas, de Economia Criativa, tampouco, mas já há estudos nesse campo, porém sempre embasados nos modelos estabelecidos nos países desenvolvidos, e, portanto, destinados às áreas mais desenvolvidas de nosso País. Dito isso, podemos nos concentrar em conhecer o que hoje já existe no Brasil nessa área, tendo por norte o modelo da UNCTAD, de Indústrias Criativas e de Economia Criativa.

Por óbvio, não se pode abarcar toda e qualquer atividade ligada, direta ou indiretamente, ao uso da criatividade, dentro do rol das Indústrias Criativas. Há um núcleo de atividades, consideradas criativas e inovadoras, que formam o centro, a base dessa indústria, núcleo esse já largamente explorado.

No presente item, o foco está nas atividades que gravitam ao redor desse núcleo, atividades outras que podem ser consideradas atividades tradicionais, mas que são essenciais à consecução, de fato, dos objetivos das Indústrias Criativas. Umam servem de base, ou seja, devem já existir antes da atividade criativa, e outras são necessárias após a atividade criativa.

Nessa linha de ideias, podemos dizer que algumas atividades tradicionais ou não, são atividades-base (provisão direta de bens e serviços) para as Indústrias Criativas e outras são necessárias para a circulação e comercialização dos bens e produtos criativos, também chamadas atividades de apoio (de provisão indireta ao núcleo, ou de apoio)¹⁹.

A FIRJAN, com base na nova Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0), que reuniu 673 classificações econômicas, elaborou uma lista composta de 185 dessas atividades que são núcleo das Indústrias Criativas, ou são base para ela (atividades relacionadas) ou, ainda, apoio. Nesse sentido,

ainda que o núcleo da cadeia apenas abrigue atividades mais afeitas à clássica definição da área de serviços, as atividades relacionadas e de apoio compreendem os mais diversos segmentos de indústria, construção civil e comércio. Esta interdependência reafirma o poder multiplicativo de alto valor agregado de toda cadeia, cujo centro consiste nas doze áreas criativas principais.²⁰

Assim, segundo a FIRJAN²¹, compõem o “Núcleo da Indústria Criativa” em nosso País as atividades a seguir inventariadas, com seus respectivos números no CNAE:

Classe	Descrição
32205	Fabricação de instrumentos musicais
42120	Construção de obras de arte especiais
58115	Edição de livros
58123	Edição de jornais
58131	Edição de revistas
58191	Edição de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
58212	Edição integrada à impressão de livros
58221	Edição integrada à impressão de jornais

¹⁹ SISTEMA FIRJAN, 2008, op. cit., p. 13 e 14.

²⁰ Ibid., p. 14.

²¹ Ibid., p. 25.

58239 Edição integrada à impressão de revistas
 58298 Edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
 59111 Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
 59120 Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
 59138 Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
 59146 Atividades de exibição cinematográfica
 59201 Atividades de gravação de som e de edição de música
 60101 Atividades de rádio
 60217 Atividades de televisão aberta
 60225 Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura
 62015 Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
 62023 Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
 62031 Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis
 62040 Consultoria em tecnologia da informação
 62091 Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
 63119 Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet
 63194 Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
 71111 Serviços de arquitetura
 71197 Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia
 73114 Agências de publicidade
 73122 Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação
 73190 Atividades de publicidade não especificadas anteriormente
 73203 Pesquisas de mercado e de opinião pública
 74102 Design e decoração de interiores
 74200 Atividades fotográficas e similares
 81303 Atividades paisagísticas
 85929 Ensino de arte e cultura
 90019 Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
 90027 Criação artística
 90035 Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
 91015 Atividades de bibliotecas e arquivos
 91023 Atividade de museus e exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares
 93212 Parques de diversão e parques temáticos
 94936 Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte

Na sequência, segundo o mesmo estudo da FIRJAN, seguem a listas das “Atividades Relacionadas” da Indústria Criativa²²:

Classe Descrição
 13308 Fabricação de tecidos de malha
 13405 Acabamentos em fios, tecidos e artefatos têxteis
 13511 Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico

²² Ibid., p. 26 e 27.

13529 Fabricação de artefatos de tapeçaria
13537 Fabricação de artefatos de cordoaria
13545 Fabricação de tecidos especiais, inclusive artefatos
13596 Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente
14118 Confecção de roupas íntimas
14126 Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas
14134 Confecção de roupas profissionais
14142 Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção
14215 Fabricação de meias
14223 Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens, exceto meias
15106 Curtimento e outras preparações de couro
15211 Fabricação de artigos para viagem, bolsas e semelhantes de qualquer material
15297 Fabricação de artefatos de couro não especificados anteriormente
15319 Fabricação de calçados de couro
15327 Fabricação de tênis de qualquer material
15335 Fabricação de calçados de material sintético
15394 Fabricação de calçados de materiais não especificados anteriormente
15408 Fabricação de partes para calçados, de qualquer material
16234 Fabricação de artefatos de tanoaria e de embalagens de madeira
17311 Fabricação de embalagens de papel
17320 Fabricação de embalagens de cartolina e papel-cartão
18113 Impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas
18121 Impressão de material de segurança
18130 Impressão de materiais para outros usos
18211 Serviços de pré-impressão
18229 Serviços de acabamentos gráficos
18300 Reprodução de materiais gravados em qualquer suporte
20631 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
22226 Fabricação de embalagens de material plástico

23125 Fabricação de embalagens de vidro
24423 Metalurgia dos metais preciosos
25918 Fabricação de embalagens metálicas
26213 Fabricação de equipamentos de informática
26221 Fabricação de periféricos para equipamentos de informática
26311 Fabricação de equipamentos transmissores de comunicação
26329 Fabricação de aparelhos telefônicos e de outros equipamentos de comunicação
26400 Fabricação de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo
26523 Fabricação de cronômetros e relógios
26701 Fabricação de equipamentos e instrumentos ópticos, fotográficos e cinematográficos
26809 Fabricação de mídias virgens, magnéticas e ópticas
30920 Fabricação de bicicletas e triciclos não-motorizados
31012 Fabricação de móveis com predominância de madeira
31021 Fabricação de móveis com predominância de metal
31039 Fabricação de móveis de outros materiais, exceto madeira e metal
32116 Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria
32124 Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
42138 Obras de urbanização - ruas, praças e calçadas
43304 Obras de acabamento
46427 Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios
46435 Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem

46460 Comércio atacadista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
 46478 Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações
 47563 Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios
 47610 Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
 47628 Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
 47725 Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
 47741 Comércio varejista de artigos de óptica
 47814 Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios
 47822 Comércio varejista de calçados e artigos de viagem
 61418 Operadoras de televisão por assinatura por cabo
 61426 Operadoras de televisão por assinatura por microondas
 61434 Operadoras de televisão por assinatura por satélite
 71120 Serviços de engenharia
 77225 Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares
 96025 Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza

E o estudo contribui ainda com a lista das “Atividades de Apoio” da Indústria Criativa²³:

Classe Descrição
 13111 Preparação e fiação de fibras de algodão
 13120 Preparação e fiação de fibras têxteis naturais, exceto algodão
 13138 Fiação de fibras artificiais e sintéticas
 13146 Fabricação de linhas para costurar e bordar
 13219 Tecelagem de fios de algodão
 13227 Tecelagem de fios de fibras têxteis naturais, exceto algodão
 13235 Tecelagem de fios de fibras artificiais e sintéticas
 17311 Fabricação de embalagens de papel
 17320 Fabricação de embalagens de cartolina e papel-cartão
 23206 Fabricação de cimento
 23303 Fabricação de artefatos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e materiais semelhantes
 23419 Fabricação de produtos cerâmicos refratários
 23427 Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários para uso estrutural na construção
 23494 Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários não especificados anteriormente
 23915 Aparelhamento e outros trabalhos em pedras
 23923 Fabricação de cal e gesso
 26108 Fabricação de componentes eletrônicos
 28631 Fabricação de máquinas e equipamentos para a indústria têxtil
 28640 Fabricação de máquinas e equipamentos para as indústrias do vestuário, do couro e de calçados
 33121 Manutenção e reparação de equipamentos eletrônicos e ópticos
 41107 Incorporação de empreendimentos imobiliários
 41204 Construção de edifícios
 42219 Obras para geração e distribuição de energia elétrica e para telecomunicações
 42227 Construção de redes de abastecimento de água, coleta de esgoto e construções correlatas

²³ Ibid., p. 28 e 29.

42235 Construção de redes de transportes por dutos, exceto para água e esgoto
 42910 Obras portuárias, marítimas e fluviais
 42928 Montagem de instalações industriais e de estruturas metálicas
 42995 Obras de engenharia civil não especificadas anteriormente
 43118 Demolição e preparação de canteiros de obras
 43126 Perfurações e sondagens
 43134 Obras de terraplenagem
 43193 Serviços de preparação do terreno não especificados anteriormente
 43215 Instalações elétricas
 43223 Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração
 43291 Obras de instalações em construções não especificadas anteriormente
 43916 Obras de fundações
 43991 Serviços especializados para construção não especificados anteriormente
 46133 Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens
 46150 Representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico
 46168 Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem
 46419 Comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho
 46516 Comércio atacadista de computadores, periféricos e suprimentos de informática
 46524 Comércio atacadista de componentes eletrônicos e equipamentos de telefonia e comunicação
 46621 Comércio atacadista de máquinas, equipamentos para terraplenagem, mineração e construção; partes e peças
 46711 Comércio atacadista de madeira e produtos derivados
 46729 Comércio atacadista de ferragens e ferramentas
 46737 Comércio atacadista de material elétrico

Com suporte nestas três listas de atividades ora retroproduzidas, é possível obter vários dados: quantidade de trabalhadores por área; participação dessas atividades no PIB nacional - não esquecendo o debate acerca do PIB como indicador do desenvolvimento exclusivamente econômico; concentração de determinadas atividades em cada um dos mais de cinco mil municípios brasileiros; participação delas no PIB local; potencial das universidades nas determinadas atividades em cada área, dentre outras.

Em verdade, alguns desses números já são conhecidos, bastando apenas ser trabalhados com métodos estatísticos, cruzados e ou relacionados entre si. Vejamos o exemplo acerca da quantidade de trabalhadores, que pode ser obtida por meio da análise de informações prestadas pelos empregadores com o preenchimento da Relação Anual de Informação Social - RAIS – RAIS, na qual são relacionados todos os trabalhadores de empresas e entidades registradas no CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), exceto diretores sem vínculo que não

recolham FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço), autônomos, eventuais, ocupantes de cargos públicos, estagiários, empregados domésticos, cooperados e cooperativados, como informa o Ministério do Trabalho²⁴.

A participação no PIB é obtida por aproximação, como explica o relatório sobre “A Cadeia de Indústria Criativa no Brasil” elaborado pela FIRJAN:

Na ausência de estatísticas oficiais, buscou-se uma metodologia para estimar a participação do setor criativo no PIB. Partiu-se da hipótese de que a razão entre os rendimentos da força de trabalho e o produto interno bruto do segmento seja similar ao da economia como um todo. Essa hipótese, justificada pela baixa variância da participação da renda do trabalho na renda total entre diferentes setores da economia, é utilizada com frequência em estudos empíricos com baixa margem de erros nas estimativas finais²⁵.

A coleta de dados é essencial para que os executivos das quatro esferas, bem como os legisladores, possam se orientar na produção de políticas públicas eficientes, que atuem, de fato, no incremento das atividades ora expressas, dando prioridade para as potencialidades de cada município, diferenciando, por vezes, até bairros ou distritos, dentro de um mesmo município. Quanto mais acuradas forem as pesquisas e os dados obtidos, melhores serão os resultados que podem ser obtidos por meio dos arranjos produtivos locais- APLs, bem como na formação de *Clusters Criativos- CC* e na formação de Cidades Criativas.

Os APLs, os *Clusters* e as Cidades Criativas devem funcionar como polos de excelência, destinados a fomentar as atividades apontadas pelos estudos locais, previamente realizados. Esses arranjos podem ser regionais, estaduais, municipais, distritais ou mesmo por bairro, a depender da abrangência dos dados estatísticos.

Quanto mais afinada a coleta das informações, maior a precisão das políticas a serem aplicadas, o que aumentará as possibilidades de sucesso dessas na implantação e no incentivo das aglomerações produtivas.

²⁴ MINISTÉRIO DO TRABALHO E DO EMPREGO. **Rais – Orientações**. Disponível em: <http://www.rais.gov.br/RAIS_SITIO/orientacoes.asp>. Acesso em: 17 mai. 2011.

²⁵ SISTEMA FIRJAN, 2008, op. cit., p. 20. O texto explica que essa técnica é utilizada por outros institutos como: “*Baseline study on Hong Kong creative industries*” (Central Policy Unit, Hong Kong, 2003) e “*Creative Industry in Helsinki and Amsterdam: a comparison*” (Dienst Onderzoek en Statistiek, Amsterdam, 2007), e que a margem de erro é inferior a 10%, percentual que não afeta a dimensão dos dados.

Esses arranjos podem, observadas as potencialidades locais, ser direcionados para as áreas componentes do “núcleo das Indústrias Criativas” ou para “Atividades Relacionadas” e ainda para as “Atividades de Apoio”, de maneira a possibilitar a formação do tripé necessário ao desenvolvimento local da Indústria Criativa.

Há ainda que se levar em conta a cadeia de valor da Indústria Criativa, ou seja, a identificação das etapas que compõem a formação dos produtos e serviços criativos, e a verificação do valor que se agrega a eles, em cada uma dessas etapas.

Conhecendo-se cada uma das etapas de constituição dos bens e produtos criativos, é possível identificar em qual delas há maior acúmulo de valor, sendo que os investimentos devem e podem se concentrar no fomento dessa etapa específica.

Analisando-se a criação e circulação de bens e produtos criativos, pode-se dizer que existem nele quatro etapas, segundo aponta o estudo da UNCTD de 2010²⁶: criação/concepção; produção/reprodução; comercialização e consumo são as etapas que compõem a cadeia de valor da Indústria Criativa.

Segundo o relatório citado, um estudo realizado no Canadá em 2002 demonstrou que a etapa da produção ou reprodução é, dentre as quatro, a mais capacitada a agregar valor aos bens e produtos criativos, sendo esse um dado relevante a ser considerado na hora dos investimentos.

É certo, porém, que todas as etapas agregam valor, e, portanto, nenhuma delas pode ser mitigada, principalmente pela diferença entre as diversas atividades criativas, quanto ao grau de complexidade, variando desde as de cadeia mais simples, com agente único, até as mais elaboradas.

As cadeias mais elaboradas podem ter dezenas de envolvidos, cada um com atividades muito específicas, que empreendem diversos graus de complexidade, porém há atividades cujas cadeias são deveras simples e podem envolver apenas o artista e aquele que vai vender sua arte.

²⁶ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 78.

Por vezes, o mesmo agente está presente em mais de uma fase da cadeia, de tal forma que, embora o estudo aponte para a etapa da produção/reprodução como sendo a que mais valor reúne aos produtos criativos, cada um do APLs deve identificar em sua cadeia de valor, considerando a sua complexidade, qual ou quais etapas da cadeia somam mais valor aos bens e serviços, concentrando seus investimentos nelas, sem esquecer-se das atividades de suporte, por óbvio.

4.4 Exemplos de arranjos criativos no mundo

Nos relatórios internacionais existem, às dezenas, exemplos de Indústrias Criativas, nos quatro modelos delineados anteriormente, nos Estados Unidos, na Europa, Ásia e Oceania.

4.4.1 O Cluster do Vale do Silício

Nos EUA, o exemplo de *Creative Cluster* mais conhecido é o do Vale do Silício, surgido da preocupação do professor do Departamento de Engenharia da *Stanford University*, Fred Terman, o qual via seus talentosos alunos saírem da região para se empregarem na área da Engenharia, no outro lado do País. Terman trabalhou em projetos de defesa do governo dos EUA, retornando a Stanford como decano, e, em seu retorno, com seus contatos, conseguiu trazer investimentos para a área de pesquisa da Universidade. Ele incentivou seus ex-alunos e até alunos ainda a montarem seus negócios na região e estabeleceu ligação direta entre estudantes e empresários, incentivando os primeiros a conhecerem empresas inovadoras e os segundos a conhecerem o que acontecia nos laboratórios de Stanford.²⁷

Durante a década de 1950, Terman teve a ideia de construir um parque industrial, pois a Universidade possuía muita terra, aproximadamente 8.000 acres

²⁷ TAJNAI, Carolyn E. **Fred Terman, the father of Silicon Valley**. Stanford, 1985. Disponível em: <<http://www.siliconvalley-usa.com/about/terman.html>>. Acesso em: 15 set. 2010.

advindos do legado de Leland Stanford, o qual doou sua fazenda à Universidade, porém, a doação foi feita com um encargo, pois o doador fez constar no documento a proibição de venda das terras, porém não havia empecilho quanto à locação.²⁸

O impasse foi resolvido com a utilização de contratos de arrendamentos de longo prazo, os quais eram tão atraentes para a indústria como a propriedade definitiva. Assim surgiu o Industrial Stanford Park, com o objetivo de criar um centro de alta tecnologia próximo à Universidade. Terman limitou os arrendamentos a empresas de tecnologia.²⁹

Em 1951, a *Varian Associates* assinou um contrato de arrendamento, e em 1953 a empresa mudou-se para a primeira construção no parque. Eastman Kodak, General Electric, Preformed Line Products, Admiral Corporation, Shockley Transistor Laboratory of Beckman vieram a seguir, e muitos outros depois. Assim nasceu um dos mais famosos *Creative Clusters* do mundo.³⁰

4.4.2 O *Creative Cluster* da província de Ontário - Canadá

O *Cluster* de Ontário surgiu na década de 2000 como importante fonte de renda e apresenta crescimento de participação a níveis antes só atingidos pela indústria automobilística, e, entre 1999 e 2007, os empregos ligados ao *Creative Cluster* de Ontário cresceram 38,3% contra 17% de crescimento dos empregos em toda a economia da cidade.³¹

A província de Ontário ocupa o terceiro lugar entre as regiões com maior e melhor índice de entretenimento da América do Norte, ficando atrás apenas dos estados ianques da Califórnia e de Nova Iorque e o próximo desafio é chegar próximo aos índices de Londres e Paris, alinhando-se, portanto, às cidades que possuem entretenimento de primeira linha e economia de mídia.³²

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

³¹ CANADA. The Ministry of Tourism and Culture. **Ontario's Entertainment & Creative Cluster: A framework for Growth.** Disponível em: < http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/Creative_Cluster_Report.pdf >. Acesso em: 20 fev. 2011, p. 4.

³² Ibid., p 05.

As seis indústrias mais importantes em Ontário incluem: a produção cinematográfica e de televisão; música; publicação de livros; revistas; mídia digital e interativa, teatro comercial. Juntas formam o que os canadenses convencionaram chamar de subconjunto do *cluster* de produção de conteúdo³³. São exemplos dessa indústria:

- 1) *Ontario Digital Games Business Incubator Network*
Creates a network of business incubators and related institutions serving the digital games development community in Ontario;
- 2) *Canadian Publishers Digital Services Implementation Project (CPDS)*
A suite of services being offered by the Association of Canadian Publishers that will help publishers maximize the fast emerging opportunities presented by digitization technology and build their capacity to flourish and thrive in the quickly changing digital marketplace
- 3) *Virtual Music Export Office*
Increases agility in the cluster and responds to major shifts in creation, distribution and delivery systems
- 4) *CASO Web Based Development Tools aka "CASO Cluster Hub"*
A suite of web-based social networking and marketing tools that will: strengthen links between CASO members; improve CASO member outreach and recruitment; and provide a centralized marketing platform for new business and employment opportunities³⁴

De se perceber que o conjunto de exemplos canadense obedece todos os itens da conhecida definição de Indústria Criativa do modelo britânico: produtos que possuem valor econômico e que circulam por meio das redes sociais em larga escala, sendo totalmente baseada no desenvolvimento, na produção e na venda de produtos cujo valor reside na Propriedade Intelectual.

³³ Ibid.

³⁴ Ibid. Tradução livre: 1) Ontario Digital Games: Incubadora de Empresas cria uma rede de incubadoras de empresas e uma rede de instituições relacionadas, a qual auxilia no desenvolvimento de jogos digitais comunidade em Ontário; 2) (Serviços Digitais e implementação de projetos: um conjunto de serviços oferecidos pela Associação de Editores Canadense, a qual irá ajudar os editores a maximizar as oportunidades que surgem rapidamente representadas pela tecnologia de digitalização, ajudando-os a desenvolver sua capacidade de florescer e prosperar no mercado digital que muda rapidamente; 3) Escritório Virtual de Exportação de Música: aumenta a agilidade no *cluster* e responde a mudanças importantes na criação de sistemas de distribuição e entrega; 4) CASO Web Based, Ferramentas de desenvolvimento aka, "Hub Cluster CASO": Um conjunto de redes sociais baseado na web e ferramentas de *marketing* que: reforça os laços entre os membros da CASO; melhora a divulgação e o recrutamento de membro da CASO; e fornece uma plataforma de *marketing* centralizado de novas oportunidades de negócios e de emprego.

4.5 Exemplos brasileiros que podem ser rotulados de Indústrias Criativas e seu funcionamento

Já existem no Brasil exemplos de Arranjos Produtivos Locais, *Clusters* Criativos e de projetos de Cidades Criativas que são dignos de nota, sendo vários deles já mencionados em relatórios nacionais e internacionais, como o já tão referido relatório da UNCTAD 2010.

Alguns dos maiores exemplo de APLs brasileiros surgiram naturalmente e foram formados ao longo de centenas de anos, outros mais recentes, porém já existem exemplos de *Creative Clusters* e APLs formados com origem em iniciativas exclusivamente privadas e também públicas, com intenção deliberada de constituí-los, tomando para si a responsabilidade de produzir empregos e renda, ensejando desenvolvimento e reduzindo a pobreza.

4.5.1 O APL do Carnaval Baiano

Tomaremos como exemplo o carnaval da Bahia que, como expressão popular, tem centenas de anos, sendo também expressão do patrimônio cultural do povo baiano, mas que, desde os anos 1980, é tratado como um grande negócio, com enormes possibilidades de oferta de empregos e geração de renda, com a consequente redução da pobreza.

Paulo Miguez explica que a transformação teve início com a invenção do trio elétrico nos anos 1950, sendo essa a primeira grande intervenção em um movimento popular, que transformou e redefiniu o carnaval baiano, pois levava a música pelas ruas. Em 1970, ocorreu o fenômeno do retorno dos grupos de afoxés, com o surgimento dos chamados blocos, que introduziram aspectos étnicos, com a valorização da cultura africana, com suas danças, trejeitos, instrumentos e ritmos característicos que definiram o carnaval de Salvador e o transformaram no que ele é

hoje. Por fim, ocorreu, no final dos anos 1980, a junção dos trios elétricos com os blocos de rua, criando os blocos de trios, como hoje existem³⁵.

De lá para cá, os investimentos só aumentam a cada ano e a Bahia tem até seu estilo musical- o *Axé Music*, como é conhecido, movimenta milhões de reais em gravações (CDs e DVDs) e principalmente em *shows* durante o ano inteiro, no Brasil e no exterior. Há uma reunião de esforços dos vários setores privados e públicos. Gravadoras, rádios, TVs, publicidade, moda, empresas de instrumentos musicais, governos municipal e estadual, todos envolvidos, voltados para o evento, investindo e obtendo lucro com ele. É durante o carnaval (sete dias do ano), porém, que a economia baiana se movimenta de modo mais acelerado. Tudo é pensado e preparado para esses sete dias.

Em números do ano de 2006 fornecidos pela Empresa de Turismo de Salvador – EMTURSA, o público diário da festa variou entre 1,5 e 2 milhões de pessoas; circularam 227 blocos; 11.750 artistas estiveram diretamente ligados ao evento; 169.307 vendedores ambulantes ou pessoas que durante o restante do ano não trabalham no comércio foram listados; 360.307 turistas nacionais e 96.401 turistas estrangeiros estiveram em Salvador, ensejando uma taxa de 100% de ocupação nos hotéis da cidade, deixando lá cerca de U\$94 milhões³⁶.

O carnaval da Bahia é um exemplo de APL que nasceu naturalmente, mas que teve seu incremento dos anos 1980 para cá por meio de uma política agressiva de propaganda dos governos (municipal, estadual e até federal) levando as imagens e sons da Bahia por todo o Brasil e para o exterior.

Em 2008, a Prefeitura de Salvador licitou, pela primeira vez, cotas de patrocínio para produtoras de eventos e faturou com o evento R\$ 4 milhões a mais do que no ano anterior. No ano de 2010, o evento foi mais bem estruturado, com a participação de duas empresas na organização e arrecadação com *merchandising*, o que elevou a arrecadação da Prefeitura para R\$ 15 milhões³⁷.

³⁵ MIGUEZ, Paulo. The Bahia Carnival. In: ANHEIER, Helmut K., ISAR, Yudhishtir R.(editors). **The Cultural Economy**. London: SAGE Publications, 2008, p. 270.

³⁶ Ibid., p. 271.

³⁷ BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel, op. cit., p. 153.

Investimentos em infraestrutura, na formação de mão de obra especializada em eventos e em turismo, e toda uma gama de serviços, transformaram o APL do Carnaval Baiano em um dos de maior sucesso dentro de nosso País, copiado por vários outros estados.

Durante o ano inteiro a agenda dos trios e os artistas fazem, o que convencionaram chamar de carnaval fora época, mantendo-se ocupados o ano inteiro, e não apenas por sete dias.

4.5.2 O APL do Tecnobrega em Belém do Pará

Já levantada a necessidade de novos contratos de direitos autorais como uma questão que ainda está sem solução dado o conflito de interesses entre gravadoras e artistas, o APL do Tecnobrega surge como alternativa local para os agentes envolvidos na cena musical em Belém do Pará.

O Tecnobrega é um movimento musical surgido nos anos 2000, oriundo da fusão de ritmos locais e caribenhos com influência da musica eletrônica, sendo, portanto, a tecnologia um fator determinante para o surgimento do fenômeno. A Wikipédia afirma que o gênero musical

Deriva de ritmos como Carimbó, Sirιά, Lundu e outros gêneros populares como o calypso e guitarradas, incorporando sintetizadores e batidas eletrônicas. O estilo também se destaca por ter se desenvolvido independentemente das grandes gravadoras, criando um mercado com formas alternativas de produção e distribuição. O mercado tecnobrega gira em torno das festas de aparelhagens, que contam com modernos equipamentos de som, iluminação e efeitos visuais. As festas também servem como local de difusão dos novos sucessos - DJs recebem discos dos produtores e tocam as novas canções. Quando uma música ou um artista se torna um sucesso em uma festa de aparelhagem, a divulgação no mercado aumenta através da reprodução não-autorizada dos discos. A maioria dos artistas do mercado tecnobrega, porém, parece apoiar essa reprodução devido ao aumento da publicidade que ela acarreta.³⁸

³⁸ WIKIPÉDIA - A enciclopédia livre. **Tecnobrega**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tecnobrega>>. Acesso em: 12 jun. 2011.

Desta descrição, observa-se que há ainda surpresa quando se fala em reprodução não autorizada de CDs, porém é justamente nisso que se baseia o modelo, na difusão sem controle. Os artistas recebem valores diretamente das rádios pelo número de vezes que uma música é executada, obtendo retorno financeiro dessa forma. Assim, a reprodução não autorizada dos CDs já está incorporada ao formato do negócio tecnobrega, que tem outras formas de ensejar renda para os envolvidos.

O fenômeno chamou tanto a atenção que fez parte do relatório da ONU do ano passado, o *Creative Economy Report 2010*, que é a mais atual fonte de referência na matéria. O relatório afirmou que o fenômeno “está revolucionando o mercado de música no país”.³⁹

Segundo Ronaldo Lemos, citado diretamente no relatório da Conferência da ONU, e Oona Castro

Mais do que um gênero musical, o tecnobrega criou um novo modelo de negócio para a produção musical. Esse movimento inaugurou, em 2001, um novo padrão de funcionamento da indústria cultural, com base em baixos custos de produção e na incorporação do comércio informal como o principal instrumento de difusão e propagação. Os artistas não trabalham com selos de gravadoras tradicionais. O número de produtores independentes é grande e estúdios tradicionais são substituídos por um número crescente de estúdios caseiros, diante da popularização dos computadores, fundamentais no processo. Antes de gravar um CD, o artista precisa ter seus sucessos gravados nas coletâneas produzidas pelos DJs de estúdio, que são vendidas no mercado informal. No universo bregueiro ocorre o inverso do que se vê na indústria fonográfica formal: os artistas primeiro lançam músicas e, posteriormente, caso um número considerável delas se tornem sucessos, produzem os discos com as músicas “estouradas” e novas composições. É comum existirem artistas famosos sem discos gravados. Como o trajeto é invertido em relação ao mercado formal da indústria fonográfica, não há qualquer arrecadação de direitos autorais. A principal renda dos artistas do tecnobrega advém de apresentações ao vivo, e não da venda de discos ou da arrecadação de direitos autorais, embora cds e dvds também sejam vendidos nas festas e nos shows. Portanto, é preciso que a banda abra mão do controle exclusivo sobre a obra para que as músicas sejam executadas em todos os meios de divulgação possíveis e, só então, seja contratada para shows. Embora as participações em festas de aparelhagens sejam oportunidades de exibição dos artistas em Belém, eles se apresentam, principalmente, nas casas de shows.⁴⁰

³⁹ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 79.

⁴⁰ LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. **Cultura Livre, Negócios Abertos**. International Development Research Centre. Rio de Janeiro: Overmundo. 2008. Disponível em <<http://www.overmundo.com.br/banco/pesquisa-fgv-cultura-livre-negocios-abertos-do-tecnobrega-ao-cinema-nigeriano#-banco-16775>>. Acesso em: 12 jun. 2011, p. 9.

A pesquisa de Lemos e Castro apontou números impressionantes:

- O volume médio mensal de shows realizados por bandas e cantores é de 1.697, enquanto as aparelhagens realizam em média 4.298 festas;
- Esses dados corroboram as conclusões da pesquisa qualitativa, que apontaram as aparelhagens como o principal agente do tecnobrega, tomando o primeiro lugar antes ocupado pelas bandas e pelos cantores;
- O mercado de festas de aparelhagens movimenta R\$ 3 milhões/mês enquanto as bandas e cantores movimentam R\$ 3,3 milhões/mês;
- Em média os cantores e bandas recebem pelos shows que realizam sozinhos, sem a presença de artistas ou aparelhagens, R\$ 2.219, enquanto as aparelhagens recebem em média apenas R\$ 652,00;
- A média de receita mensal dos cantores de bandas é de R\$ 3.634,58. Desse total, R\$1.685,83 advêm de suas atividades na própria banda;
- O mercado de aparelhagem parece ser muito concentrado, com poucas aparelhagens (apenas 4%), recebendo cachês muito elevados.
- As bandas e cantores vendem, em média, 77 CDs ao preço médio de R\$ 7,5 e 53 DVDs ao preço médio de R\$ 10 em cada show.
- Essas vendas representam um montante significativo no mercado tecnobrega. O faturamento mensal do mercado de cantores e bandas com a venda de CDs e DVDs nos shows foi estimado em cerca de R\$ 1 milhão cada.
- Estima-se que as bandas empreguem diretamente cerca de 1.639 pessoas, entre músicos, dançarinos e pessoal de apoio.
- No mercado de aparelhagens estima-se que 4.053 pessoas trabalham diretamente com atividades relacionadas à montagem, operação dos equipamentos e DJs.
- As aparelhagens de tecnobrega fazem parte de um mercado importante para a música paraense. Estima-se que o valor total da estrutura de todas as aparelhagens seja de, aproximadamente, R\$ 16,3 milhões. Em média, o equipamento das aparelhagens custa R\$ 23 mil.
- A média de receita mensal das aparelhagens é de R\$ 2.299,41. Desse total, R\$1.653,16 advêm das atividades de aparelhagem.
- Como muitos cantores e bandas nunca tiveram contrato com uma gravadora ou selo, camelôs são agentes importantes para a divulgação das músicas:
 - *88% das bandas nunca tiveram contratos com gravadoras ou selos;
 - *51% das bandas incentivam a venda dos seus CDs pelos camelôs;
 - *59% avaliam positivamente o trabalho dos camelôs para a carreira dos artistas.
- Estima-se que o faturamento médio do mercado de camelôs com a venda de CDs e DVDs tecnobrega seja de R\$ 1 milhão e R\$ 745 mil respectivamente.
- Para as bandas, a grande vantagem da venda pelos camelôs é a divulgação de suas músicas, pois 80% dos CDs e DVDs vendidos são fornecidos diretamente por grandes reprodutores não autorizados, e não oferecem qualquer vantagem financeira direta pela venda. A vantagem para as bandas é indireta, por meio da divulgação de suas músicas que lhes rendem shows por toda Belém e até em outros estados.⁴¹

Há dois pontos importantes para serem analisados nesse APL: a) a possibilidade de replicá-lo em outras localidades do Brasil; e b) um modelo de negócio no qual o Direito Autoral não é a mola-mestra que impulsiona a produção

⁴¹ LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. op. cit., p. 9 - 10.

artística e que pode ser um embrião para o surgimento de outros formatos de negócios.

4.5.3 O APL do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte, Ceará

O exemplo de que trata esse item é lapidar para corroborar a ideia de que os modelos de Indústrias Criativas têm que ser flexíveis, pois a lógica desse APL, especificamente, não tem nada de mercantil, nem de tangível, e até o aspecto intangível, nesse caso, é *sui generis*, pois a motivação aqui é a fé no Padre Cícero.

As primeiras romarias a Juazeiro do Norte são anteriores à chegada de Padre Cícero, e tiveram seu início em 1827, com a inauguração da capela de Nossa Senhora das Dores, a padroeira da cidade, ou seja, desde antes da chegada do Padre ao Juazeiro do norte, em 1872.⁴²

Além de líder religioso, Padre Cícero foi líder político, prefeito e grande incentivador do empreendedorismo na cidade, e é por sua influência que a região é um polo de desenvolvimento no centro-sul do Estado, fato que ensejou um APL atípico, pois ele se baseia na “força da história” dos milagres de Padre Cícero, que fizeram do Juazeiro do Norte uma espécie de “terra santa”, procurada como destino de fé e também como destino para investimentos, pela alta coesão social que a ascendência do Padre Cícero introduzia no local.⁴³

Todos esses ingredientes transformaram esse arranjo em rica indústria do turismo, pois soma-se uma cidade com vocação empreendedora, com grande número de estabelecimentos diretamente ligados ao turismo (hotéis, pousadas, ranchos, restaurantes e bares), outros vinculados indiretamente (comércio de artigos religiosos, flores, artesanato imagens, calçados e confecção), aos incentivos governamentais, institucionais, públicos e privados, para a formação de um campo

⁴² AMARAL FILHO, Jair do; CORDEIRO, Rosemary de Matos. Arranjo Produtivo do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte, Ceará. In: CASSIOLATO, José E.; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M. **Arranjos Produtivos Locais**. Uma alternativa para o desenvolvimento. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p.97-138.

⁴³ Ibid., p. 97-138.

fértil para inovação, a cooperação e o aprendizado, que acontecem em dinâmicas próprias bem distintas das vistas nos APLs tradicionais.⁴⁴

Amaral Filho e Rosemary Cordeiro explicam que,

No contexto do arranjo em foco as inovações ocorrem de maneira complexa e diferente, em comparação aos arranjos produtivos manufatureiros, e mesmo de serviços convencionais, totalmente dominados pela lógica mercantil e concorrencial, na qual o estímulo às inovações está concentrado no lucro diferenciado da empresa individualmente. Não se está negando aqui a inexistência de inovações, ao mesmo tempo em que não se está colocando em xeque as naturezas das inovações, pois elas se manifestam também no produto, no processo e na organização, como em qualquer outro arranjo produtivo.

Esses arranjos criativos, tipicamente brasileiros, oriundos das expressões culturais, do patrimônio, dos saberes tradicionais, do folclore e de toda diversidade, característica de nosso País, são a prova incontestada de que o modelo de Indústrias Criativas adequado para nós não se encaixa, por subsunção, em nenhum dos existentes.

4.5.4 O Creative Cluster do Porto Digital em Recife, Pernambuco

O Porto Digital surgiu no ano 2000, conjugando investimentos públicos, colaboração da iniciativa privada e a presença de universidades, com vários objetivos. A revitalização do centro antigo da cidade do Recife, bem como a manutenção dos prédios tombados pelo patrimônio histórico foram apenas o pano de fundo para um projeto que visava ao desenvolvimento local, com produção de bens e serviços de alto valor agregado.

O Governo do Estado de Pernambuco investiu R\$33 milhões iniciais, em infraestrutura. O Porto tem 100 hectares, 8 quilômetros de fibra óptica, 26 quilômetros de duto, além de contar com um elenco de políticas públicas que foram vitais para o sucesso do Porto Digital:

⁴⁴ Ibid., p. 97-138.

Além da revitalização da infra-estrutura urbana e tecnológica, políticas setoriais adequadas e um conjunto de ferramentas complementam os projetos estruturadores do Porto Digital. Entre eles o Fundo de Investimento e Fomento, o Fundo de Capital Humano, com foco na capacitação profissional, o Fundo de Aval, que oferece garantia de até 70% em operações de crédito em bancos públicos, para empresas de software. A lei municipal 17.222./06 também beneficia as empresas com um incentivo financeiro que permite a redução de 60% do ISS.⁴⁵

Onze anos se passaram, e o Porto é uma realidade, que atingiu seus objetivos completamente: são 130 empresas ao todo; 4 mil postos de trabalho; 10 empresas que abandonaram seus locais de origem atraídas para o Porto; 4 multinacionais instaladas e 4 centros de tecnologia⁴⁶.

Atualmente o Porto Digital é o modelo de *Creative Cluster* de maior sucesso no Brasil, pronto para buscar novos desafios, agora por meio do projeto Delta Zero – Base Recife de Criação, primeiro investimento do Porto fora da tecnologia da informação. R\$8,3 milhões investidos em empresas ligadas a música, publicidade, cinema, *games* e animação, com capacitação dos agentes.⁴⁷

Esse exemplo difere totalmente do APL anterior, pelo total planejamento do qual ele advém, ou seja, é um *Creative Cluster* que bem exemplifica como a interferência direta dos agentes políticos pode transformar a realidade de um dado local.

4.6 A criatividade e os pilares da Economia Criativa

Parece, à primeira vista, fácil definir o que é criatividade, mas, de fato, não é, pois poderíamos já dizer que criatividade é uma qualidade inerente ao ser humano, e, por outro lado, defini-la como um processo, resultado do qual objetos e técnicas são criados. Assim, nem mesmo para a definição, é possível exprimir uma ideia hermética sobre o termo.

⁴⁵ PORTO DIGITAL. **Inovação, empreendedorismo e capital humano**. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel, op.cit., p.138.

Neste estudo, a criatividade se destaca em toda a mudança de paradigmas, pois é a criatividade que pode ensejar inovação, e a inovação aparece redefinindo bens, produtos e serviços nessa nova economia⁴⁸; é ela o ponto central e mais importante das Indústrias Criativas bem como da Economia Criativa.

Sendo a inovação agente capaz de criar ou agregar valor a bens e produtos, ela deve ser buscada, identificada e estimulada, de modo a propiciar desenvolvimento sustentável e redução da pobreza.

Assim, a inovação surge como fator de resposta para enfrentamento aos desafios competitivos da mundialização da concorrência entre bens e serviços, já que, para esses problemas, teoricamente, existiriam duas soluções: uma tradicional, baseada na queda de preços conseguida por meio da substituição de mão de obra por tecnologia, ou com a busca de mão de obra mais barata (a chamada “velha concorrência”), cujo foco é o preço; a outra solução dá-se por meio da inovação,

⁴⁸ Cf. HONG KONG. The Hong Kong Special Administrative Region Government. **A Study of creativity index.** Hong Kong, 2005. Disponível em: <http://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf>. Acesso em: 30 de abr.2011, p. 26. The discourse in creativity has even gone beyond academic research and entered into the policy-making agenda of national and global importance. International organizations (sic) and policymakers in the public sector have placed increasing concern on the changing structure of the global economy where creative products and services form substantial portions of international trade. In addition, the rise of the creative economy or the creative sector in individual countries has become a noticeable phenomenon (UNESCO, 2000; Howkins, 2001). In summary, creativity has been recognized (sic) as an economic driver for generating wealth and employment, sustainable development of world cities, technological changes, business innovation and enhancement of competitiveness of individual cities and countries (Landry, 2000; DCMS, 2004, 2002, 2001). Creativity is present undoubtedly in many aspects of human life. What seems novel to us in this recent craze on creativity, as Howkins says, are perhaps the rediscovered relationships of creativity in economic production, scientific and business innovation, personal and social development as well as a wide range of socio-economic aspects, which would shed light on how we live in the 21st century. (Tradução livre: O discurso em torno da criatividade foi além da pesquisa acadêmica e entrou na agenda de políticas públicas, nacionais e globais. As organizações internacionais e os órgãos responsáveis por políticas públicas têm demonstrado uma preocupação crescente sobre a mudança na estrutura da economia global, onde os produtos criativos e serviços compõem partes substanciais do comércio internacional. Além disso, a ascensão da economia criativa, ou do sector criativo em cada país se tornou um fenômeno perceptível (UNESCO, 2000; Howkins, 2001). Em resumo, a criatividade é reconhecida como um motor econômico para a geração de riqueza e do emprego, para o desenvolvimento sustentável das cidades, para mudanças tecnológicas, inovação empresarial e o reforço da competitividade das cidades e países individuais (LANDRY, 2000; DCMS, 2004, 2002, 2001). A criatividade está presente, sem dúvida, em muitos aspectos da vida humana. O que parece novo para nós, esta mania recente sobre a criatividade, como diz Howkins, talvez seja a redescoberta da relação da criatividade na produção econômica, na produção científica, na inovação empresarial, no desenvolvimento pessoal e social, bem como uma ampla gama de aspectos sócioeconômicos que lançam luz sobre como vivemos no século XXI.)

que, por sua vez, é alcançada com criatividade, sendo essa a nova forma de concorrência, cujo foco é a novidade.⁴⁹

Assim, a singularidade, o caráter simbólico e o intangível são características dos bens e produtos criativos, e, portanto, são pilares da Economia Criativa, sem os quais ela não se sustentaria.

Segundo Paul Jeffcutt, a criatividade é vocábulo muito popular desde a década de 1990, por dar a impressão de ser uma característica que em alguma medida pode ser encontrada em qualquer lugar, porém, como anota o autor, a criatividade precisa de um contexto propício para florescer, além de organização. Ele ressalta que a criatividade estará presente em um contexto no qual ela ocorra organizadamente, ou seja, na interação de ambos, contexto e organização.⁵⁰

Nessa ordem de ideias são de grande importância as pesquisas para identificar o potencial criativo do País a fim de orientar os governantes, legisladores e até a sociedade civil para o máximo aproveitamento das oportunidades já existentes, bem como na visão e na criação de oportunidades.

Como potencial criativo, pode-se definir a capacidade real, porém latente, que uma dada área geográfica e seus habitantes, usando a criatividade, têm de produzir desenvolvimento econômico, empregos, renda e redução da pobreza. Essa aplicação da criatividade ocorre em várias frentes, a depender desse potencial.

O potencial criativo está ligado à arte (cultura), à ciência, à tecnologia, aos negócios, por exemplo, bem como na inter-relação dessas áreas. Este, sim, é um fenômeno novo, pois é da relação entre tecnologia e cultura, tecnologia e ciência, tecnologia aplicada aos novos negócios, arte e ciência, arte e negócios, ciência e negócios, que nasce a economia criativa, demonstrando o amplo espectro que têm as Indústrias Criativas.

A busca do potencial criativo não é propriamente uma novidade, pois, desde 2005, o governo de Hong Kong apresentou um estudo detalhado no qual demonstra um método para calcular o que chamou de Índice de Criatividade.

⁴⁹ AMIN, 1994 apud JEFFCUTT, Paul. O Ecosistema das Indústrias Criativas. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009, p.37.

⁵⁰ JEFFCUTT, Paul. op. cit., p. 37.

Esse índice é encontrado por meio da utilização do método dos 5Cs, como ficou conhecido, que é um cálculo, um enquadramento estatístico, como explica o próprio estudo, que visa a retratar o *status* criativo e o crescimento criativo de um dado local, ou seja, o potencial criativo. Ressaltamos que não se trata de mensurar somente os resultados do impacto da criatividade sobre a economia, como demarca o estudo; o método vai mais além:

*The Creativity Index (CI) is a new statistical framework for measuring the status of creativity and the determinants of the growth of creativity in a place. It is not merely a measurement of the economic outcomes of creativity, but also the flow of creative activities and the relative strength of determinant factors that contribute to the growth of creativity. The Creativity Index builds on various theoretical foundations, including the "Creative Capital Theory" advanced by Richard Florida and the conceptual frameworks derived from human, social and cultural capital.*⁵¹

Segundo o referido estudo, utilizado pela UNCTAD, o crescimento da criatividade depende de conjunção de quatro formas de capital, as três acima já citadas, e o capital institucional. É do resultado da inter-relação dessas formas de capital que surgem as manifestações de criatividade como resultado, no entanto o estudo acrescenta três premissas para operar o sistema do Índice Criativo: o reforço mútuo entre os determinantes, não existindo hierarquia entre eles, e, sim, relação direta, um reforçando o outro (capital social reforçando o capital humano, por exemplo); perspectivas multifacetadas do capital (vários dados coletados para o conhecimento do capital analisado), e relações dinâmicas entre criatividade, economia e sociedade (o índice criativo é feito para obter os muitos aspectos da criatividade e seu impacto).⁵²

⁵¹ Cf. HONG KONG. The Hong Kong Special Administrative Region Government. **A Study of creativity index.** Hong Kong, 2005. Disponível em: < http://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf>. Acesso em: 30 de abr.2011, p. 40. Tradução livre: O Índice de Criatividade (IC) é um enquadramento estatístico para avaliar o *status* da criatividade e os determinantes do crescimento da criatividade em um lugar. Não é apenas uma medida dos resultados econômicos da criatividade, mas também do fluxo de atividades criativas e a força relativa dos fatores determinantes que contribuem para a o crescimento da criatividade. O Índice de Criatividade se baseia em várias fundamentações teóricas, incluindo a "Teoria do Capital Criativo", de Richard Florida, e os marcos conceituais provenientes do capital humano, social e cultural.

⁵² HONG KONG. The Hong Kong Special Administrative Region Government. **A Study of creativity index.** Hong Kong, 2005. Disponível em: < http://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf>. Acesso em: 30 de abr. 2011, p. 40 a 42,.

O estudo do governo de Hong Kong assegura, ainda, que não há somente ganhos econômicos (item 1 ao 5 abaixo), oriundos do uso da criatividade, a serem analisados. Existem também ganhos advindos da atividade inventiva do setor econômico (itens 6 ao 9), e ainda ganhos não econômicos (itens 10 ao 17). Assim, para a apuração dos resultados gerais advindos da criatividade, estes devem ser medidos por meio destes itens:

Contribuição econômica da criatividade:

- 1 Valor percentualmente adicionado pelas indústrias criativas ao PIB;
- 2 Números de pessoas envolvidas nas indústrias criativas em relação ao percentual de trabalhadores;
- 3 Participação dos bens culturais em relação ao total da exportação de mercadorias;
4. Participação dos bens culturais em relação ao total da importação de bens.
5. Percentual das receitas de negócios com a venda de bens, serviços ou informações por meio de meios electrónicos (como um indicador que mede a atividade inovadora de *e-commerce*).

Atividade inventiva do setor econômico

6. A capacidade das empresas locais para vender produtos de marca no mercado internacional;
7. A capacidade das empresas locais para adquirir novas tecnologias;
8. Número total de pedidos de patentes per capita;
9. Percentagem de pedidos de patentes originadas de candidatos locais em relação ao número bruto de pedidos de patentes.

Outros resultados da atividade criativa;

10. Circulação diária de jornais per capita;
11. Número total de títulos de livros e periódicos recentemente registrados per capita;
12. Número total de títulos de música composta por habitante;
13. O número total de letras escritas por habitante;
14. Número total de filmes produzidos per capita;
15. O número total de exposições de filmes apresentados pelos serviços culturais governamentais per capita;
16. Número total de apresentações (artes cênicas) pelos serviços culturais governamentais per capita;
17. Área bruta de novos edifícios per capita.⁵³

⁵³ HONG KONG. op. cit., p. 43 e 44. Retirado da tabela *Table 2 : Framework for Measuring the Outcomes of Creativity. Economic contribution of creativity: 1.Value added of creative industries as percentage of GDP; 2.Number of persons engaged in creative industries as percentage of total employment; 3.Share of cultural goods relative to total export trade in goods; 4.Share of cultural goods relative to total import trade in goods; 5.Percentage of business receipts from selling goods, services or information through electronic means (as an indicator measuring innovative activity of e-commerce). Inventive Activity of economic sectors: 6.The ability of local enterprises to sell branded products in international market; 7.The ability of local enterprises to acquire new technologies; 8.Total number of patent applications per capita; 9.Percentage of patent applications originated from local applicants relative to gross number of patent applications. Other outcomes of creative activity: 10.Daily circulation of newspaper per capita; 11.Total number of book and periodical titles newly registered per capita; 12.Total number of music titles composed per capita; 13.Total number of lyrics written per capita; 14.Total number of films produced per capita; 15.Total number of film shows presented by government cultural services per capita; 16.Total number of performances (performing arts) by government cultural services per capita; 17.Gloss (sic) floor area of new buildings per capita.*

Esses são os indicadores para obter os resultados da criatividade, os chamados *outcomes of creativity*. Há, porém, os indicadores para se estabelecer os capitais envolvidos no modelo dos 5Cs: Capital social, Capital humano, Capital cultural e Capital estrutural ou institucional, que passamos a analisar.

4.7 Métodos de mensuração da criatividade e de seu crescimento: o modelo dos 5Cs

Identificamos todas as condições que integram as quatro formas de capital, as quais, juntas, somadas aos resultados da criatividade, formam o modelo dos 5Cs, sempre tomando por base a pesquisa *A study on crativity index*⁵⁴, realizada pelo governo de Hong Hong em convênio com o Centro de Pesquisa em Políticas Culturais da Universidade de Hong Kong, dado o fato de que o sistema já teve sua validade estatística comprovada.⁵⁵

Inicialmente, abordaremos o Índice do Capital Institucional ou Estrutural, pois é ele que mede as condições socioeconômicas que fornecem o contexto de desenvolvimento e proteção da criatividade e determina as condições de utilização e distribuição das outras formas de capital.

O relatório estabelece oito condições elementares para a configuração de uma estrutura institucional adequada para impulsionar a criatividade. São elas: sistema legal independente, baixos índices de corrupção, liberdade de expressão, informação e tecnologias da comunicação (TICs), infraestrutura social e cultural, presença de equipamentos comunitários, infraestrutura financeira adequada e o desenvolvimento do empreendedorismo.

Dentro desses oito condicionantes, são pesquisados os seguintes subitens:

A independência do sistema jurídico

1. Dados enumerado sobre a independência do sistema jurídico.

Percepções de corrupção

2. Percentil pontuado no Índice de Percepção da Corrupção

⁵⁴ Ibid., p. 45-56.

⁵⁵ Ibid., p. 42.

Liberdade de expressão

3. Percentil pontuado sobre a liberdade de imprensa
4. Percentil de pontuação sobre a liberdade de expressão

Condições de infra-estruturas de TIC

5. Percentual de estabelecimentos que utilizam computadores pessoais
6. Percentagem de estabelecimentos com ligação à Internet
7. Percentagem de estabelecimentos com a web page/web site
8. Percentual de domicílios com computadores pessoais
9. Percentual de domicílios com conexão à Internet
10. Assinantes de telefonia celular por população

A robustez das infra-estruturas sociais e culturais

11. Número total de organizações não-governamentais (ONGs) per capita
12. Usuários registados em biblioteca pública per capita
13. Número de livros em bibliotecas públicas per capita
14. O número total de assentos em todos os serviços culturais públicos per capita
15. Número de monumentos declarados por cidade
16. Número de museus por cidade

Disponibilidade de equipamentos comunitários

17. Número de centros comunitários e centros comunitários per capita
18. Número total de centros cívicos per capita

Infra-estrutura financeira

19. Número de empresas listadas per capita
20. Capitalização de mercado (em moeda local) por PIB
21. Empreendimentos com capital sob administração do lugar (em moeda local) por PIB
- Robustez de empreendedorismo
22. Cota de pequenas e médias empresas (PME) em relação ao número total de estabelecimentos
23. Percentil de pontuação no Índice de Produtividade no Trabalho (conjunto da economia)⁵⁶

O estudo mostra que um importante item deixou de compor o cálculo do Capital Institucional, que são os direitos da Propriedade Intelectual e as medidas de sua proteção. Isso decorre do fato de não haver dados suficientes que possam

⁵⁶ Ibid., p. 47. Retirado da tabela: *Table 3: : Framework for measuring Structural/Institutional Capital*. **Independence of the legal system:** 1. Enumerated data about independence of the legal system. **Corruption perceptions:** 2. Percentile scoring in Corruption Perception Index. **Freedom of expression:** 3. Percentile scoring on freedom of press; 4. Percentile scoring on freedom of speech. **Infrastructural conditions of ICT:** 5. Percentage of establishments using personal computers; 6. Percentage of establishments with internet connection; 7. Percentage of establishments with web page / web site; 8. Percentage of households using personal computers; 9. Percentage of households with internet connection; 10. Mobile phone subscribers per population. **Robustness of social and cultural infrastructure:** 11. Total number of Non-government Organizations (NGOs) per capita; 12. Registered public library users per capita; 13. Number of books in public libraries per capita; 14. Total number of seats in all government cultural services' performance venues per capita; 15. Number of declared monuments per city; 16. Number of museums per city. **Availability of community facilities:** 17. Number of community halls and community centres (sic) per capita; 18. Total number of civic centres (sic) per capita. **Financial infrastructure:** 19. Number of listed companies per capita; 20. Capitalisation (sic) of stock market (in local currency) per GDP; 21. Venture capital under the place's management (in local currency) per GDP; **Robustness of entrepreneurship:** 22. Share of Small-and-Medium Enterprises (SMEs) to total number of establishments; 23. Percentile scoring in Labour Productivity Index (whole economy).

abastecer as estatísticas, mas sua importância é reconhecida e já há planos para que venha compor a formação do Capital Estrutural e Institucional. Essa pretensão deixa claro que o modelo de Indústria Criativa dos países desenvolvidos é baseado na Propriedade Intelectual.

O segundo ponto a ser analisado no relatório *A Study on Creativity Index* é o Índice de Capital Humano, o qual poderíamos definir como uma fórmula para calcular a formação de trabalhadores criativos e consumidores de produtos criativos, em quantidades ótimas para propiciar o crescimento do ambiente criativo.

Países desenvolvidos e em desenvolvimento já descobriram que a educação é um forte fator de desenvolvimento econômico. Vale lembrar as conhecidas histórias de países como a República da Coreia, ou Coreia do Sul, como é conhecida no Brasil, a qual dedicou 10% de seu PIB à educação, por uma década inteira⁵⁷, e em 30 anos multiplicou em 12 vezes o número de jovens nas universidades e não deve ser por acaso que a pequena Coreia, já no ano 2000, obteve um PIB três vezes maior do que o nosso⁵⁸.

Esse índice leva em consideração os gastos que os países fazem, com equipes de pesquisa e desenvolvimento, o tamanho dessas equipes, os gastos com educação e a quantidade de habitantes com ensino superior, medição de movimento populacional (que pode demonstrar a entrada e a saída de residentes), entre outros que veremos a seguir:

Despesas com “Pesquisa e Desenvolvimento” ou “R&D” e Despesas educacionais

1. R & D (setor empresarial) como percentagem do PIB
2. R & D (ensino superior) em percentagem do PIB
3. R & D (público) em percentagem do PIB
4. A despesa pública em educação como percentagem do PIB

População de trabalhadores do conhecimento

5. Percentagem da população com 15 anos e acima, com escolaridade de nível superior (não graduados)

⁵⁷ RATIER, Rodrigo. É preciso investir mais para melhorar a educação. **Nova Escola**, São Paulo, ed. 230, março 2010. Disponível em: < <http://revistaescola.abril.com.br/politicas-publicas/planejamento-e-financiamento/preciso-investir-mais-para-melhorar-educacao-investimento-ranking-desenvolvimento-pib-brasil-539215.shtml>>. Acesso em: 30 abr. 2011.

⁵⁸ SZAJMAN, Abram. **Lições da revolução educacional coreana**. Rio de Janeiro: Adur-RJ, 2004. Disponível em: < http://www.adur-rj.org.br/5com/pop-up/revol_educacional_coreana.htm> Acesso em: 30 abr.2011.

6. Percentagem da população com 15 anos e acima, com escolaridade de nível superior (licenciatura e acima)
 7. Pessoal em R & D em percentagem da população ativa total
- Transitoriedade/mobilidade do capital humano**
8. Número total de chegadas de visitantes por população
 9. O número total de partidas por população residente
 10. Estimativa do número de emigrantes por população
 11. Número de vistos de trabalho por população ativa⁵⁹

Antes de avançar para o entendimento do que é Capital Social e Cultural, é preciso conhecer o conceito dos 3Ts, elaborado por Flórida e Tinagli⁶⁰ e ressaltado pelo estudo *Creativity Index*. Tecnologia, talento e tolerância estão, segundo os autores, intimamente ligados ao dinamismo econômico de um local, quando encontrados em altos índices. Eles asseveram que cada ser humano, de alguma forma, é criativo e poderia ser um inventor, mas que esse potencial é grandemente alterado por ambientes nos quais haja tolerância, e que essa tolerância possibilite o trânsito de pessoas de lugares diferentes, com experiências diversas, ensejando maior intercâmbio de conhecimento, com fluxo influenciado pelo acesso à tecnologia. Foi com essa teoria que colheram dados sobre “Classe Criativa” na Europa e, anteriormente, nos Estados Unidos.

Os pesquisadores de Hong Kong trabalharam de forma similar, para compor outros dois cálculos, que convencionaram chamar de Capital Social e Capital Cultural⁶¹, os quais tomam como referência o grau de conectividade das pessoas às redes sociais, bem como os desdobramentos dessa conectividade, índices que estão ligados à obtenção do Capital Social, e outros que medem o

⁵⁹ HONG KONG. op. cit., p. 49. Retirado da tabela: *Table 4: Framework for measuring Human Capital. R&D Expenditure & Educational Expenditure: 1. R&D expenditure (business sector) as percentage of GDP; 2. R&D expenditure (higher education) as percentage of GDP; 3. R&D expenditure (public) as percentage of GDP; 4. Public expenditure in education as percentage of GDP. Population of knowledge workers: 5. Share of population aged 15 and above with educational attainment at tertiary level (non-degree); 6. Share of population aged 15 and above with educational attainment at tertiary level (degree and above); 7. Number of R&D personnel as percentage of total working population. Transience/mobility of human capital: 8. Total number of visitor arrivals per population; 9. Total number of resident departures per population; 10. Estimated number of emigrant per population; 11. Number of working visas per working population.*

⁶⁰ FLORIDA, Richard. TINAGLI, Irene. **Europe in the creative age**, [s.l.]: Demos, 2004. Disponível em: < http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2010, p.12.

⁶¹ A noção de Capital cultural foi, primeiramente, desenvolvida por Bourdieu e Passeron, para definir a acumulação de experiências culturais, no sentido de caminho elaborado por meio de vivências. O acúmulo de “capital social”, segundo os autores, confere aos estudantes provenientes das classes mais abastadas, embasamento sólido para aproveitar bem mais as lições recebidas na escola, fato que lhes enseja vantagem em relação aos demais alunos. Cf. BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean-Claude. **Les heritiers: les étudiants et la culture**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1964. *passim*

quanto os indivíduos de um dado local valorizam as atividades criativas não diretamente ligadas a questões financeiras, ou seja, como um povo vê a arte e a cultura e em que medida dedica seu tempo à criatividade com atividade social; esses últimos dados, obviamente, ligados à obtenção do Capital Cultural.

O método envolve a coleta de dados diretamente nas comunidades avaliadas, mediante aplicação de questionários-padrão obtidos em estudos realizados na Universidade de Michigan por Inglehart e Baker⁶², ligeiramente adaptados a cada caso, porém que sejam comparáveis entre si, a fim de produzir um resultado por localidade e um resultado regional, nacional e até internacional, comparativo, uma vez que muitos países europeus e asiáticos já possuem esse trabalho realizado.

Os itens que devem ser pesquisados para dimensionar o Capital Social são os seguintes:

Desenvolvimento do capital social

1. Quantidade aprovada de doações (caridade) permitido pelo Imposto sobre Salários (em moeda local) como percentagem do PIB
2. Quantidade aprovada de doações (caridade) permitido pelo Imposto sobre lucros (em moeda local) como percentagem do PIB
3. Despesas de "bem-estar social", como percentual da despesa pública total

Qualidade de rede: as normas e valores da World Value Survey

4. Indicadores de confiança generalizada
5. Os indicadores sobre a confiança institucional
6. Indicadores sobre a reciprocidade
7. Indicadores sobre o senso de eficácia (no controle)
8. Indicadores sobre a cooperação
9. Indicadores sobre a atitude para com a diversidade
10. Indicadores sobre a aceitação da diversidade
11. Indicadores sobre a atitude em prol dos direitos humanos
12. Atitude em relação a erros e acertos de imigrantes estrangeiros
13. Atitude em relação a estrangeiros estilo de vida
14. Indicadores sobre valores modernos *versus* tradicionais
15. Indicadores sobre a auto-expressão *versus* sobrevivência

Rede de qualidade: a participação social da World Value Survey

16. Interesse em assuntos públicos
17. Participação na organização social
18. O contacto social com conhecidos
19. O contato social com a comunidade
20. Indicadores sobre o sentido de eficácia (o que você fez)

⁶² INGLEHART, Ronald. BAKER, Wayne. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. **American Sociological Review**. v. 65, fev. 2000, p. 19-51. Disponível em: <<http://my.fit.edu/~gabrenya/cultural/readings/Inglehart-Baker-2000.pdf>>. Acesso em: 10 mai, 2010.

21. O número total de voluntários per capita⁶³

Segundo assevera o já citado relatório da Universidade de Hong Kong, os padrões para a obtenção do Capital Cultural seguem o mesmo método de obtenção do Capital Social, e, nesse sentido, são colhidos dados relativos a bens e serviços culturais, em relação aos consumidores destes, bem como o comprometimento do setor público com investimentos em cultura.

São vários subitens que têm a finalidade de apurar questões com grande interferência no capital cultural, como o valor que se dá para proteção à Propriedade Intelectual, para educação em artes, por exemplo. Veem-se a seguir os itens que, segundo o *Creativity Index*, quando medidos, são capazes de calcular o capital cultural de um grupo social:

Gastos com Cultura

1. Gastos com "artes e cultura", como percentual da despesa pública total
2. despesas domiciliares com bens e serviços culturais, em percentagem do total das despesas da casa

Qualidade da rede: as normas e valores**-Atitude em relação a artes, atividades culturais e criativas**

3. Valor atribuído à atividade criadora
4. Valor atribuído à atividade criativa das crianças em idade escolar
5. Valor atribuído à atividades artísticas e culturais
6. Valor atribuído à atividades artísticas e culturais das crianças em idade escolar
7. Se o líder comunitário é um forte defensor para o avanço das artes e cultura do lugar

-Os fatores ambientais para atividades culturais e criativas

8. Avaliação do ambiente que incentiva atividades criativas
9. Avaliação do ambiente que incentiva a participação cultural
10. Valor colocado sobre a moralidade de comprar mercadorias pirateadas ou contrafeitas

Qualidade da rede: a participação cultural

11. Número de livros da biblioteca emprestados por ano por população

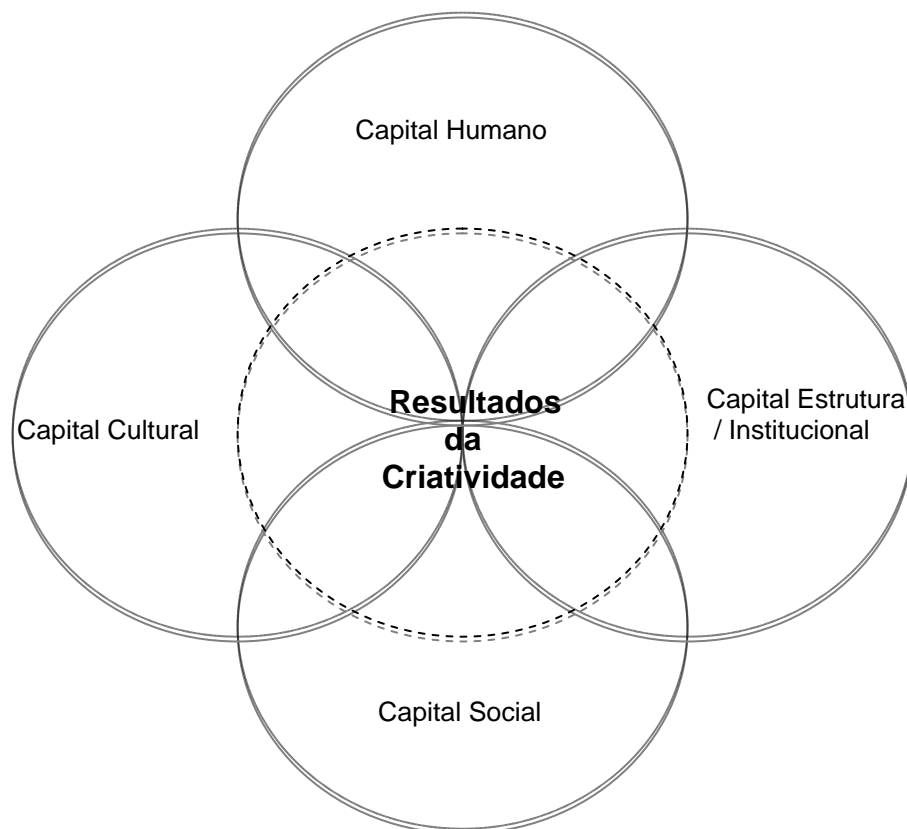
⁶³ HONG KONG, op. cit., p. 54. Retirado da tabela: Table 5: Framework for measuring Social Capital. **Development of social capital:** 1. Amount of approved charitable donations allowed under Salaries Tax (in local currency) as percentage of GDP; 2. Amount of approved charitable donations allowed under Profits Tax (in local currency) as percentage of GDP; 3. Expenditure on "social welfare" as percentage of total public expenditure. **Network quality: norms & values from World Value Survey:** 4. Indicators on generalized trust; 5. Indicators on institutional trust; 6. Indicators on reciprocity; 7. Indicators on sense of efficacy (on control); 8. Indicators on cooperation; 9. Indicators on attitude towards diversity; 10. Indicators on acceptance of diversity; 11. Indicators on attitude towards human rights; 12. Attitude towards rights and wrongs of foreign immigrants; 13. Attitude towards foreigners' life style; 14. Indicators on modern versus traditional values; 15. Indicators on self-expression versus survival; **Network quality: social participation from World Value Survey:** 16. Interest in public affairs; 17. Participation in social organization; 18. Social contact with acquaintance; 19. Social contact with community; 20. Indicators on sense of efficacy (on what you did); 21. Total number of volunteers per capita.

12. taxas de *royalties* pagos aos agentes arrecadadores de taxas de direitos autorais (excluindo receitas do exterior) (em moeda local) por população
13. Média de horas gastas por semana na internet para uso pessoal, em percentual de 168 horas
14. Número de visitas a serviços públicos cultural " museus", por população
15. Número de presentes às performances de serviços públicos culturais por população
16. Número de frequência ao cinema e mostras de vídeo apresentados pelos serviços overnamentais culturais por população⁶⁴

Ainda quanto ao Capital Cultural, os pesquisadores advertem que os itens podem ser melhorados e aprofundados à medida que dados, como as horas durante as quais a televisão fica ligada nos lares, por semana; quanto tempo se ouve rádio por semana, ou preferências culturais para espetáculos, por exemplo, estejam disponíveis em quantidades suficientes que permitam a produção de índices mais exatos.

O relatório destaca a existência de alguns dados componentes do Capital Social e do Cultural que são interdependentes, querendo, com essa afirmação, explicar que há intersecções de Capital Cultural e Capital Social, ocorrendo o mesmo entre o Capital Cultural e o Capital Humano, que por sua vez, tem intersecções com o Capital Institucional, o qual, a seu turno também se relaciona com o Capital Social, como se pode observar na figura abaixo, recriada com base no *A study on a Creativity Index*, que orientou o levantamento de critérios, realizado nesse item.

⁶⁴ HONG KONG. The Hong Kong Special Administrative Region Government. **A Study of creativity index.** Hong Kong, 2005. Disponível em: <http://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf>. Acesso em: 30 abr.2011, p. 55. Retirado da tabela: *Table 6: Framework for measuring Cultural Capital. Cultural expenditure: 1. Expenditure on "the arts & culture" as percentage of total public expenditure; 2. Household expenses on designated cultural goods & services as percentage of total household expenses. Network quality: norms & values. - Attitude towards arts, cultural and creative activities: 3. Value placed on creative activity; 4. Value placed on school-aged children's creative activity; 5. Value placed on arts and cultural activities; 6. Value placed on school-aged children's art and cultural activities; 7. Community leader to be a strong advocate for advancing the arts and culture of the place; -Environmental factors for cultural and creative activities: 8. Evaluation on milieu that encourages creative activities; 9. Evaluation of milieu that encourages cultural participation; 10. Value placed on the morality to buy pirated or counterfeit goods. Network quality: cultural participation: 11. Number of library books borrowed per year per population; 12. Royalty fees paid to copyright fees collecting agents (excluding revenue from overseas) (in local currency) per population; 13. Average hours per week spent on internet for personal use as percentage of 168 hours; 14. Number of visits to government cultural services' museums per population; 15. Number of attendance to performances by government cultural services per population; 16. Number of attendance to film and video shows presented by government cultural services per population.*



Fonte: Figura representativa da Interação do 5Cs elaborada por nós com base no relatório A Study of a creativity Index⁶⁵

Da análise do método dos 5Cs, destacamos a obtenção de 88 itens que devem ser analisados para se chegar ao Índice Criativo de determinada delimitação geográfica: uma localidade, uma cidade, um estado ou até um país. Esses itens estão ligados ao gráfico da figura anterior, preenchendo cada um dos círculos, e, como ficou demonstrado, compõem os capitais social, institucional, cultural e humano, acrescidos dos resultados da criatividade.

Os 88 elementos a serem pesquisados e que compõem o modelo proposto pelo relatório são um norte a ser seguido, como uma investigação científica balizadora para conhecer-se os números da criatividade, mas que pode ainda ser aperfeiçoada e contextualizada para a realidade brasileira, uma vez que, além dos itens sugeridos pelos pesquisadores de Hong Kong, a listagem também possui itens emprestados de uma pesquisa estadunidense (*World Values Survey*), como já expresse, que se baseia na noção dos valores tradicionais daquele país, certamente não idênticos aos nossos.

⁶⁵Cf. HONG KONG. op. cit., p. 41.

Mais do que sugerir os caminhos da pesquisa para medir a criatividade e o seu crescimento em local determinado, os itens apontam quais situações e elementos facilitam, incrementam e fomentam, bem como os que emperram a formação do capital humano, do capital cultural, do capital estrutural ou institucional, do capital social e dos melhores resultados da criatividade. Da coleta desses dados, uma vez identificados os pontos fracos da localidade, eles podem ser enfrentados.

Há, portanto, um longo trabalho a ser feito, que o Brasil pode fazer com rapidez e competência, utilizando alguns dados conhecidos, sobre os quais já há histórico, e colhendo os demais, utilizando o mesmo processo do censo realizado pelo IBGE, como já foi feito em relação aos hábitos culturais do brasileiro.

De posse desses estudos, os governos das quatro esferas executivas e legislativas podem elaborar políticas públicas acertadas e eficazes para viabilizar o crescimento das Indústrias Criativas, a instalação de novas atividades criativas e a formação de uma Economia Criativa no Brasil, sempre após às adaptações necessárias apontadas.

4.8 Um modelo de Indústrias Criativas para o Brasil. É possível?

Partindo do conceito de IC de Hartley, os esbarros para o emprego do modelo tradicional delas são muitos. O alicerce na PI, a relevância do consumo como sinônimo de cidadania e, a desconsideração de que há municípios de menos de 500 mil habitantes no Brasil, por exemplo, que possuem 13 provedores de internet, isso na região mais rica do País, a Sudeste, pois na região Norte, considerando a mesma população, o número de provedores cai para 2 (dados do IBGE de 2006)⁶⁶, ou seja, nossa população não é homogênea, também, quanto o critério é conexão.

Considerando as incompatibilidades retro, e tendo a premissa que é possível, como já visto, admitir-se a função social da Propriedade Intelectual, o

⁶⁶ IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos Municípios Brasileiros: Cultura** 2006. Rio de Janeiro: [s. e.], 2007, p. 237.

emprego do termo indústria para definir o setores criativos no Brasil, com o significado tradicional que a ele se atribui, seria impossível.

Ante tal impossibilidade busca-se no Brasil adotar a expressão Economia Criativa, para dar sustentação à ideia de flexibilização das leis de PI, bem como ter como seu objetivo maior a consecução dos direitos fundamentais já apontados no início do presente estudo.

Antes, porém, de abandonar a expressão Indústrias Criativas, havemos de analisar, ainda, uma possibilidade, que é a própria transmutação do vocábulo indústria.

O que pode parecer uma contrariedade em termos, qual seja, a utilização da palavra indústria para definir os arranjos criativos brasileiros, pode afinal não ser, pois, apesar de o sentido mais conhecido do vocábulo ser aquele que o qualifica como a “conjugação do trabalho e do capital para transformar a matéria prima em bens de produção e consumo”, o termo é plurívoco. Assim, o dicionário Aurélio reúne ainda outros sinônimos para a palavra indústria: aptidão ou perícia, e, em economia, invenção e engenho, como se lê:

Indústria. [Do lat. *Industria*, ‘atividade’] S. f. **1.** Destreza ou arte na execução de um trabalho manual; aptidão, perícia. **2.** Profissão mecânica ou mercantil; ofício. **3.** *Fig.* Invenção, astúcia, engenho. **4.** *Econ.* A atividade secundária da economia, que engloba as atividades de produção ou qualquer de seus ramos, em contraposição à atividade agrícola (primária) e à prestação de serviços (terciária). **5.** *Econ.* Conjugação do trabalho e do capital para transformar a matéria-prima em bens de produção e consumo. **6.** O conjunto das empresas industriais; o complexo industrial: *a indústria petrolífera; a indústria brasileira.* **7.** Qualquer dos ramos da indústria: *indústria pesada; indústria de calçado.* **8.** Usina, manufatura, fábrica: *Tem uma indústria de tapetes; A indústria da laminação de aço começou a funcionar diariamente.* [Cf. indústria, do v. industriar.]...**Pequena Indústria.** A que está entre a indústria propriamente dita e o artesanato. [Cf. indústria, do v. industriar.]⁶⁷.

Dessa forma, fica evidenciado que o fato de, por muitas vezes, sequer haver um pessoa jurídica envolvida, ainda assim, poderemos falar em Indústrias Criativas, para os arranjos criativos e empreendimentos coletivos, seja na

⁶⁷ INDÚSTRIA. In: FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio** da língua Portuguesa. 2. ed. rev.. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986, p. 940.

modalidade de Arranjos Produtivos Locais, de *Clustres Criativos*, na elaboração de conceito de Cidades Criativas, além, é claro, das empresas criativas.

O SEBRAE já trabalha com o desenvolvimento do conceito de “empreendimentos coletivos” e assegura que:

A legislação brasileira possibilita várias modalidades de formalização desses empreendimentos. Destacam-se as Associações, as Cooperativas, as Centrais de Negócios, os Consórcios de Empresas, as Empresas de Participação Comunitárias, as Sociedades de Propósito Específico, a Sociedade Garantidora de Crédito, entre outras⁶⁸

Corroborando esse entendimento, Cassiolato et al acentuam que,

Ao incorporar e consolidar os novos entendimentos sobre o processo de inovação, este conceito privilegia a produção baseada na criatividade humana em vez de trocas comerciais e da acumulação de equipamentos e de outros recursos materiais. Caracteriza-se a inovação e o aprendizado como processos interativos com múltiplas origens. Reforça-se, portanto, a relevância de, e a complementaridade entre, inovações incrementais e radicais, suas distintas formas e fontes. A empresa é vista como uma organização inserida em ambientes socioeconômicos e políticos que refletem trajetórias específicas. Cada caso deve ser entendido de acordo com suas peculiaridades e sua posição nos contextos nacional e internacional – com suas limitações e oportunidades – visando avaliar qual deve ser a estratégia mais apropriada para seu desenvolvimento...O enfoque abrange conjuntos de atores econômicos, políticos, sociais e suas interações, incluindo: empresas produtoras de bens e serviços finais e fornecedoras de matérias-primas, equipamentos e outros insumos; distribuidoras e comercializadoras; trabalhadores e consumidores; organizações voltadas à formação e treinamento de recursos humanos, informação, pesquisa, desenvolvimento e engenharia; apoio, regulação e financiamento; cooperativas, associações, sindicatos e demais órgãos de representação. Tal visão sistêmica abrange atores e atividades produtivas e inovativas: -com distintas dinâmicas e trajetórias, desde as mais intensivas em conhecimentos até aquelas que utilizam conhecimentos endógenos ou tradicionais; -de diferentes portes e funções, originários dos setores primário, secundário e terciário, operando local, nacional ou internacionalmente.⁶⁹

⁶⁸ CASTRO, Luiz Humberto de. **Arranjo produtivo local**. Brasília : SEBRAE, 2009. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/673F16CA67FC34B98325772A0046513A/\\$File/NT00044156.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/673F16CA67FC34B98325772A0046513A/$File/NT00044156.pdf). Acesso em: 13 jun. 2011, p. 6.

⁶⁹ CASSIOLATO, José E.; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M.. Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais e atividades culturais e políticas para sua promoção. In: CASSIOLATO, José E.; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M. **Arranjos Produtivos Locais**. Uma alternativa para o desenvolvimento. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p. 31-32.

O esforço que se requer, portanto, é do se desprender do arraigado sentido de indústria, para que, despidos dele, se possa elaborar um modelo de Indústrias Criativas, genuinamente brasileiro e adaptado para nosso País, modelo esse calçado na criatividade, na inovação e na flexibilização de métodos e conceitos, de paradigmas econômicos e também legais, principalmente em novos marcos regulatórios para a Propriedade Intelectual e também para a internet.

De todo o exposto, deve ficar consignada a ideia de que as Indústrias Criativas, no modelo tradicional, podem coexistir no Brasil, pois são uma atividade que possui meios próprios de adquirir financiamentos e condições de fomento, sem a necessidade de qualquer política pública para tal.

Resta-nos, por óbvio, a outra opção, qual seja, a do abandono completo da nomenclatura Indústrias Criativas, uma vez que a proposta brasileira é, de fato, diversa da Europeia e da proposta de Estados Unidos.

Esse abandono ensejaria trabalhar o conceito de Economia Criativa, o qual é muito mais amplo do que o anterior, e plenamente aplicável ao Brasil, mediante alguns ajustes legais no sentido da flexibilização e da coletivização dos dispositivos que hoje são excessivamente protetivos dos direitos intelectuais, e, portanto, excludentes.

Passa-se à verificação dos dados econômicos colhidos pela ONU acerca do modelo por ela concebido para a Economia Criativa.

4.9 Os números da Economia Criativa no mundo

A ONU publicou o primeiro relatório sobre Economia Criativa no início do ano de 2008, identificando, àquele tempo, que o setor das Indústrias Criativas era o mais dinâmico setor da economia mundial, mesmo considerando que, no alvorecer daquele ano, a crise mundial era, ainda, apenas uma ameaça e, passados dois turbulentos anos, as Nações Unidas publicaram, em 2010, novo relatório sobre a Economia Criativa, aduzindo que, diante do fracasso comercial de setores

tradicionais da economia, o comércio de bens e serviços criativos permaneceu robusto.^{70 71}

Segundo a consultoria Price Waterhouse Coopers, a Economia Criativa movimentada, em todo o mundo, US\$1,8 trilhão (um trilhão e oitocentos milhões de dólares) ao ano, ou seja, valores maiores do que o PIB do Canadá e da Espanha, por exemplo. As exportações de produtos e bens criativos, no mundo, cresceram em mais de 76% (setenta e seis por cento) entre 1996 e 2005, passando para US\$426,6 bilhões ou 3,4% do comércio global⁷².

O relatório da UNCTAD de 2010 dá destaque ao valor criado por governos e por empresários criativos, o que nos remete novamente à história da Microsoft. O documento destaca o fato de que, no ano de 2007, a empresa de Bill Gates obteve uma receita de US\$51, 12 bilhões, apresentando um crescimento de 15% em relação ao ano anterior.⁷³ Em 2008, a receita da Microsoft cresceu 18% em relação ao ano de 2007, chegando aos US\$60,42 bilhões⁷⁴ e, mesmo no ano fiscal de 2009, ano que contabilizou a crise mundial, as perdas da empresa foram da ordem de 3%, obtendo uma receita de US\$58,4 bilhões⁷⁵, declínio totalmente recuperado em 2010, por meio de um crescimento de 7%, com um faturamento que chegou a US\$62,5 bilhões⁷⁶

⁷⁰ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. XV.

⁷¹ Ainda sobre o assunto a UNCTAD afirmou, no memo relatório que: *Times of crisis offer opportunities to look at new options, approaches, and strategic directions. This report argues that while the creative economy's growth is not in itself a panacea, it does potentially offer more resilient, inclusive, and environmentally viable paths to recovery. Even if there is no one-size-fits-all prescription, the report outlines how governments can play a catalytic role by putting in place the policies, regulations, and institutions needed to strengthen their creative economies. Overall, the creative economy sectors can contribute a lot to growth and prosperity, especially for developing countries seeking to diversify their economies and build resilience to future economic crisis. We commend this report to all who are looking for innovative and sustainable development strategies.*

⁷² BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel, op.cit., p. 140.

⁷³ MICROSOFT news center. **Microsoft's annual Revenue Surpasses \$50 billion.** Disponível em: <http://www.microsoft.com/Presspass/press/2007/jul07/07-19Q4FY07ERPR.msp?rss_fdn=Press%20Releases>. Acesso em: 19 abr. 2011.

⁷⁴ MICROSOFT news center. **Microsoft's annual Revenue Reaches \$60 Billion.** Disponível em: <http://www.microsoft.com/presspass/press/2008/jul08/07-17fy08Q4earnings.msp?rss_fdn=Press+Releases>. Acesso em: 19 abr. 2011.

⁷⁵ MICROSOFT corporation. **Annual Report 2009.** Disponível em: <http://www.microsoft.com/investor/reports/ar09/10k_sl_eng.html>. Acesso em 19 de abr. 2011.

⁷⁶ MICROSOFT corporation. **Proxy Statement 2010.** Disponível em: <<http://www.microsoft.com/investor/proxy/Executive%20Summary.html>>. Acesso em: 19 abr. 2011.

São números como esses que chamaram a atenção dos países pioneiros no estudo e nas pesquisas sobre Economia Criativa, que sempre se iniciam com a coleta de dados econômicos a fim de elaborar um perfil nacional.

Ocorre, porém, que muitos países - o Brasil, por exemplo - não possuem dados sobre si mesmos, e, portanto, não conhecem suas potencialidades, vocações, o perfil de formação de seus cidadãos, apenas para exemplificar. Esses dados são de total importância para orientar as escolhas públicas, que definirão as políticas públicas adotadas pelos países, porém, antes mesmo de conhecer esses números, é preciso definir os métodos para obtê-los.

Para tanto, a ONU propõe métodos de obtenção de dados relativos à Economia Criativa que, uma vez adotados por todos os países, podem ensejar informações fidedignas e proporcionais, pois o que se vê ainda, sob a pluralidade de métodos, é a obtenção de números díspares e que podem conduzir erroneamente as políticas públicas adotadas por esses países e desencadear a perda de oportunidade de desenvolvimento ou até mesmo impactar negativamente o desempenho econômico desses Estados.

Segundo a UNCTAD,

The formulation of policy strategies to foster the development of the creative economy at the local, national or international level cannot proceed in a vacuum. Three requirements are critical to providing the sort of information and analysis upon which sound policy can be based. These are: -a systematic understanding of the structure of the creative economy, who the stakeholders are, how they relate to one another, and how the creative sector relates to other sectors of the economy; -sound methods to analyse the functioning of the creative economy and to assess the contribution it makes to economic, social and cultural life; and -comprehensive statistics to quantify the analytical methods and to provide a systematic basis for evaluation of the contribution of the creative sector to output, employment, trade and economic growth.⁷⁷

⁷⁷ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 73. Tradução livre: “A formulação de estratégias políticas para fomentar o desenvolvimento da Economia Criativa no plano local, nacional ou internacional não pode continuar em um vácuo. Três requisitos são essenciais para fornecer o tipo de informações e análises sobre as quais política sólida podem ser baseada. São eles: - uma compreensão sistemática da estrutura da Economia Criativa, quem são os atores, como eles se relacionam entre si, e como o setor criativo se relaciona com outros setores da economia; - métodos seguros para analisar o funcionamento da economia criativa e para avaliar sua contribuição para a vida econômica, social e cultural; - estatísticas completas para quantificar os métodos de análise e fornecer uma base sistemática para a avaliação da contribuição do setor criativo para produção, emprego, do comércio e crescimento econômico.”

Desta forma, evidencia-se que a UNCTAD destaca a necessidade de pesquisas sérias, sistemáticas, em todos os campos da Economia Criativa. Ela própria realiza suas pesquisas e as divulga a fim de demonstrar o potencial destas políticas, e também para convencer, cada vez mais, os países subdesenvolvidos e os em desenvolvimento de que essa é, realmente, a estratégia do século XXI.

4.9.1 Os números da economia criativa na América Latina

O Brasil sabe pouco sobre sua Economia Criativa e acerca da sua Indústria Criativa, comparado-se a países como Inglaterra, Austrália, Nova Zelândia, Estados Unidos que, como veremos, já possuem dados robustos acerca de suas potencialidades.

Os primeiros dados colhidos sobre Economia Criativa, no Brasil, foram obtidos por iniciativa do Ministério da Cultura, que, no ano de 2004, solicitou um estudo nacional para identificar o potencial do setor cultural no País. Os dados se restringem à indústria cultural, ou seja, são dados setoriais e não envolvem o total da economia criativa no País, mas dão conta de que já existiam, à época, 320 mil empresas culturais (5,7% do total das empresas brasileiras) que empregavam 1,6 milhão de trabalhadores (o que equivalia a 4% da força de trabalho do País) entre 2003 e 2005, no entanto ainda faltavam indicadores nacionais mais precisos que possibilitassem a formulação de políticas públicas adequadas. A oferta, a demanda e o acesso a bens e serviços culturais ainda era uma incógnita para o governo que, visando a um melhor entendimento sobre essas e outras questões, realizou um estudo durante os anos de 2006 e 2007, nos 5564 municípios brasileiros, para conhecer o perfil cultural deles⁷⁸

Outro estudo mais abrangente revelou que a economia criativa, no Brasil, tinha um núcleo composto por 12 segmentos de Indústrias Criativas, responsáveis por 21,8% do total da força de trabalho (equivalente a 7,6 milhões de trabalhadores),

⁷⁸ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p.55.

que contribuíram, em 2006, com 16,4 do PIB do País, percentual equivalente a R\$381,3 bilhões.⁷⁹

É importante notar que, desde 2003, o Brasil investe na coleta de dados que possam embasar a formulação de políticas públicas adequadas para o fomento da economia criativa, buscando um desenvolvimento que privilegie as potencialidades locais, priorizando a sustentabilidade e a preservação das várias formas de cultura produzidas em nosso País, com redução da pobreza e consequente diminuição das desigualdades regionais, e a ONU, por meio da UNCTAD, colabora com o Governo brasileiro.

Na América Latina, é muito díspar a importância que os países dão à Economia Criativa. Também o potencial dos países é variado, porém um consenso foi o impacto que o relatório da UNCTAD de 2008 teve sobre os governos da região, demonstrando o potencial socioeconômico das Indústrias Criativas, na redução da pobreza, na inclusão social e no desenvolvimento sustentável e, desde então, grande parte dos países do MERCOSUL tem adotado as classificações da UNCTAD sobre as Indústrias Criativas e formas de moldar políticas de públicas voltadas para seu fomento.⁸⁰

Cada região é analisada pelo relatório de 2010 da UNCTAD, que apresenta um mapa da Economia Criativa com dados levantados pelos próprios países reunidos nesse documento, que passou a ser referência na matéria, assim como seu antecessor, lançado em 2008.⁸¹

Na Argentina, os dados do *Creative Economy Report*, colhidos em 2010 pela UNCTAD, informam que a participação da cultura no PIB portenho passou de 2,3% em 2004 para 3,5% em 2009, e o governo vem criando e alterando leis para fomentar a economia criativa, inclusive uma lei federal que transformou a Secretaria de Cultura em Ministério.⁸²

Somam-se a essas iniciativas a alteração da lei sobre Propriedade Intelectual; os debates em torno da lei que regula a radiodifusão, que foram

⁷⁹ SISTEMA FIRJAN, 2008, op. cit., p. 3 e 4..

⁸⁰ UNITED NATIONS – UNCTAD, 2010, op. cit., p. 52..

⁸¹ Ibid., p. 53-54.

⁸² Ibid., p. 53-54.

iniciados; e a criação de um Conselho Federal para debater a televisão pública, tudo isso em 2008.⁸³

Somente na capital, Buenos Aires, entre 2003 e 2007, as Indústrias Criativas contribuíram em 9% para o PIB e foram responsáveis por 9,5% dos empregos, sendo 60 mil novos postos criados. Em 2008, US\$ 4,3 bilhões de dólares foram acrescentados à economia da cidade, graças aos setores criativos, transformando-se na sua maior atividade econômica.⁸⁴

Os setores que mais impressionam são o de audiovisual (cinema, televisão e publicidade) e o editorial, que cresceu, apenas em 2008, 5%, destacando-se 6 em cada 10 filmes, 8 em cada 10 produções publicitárias, e 70% dos títulos foram impressos na capital argentina, eleita pela United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO a capital mundial do livro para o ano de 2011, pois possui a maior concentração de livrarias do País e da América Latina. Nacionalmente, o *designer* é um dos destaques, pois cresceu 12% ao ano entre 2005 e 2007, contribuindo sozinho com US\$ 700 milhões de dólares em exportações, para a balança comercial. Vestuário, artigos de couro e calçados também aparecem em destaque e juntos movimentaram US\$ 2,6 bilhões de dólares no ano de 2007.⁸⁵

O mesmo documento da UNCTAD informa que o Chile organiza anualmente um relatório para medir os impactos das Indústrias Criativas na economia do País, e a sexta edição desse relatório narra que a Economia Criativa, notadamente no setor cultural, contribui com 1,3% para o PIB, empregando 65 mil trabalhadores nas áreas de artes visuais, artesanato, cinema e teatro, editorial, música, meios de comunicação, na conservação do patrimônio e no desporto, ressaltando que o relatório levanta dados apenas nas áreas que envolvem o patrimônio, a criação, o lazer, os meios de comunicação e os indicadores transversais.⁸⁶

Segundo a UNCTAD, o México tem uma pujante economia criativa, e muitas pesquisas são feitas sobre seu impacto na economia daquele país, porém

⁸³ Ibid., p. 53-54.

⁸⁴ Ibid., p. 53-54.

⁸⁵ Ibid., p. 53-54.

⁸⁶ Ibid., p. 55-56.

não há uma constância na publicação desses dados. A Indústria Criativa mexicana ocupa o 5º lugar no ranque das indústrias estratégicas, isso sem contabilizar moda e decoração, que ocupam o 6º lugar. Dentro desse universo das Indústrias Criativas, a ordem, em faturamento, é encabeçada pelo mercado da televisão e da distribuição de conteúdos, o qual, no ano de 2006, teve um faturamento de \$167 bilhões de dólares, com faturamento estimado para 2011 na ordem de US\$251 bilhões de dólares, seguido pela publicidade, que movimentou 479 bilhões de dólares em 2008 (grande parte desse valor também ligado à televisão).⁸⁷

O mercado mexicano de joias e presentes feitos de prata se destaca, por ter exportado mais de US\$100 milhões em 2007, somando mais de 12 mil estabelecimentos comerciais nesse campo (o país é grande produtor de prata). Também o setor calçadista marca seu lugar, pois exportou, em 2007, US\$ 500 milhões. As empresas de decoração e mobiliário marcam presença na economia com US\$ 3,7 bilhões exportados, em 2008, e, mais recentemente o cinema mexicano, o qual obteve incentivos fiscais, produziu 77 filmes, entre 2007 e 2008, criando 30 mil empregos diretos, pendente ainda no país uma democratização do acesso a tecnologias da informação.⁸⁸

A Colômbia ainda não possui dados, mas tem se aproximado cada vez mais do conceito de Economia Criativa, investindo na gastronomia e no patrimônio cultural do país, pois os primeiros estudos indicaram que há um impacto positivo dos setores criativos na redução da pobreza e na inclusão social. Também a Venezuela, reconhecendo o papel fundamental que a cultura tem na movimentação da economia, criou, em 2005, o Ministério da Cultura, que vem dando novas formas às políticas públicas em matéria econômica.⁸⁹

O documento da UNCTAD conclui que os países da América Central, em sua maioria por falta de recursos e não por ignorarem a importância desses estudos, têm deixado de realizar as pesquisas necessárias à formulação de políticas públicas de incremento às suas Indústrias Criativas, fato que TRAZ prejuízos inestimáveis à região. Recentemente, a Guatemala se tornou uma exceção entre os países centro-americanos, produzindo seus primeiros estudos (considerando a Indústria Cultural

⁸⁷ Ibid., p. 56.

⁸⁸ Ibid., p. 56.

⁸⁹ Ibid., p. 56-57.

apenas), os quais historicamente que a participação da cultura no PIB do país chegou a 7,6% no ano de 2005, isso considerando-se apenas a economia formal, mas se os números da economia informal e da ilegal forem considerados, o percentual sobe para 9,02%, pois estima-se que metade da produção econômica daquele país seja informal ou ilegal, e, ainda assim, a economia criativa cresceu à taxa de 7,3% ao ano, entre 2001 e 2005, taxa mais alta do que os demais setores da economia, e emprega 7,14% da força de trabalho.⁹⁰

4.9.2 Os números da economia criativa na África

O Continente Africano tem um grande potencial cultural, porém há uma grande disparidade entre os países, no que se refere ao grau de desenvolvimento das Indústrias Criativas locais, desde aqueles que têm uma indústria fonográfica estabelecida (África do Sul e Zimbábue), até países em que a produção musical é artesanal. Além da música, os países africanos também se destacam por outras manifestações de seu patrimônio cultural, como os conhecimentos tradicionais, a dança e o artesanato. Artes visuais e cinema puderam ser detectados em estudos feitos pela ONU, porém há, entre tantas outras dificuldades, a falta de um sistema de proteção à Propriedade Intelectual eficaz, bem como a dificuldade que os artistas encontram em obter suporte técnico e financeiro, sucumbindo aos apelos feitos por empresários de mercados já desenvolvidos, que oferecem condições de trabalho e renda,⁹¹ correndo-se o risco da perda do patrimônio cultural daquele continente, dada a massificação à qual são submetidos os países mais frágeis.

Desde o ano 2000, há uma tentativa de organizar o setor musical no Continente Africano, contudo, até o momento, não houve possibilidade de uma uniformização de procedimentos, o que dificulta a atuação de organismos internacionais que buscam ajudar, principalmente, na redução da pobreza. De outro lado, já houve o entendimento, em âmbito continental, de que a Economia Criativa é uma grande saída para o Continente Africano, e muitos eventos relacionados à temática foram realizados em diversos países (Ministerial Conference -

⁹⁰ Ibid., p. 57.

⁹¹ Ibid., p. 41-45.

Moçambique/2000; Segundo Encontro para África, Caribe e Pacífico - Dakar/2006; UNCTAD XII – Accra/2008; Colóquio organizado por uma comissão do Parlamento europeu, chamado “Cultura e criatividade como vetores para o desenvolvimento” – Bruxelas/2009, por exemplo), com a formação de algumas políticas públicas regionais, as quais desaguaram em empréstimos do Banco Mundial para execução de projetos ligados à preservação do patrimônio cultural e de proteção à identidade cultural, e, embora os avanços sejam facilmente perceptíveis, os números dessas investidas ainda não estão disponíveis, apesar do muito que se evoluiu no Continente, com a disseminação dos conceitos de Economia Criativa e de Indústrias Criativas, além das muitas instituições envolvidas nesses projetos.⁹²

Mesmo o relatório da UNCTAD tendo dado um panorama geral do estado da arte no Continente Africano, ele oferece uma leitura mais afinada dos países com maiores destaque no contexto. Assim, o Egito é citado por ter efetivado um fórum de discussões, no ano de 2010, junto à União do Mediterrâneo e dos seus parceiros, para debater como o patrimônio cultural e o artesanato poderiam transformar-se em uma opção de desenvolvimento sustentável e de geração de empregos e renda. Paralelamente, foram discutidas opções para proteger a Propriedade Intelectual e seus direitos conexos; a adequação dos membros ao Direito Internacional; a elaboração de um arcabouço jurídico padronizado; além da elaboração de uma carta de intenções, o “*Cairo Document*”, pelo qual os países signatários se comprometeram a elaborar políticas e investimentos para a promoção e o desenvolvimento do artesanato na área do Mediterrâneo, bem como alocar recursos para facilitar a documentação, a proteção, o desenvolvimento, a formação, a educação e a comercialização internacional do artesanato tradicional.⁹³

4.9.3 Os números da economia criativa na Ásia do Pacífico

Outra parte do mapeamento feito pela UNCTAD cobre a Ásia, na região do Pacífico, que envolve economias maduras com o Japão e a República da Coreia e também abrange economias que estão em pleno crescimento, como Singapura e

⁹² Ibid., p. 41-45.

⁹³ Ibid., p. 45.

Malásia. O que se pode relatar desses estudos é a presença do conceito de Economia Criativa e de Indústrias Criativas, que, aos poucos, ganham relevância.

Governantes de cidades asiáticas situadas no Japão, na China, na República da Coreia e em Singapura já utilizam políticas públicas para o fomento do setor, uma vez que entenderam seu potencial, principalmente, na criação de empregos, receitas e comércio, concentrando, nessas áreas, os levantamentos que realizam, pois os países asiáticos sempre concentraram seus investimentos no turismo, os quais, como alternativas, são projetos com alcance limitado e não atingem as populações mais pobres que, por outro lado, se beneficiariam com o crescimento da indústria do artesanato.⁹⁴

A China, nesse panorama, merece destaque, em virtude do seu grande crescimento econômico (30 anos consecutivos de crescimento em níveis superiores aos de qualquer outro país) e a uma receita que se tem mostrado infalível, que é a mistura afinada entre cultura tradicional e alta tecnologia, regida multidisciplinarmente por vários ministérios: comércio, cultura, ciência e tecnologia, informação e educação, o que tem sido responsável pela receita do sucesso chinês e que identificou, nas Indústrias Criativas, um dos pilares de seu desenvolvimento econômico. Para dinamizar as indústrias proporcionando grande crescimento, ensejando valor agregado a produtos e serviços criativos, o país vem alterando até velhos paradigmas, com novas formas de financiamento que envolvem até parcerias privadas, empréstimos públicos para empresas rentáveis e viáveis, que, somados a incentivos fiscais, reformas estruturais, com novos modelos de desenvolvimento sustentável, fizeram o país superar mais rapidamente a crise mundial que teve início em 2008, cujos efeitos ainda são sentidos em muitos outros países.⁹⁵

Mesmo a UNCTAD afirmando que as Indústrias Criativas da Indonésia ainda não foram devidamente mapeadas, declara, em seu relatório, que essas indústrias contribuíram com 4,7% do PIB do país em 2006, cresceram 7,3% em 2008 e foram capazes de absorver 3,7 milhões de trabalhadores, o equivalente a

⁹⁴ Ibid., p. 47.

⁹⁵ Ibid., p. 47-48.

4,7% da força de trabalho total. Os principais setores são o de moda (que cresceu 30%), o de artesanato (com crescimento de 23%) e o da publicidade, com 18%⁹⁶.

Índia, Malásia, República da Coreia, Singapura e Tailândia também já se conscientizaram acerca da importância da Economia Criativa em seus países e, cada um deles, dentro de suas especificidades, já tem produzido pesquisas acerca de suas potencialidades e com elas, de maneira geral, produzido políticas públicas para o incremento de empregos, renda e aumento do PIB, sempre atrelado ao conceito de sustentabilidade, porém o relatório de 2010 da UNCTAD não tem números estatísticos para esses Estados.

São destaque, nesses países, o grande potencial criativo, o significativo patrimônio cultural, a multiplicidade de aptidões específicas, elementos ainda desconhecidos no Ocidente, fato que faz aumentar, ainda mais, as possibilidades de crescimento do mercado desses países. Vale citar Índia, com sua indústria cinematográfica; República da Coreia, com sua tecnologia e seus *games*; Singapura, com a sua contemporânea arte visual, e Tailândia, com seus artigos de decoração e móveis.

4.9.4 Os números da economia criativa na Ásia Central e no Oriente Médio

Certamente, acerca da análise do *Creative Economy Report 2010* produzido pela UNCTAD, fica evidente a complexidade da difusão do conceito de Economia Criativa, pois, nesse conjunto, há países que estão apenas inaugurando uma economia de mercado, ou seja, estão adentrando um universo totalmente novo para eles, sendo que as dificuldades não terminam nesse ponto, pois há, ainda, questões religiosas, políticas e a informalidade da produção cultural em geral que impera na região. Apesar das diferenças entre eles, no entanto há pontos comuns, como a tradição do nomadismo, a riqueza dos respectivos patrimônios históricos e pontos comuns a certos grupos, como passamos a analisar.

Os Emirados Árabes já visualizaram, na Economia Criativa, a solução para diversificar o comércio global, e há um projeto para construir um “Louvre” e um

⁹⁶ Ibid., p. 48-49.

“Guggenheim” em terras árabes. Em Dubai, surge uma pujante indústria cinematográfica e artística. A Christie’s, tradicional casa ocidental de leilões, faturou 9,4 milhões em vendas naquela cidade.⁹⁷

O Irã se destaca por sua indústria cinematográfica e por ser responsável por quase 15% do mercado mundial de tapetes, um de seus carros-chefe. O Líbano é de longe o maior polo de produção e pós-produção de conteúdos para TV e cinema, pois oferece sete cursos universitários na área, concentrando também a maior quantidade de pessoas que falam três idiomas, situação que facilita os contatos com o Ocidente e permite a oferta de traduções também, ocasionando grandes oportunidades de emprego para os jovens. E, por fim, não é possível deixar de mencionar a Turquia e a sua capital Istambul, eleita a Capital Cultural da Europa para 2010, a qual, com sua posição geográfica estratégica, pôde reunir Oriente e Ocidente em eventos, festivais culturais e simpósios sobre cultura, um deles especificamente sobre cidades e Indústrias Criativas no século 21.⁹⁸

Um estudo da Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI, do ano de 2004, citado pelo relatório 2010 da UNCTAD, revela que as quatro principais indústrias baseadas na proteção dos direitos de Propriedade Intelectual (editorial, gravação musical, cinema e *software*), nos cinco países mais desenvolvidos do Oriente Médio (Egito, Jordânia, Líbano, Marrocos e Tunísia), ainda têm muito potencial para se desenvolver, e o mercado para novas mídias digitais, no Oriente Médio, tinha previsão de crescimento a taxas de dois dígitos por ano nos próximos cinco anos. O crescimento da região deveria superar significativamente o resto do mundo, pois espera uma taxa de expansão média de 6,6%⁹⁹, previsões essas que possivelmente não se confirmarão em virtude da crise política que se instalou na região, em abril de 2011.

Restou, portanto, demonstrado que, mesmo no modelo ainda restrito de Economia Criativa das Nações Unidas, os ganhos são vultosos e, não esquecendo as necessárias ressalvas quanto a práticas predatórias de culturas populares e saberes tradicionais, os resultados são, de fato impressionantes.

⁹⁷ Ibid., p. 50-52.

⁹⁸ Ibid., p. 50-52.

⁹⁹ Ibid., p. 52.

Assim, indubitavelmente urge a construção de um modelo brasileiro, mas o que nos falta?

4.10 O que falta para o Brasil aproveitar plenamente seu potencial criativo

A ausência de políticas voltadas para a afirmação da Economia Criativa, seja no modelo tradicional delas (o da UNCTAD) ou em um modelo adaptado à realidade de nosso País, ensejou um deficit em diversas áreas estratégicas para a criação e o fomento das Indústrias Criativas no Brasil.

Segundo acentuam Cláudia Sousa Leitão et al,

Apesar de seu efetivo potencial de crescimento, alguns obstáculos vêm impedido sua expansão: a baixa disponibilidade de recursos financeiros para o financiamento de negócios dessa natureza; o baixo investimento em capacitação dos agentes atuantes na cadeia produtiva dessas indústrias, agentes cuja atuação exige visão de mercado, de gestão de negócios e de conhecimento técnico e artístico; pouca infraestrutura no que se refere à distribuição dos bens e serviços. Também o Brasil, reconhecido por sua diversidade cultural e seu potencial criativo, sofre com todos esses obstáculos. Isso ocorre em razão da ausência de formulação e implementação de políticas públicas de fomento à economia criativa, que promovam um choque de oferta a partir, por exemplo, do apoio à profissionalização desses novos negócios, estruturação de infraestrutura para a circulação e a difusão de bens e serviços criativos, além da concessão de créditos como apoio ao investimento no setor¹⁰⁰.

A falta de profissionais capacitados para lidar com o setor causa prejuízos enormes, notadamente aos micro e pequenos empreendedores, pois são eles os mais frágeis, e os que mais precisam de incentivos, e, uma vez que as agências nacionais de fomento não emprestam dinheiro sem que haja garantias, sem que as ideias sejam apresentadas de forma clara e viável, aos olhos delas, esses empreendedores ficam impossibilitados de conseguir incentivos.

¹⁰⁰ LEITÃO, Cláudia Sousa et al. Nordeste Criativo e desenvolvimento: esboço de uma metodologia para o fomento da economia criativa no nordeste brasileiro. In: CALEBRE, Lia (org). **Políticas Culturais: reflexões sobre gestão, processo participativo e desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009, p.132.

Outro problema é a inexistência de dados confiáveis relativos ao setor, como já analisado. A obtenção de dados é o alicerce sobre o qual poderão se elaborar as tão desejadas políticas públicas para fomentar e formar as Indústrias Criativas em nosso País, sempre buscando a adequação às realidades brasileiras.

Áreas como audiovisual e *software* são tratadas de forma diferente por apresentarem níveis aceitáveis de organização e modelos já conhecidos:

A indústria de software é exceção, porque conta com o apoio da indústria de capital de risco nacional. Os fundos brasileiros já surgiram, há uma década, inspirados no modelo do Vale do Silício, nos Estados Unidos, onde um ciclo virtuoso de baixo investimento e alto retorno criou grandes empresas, como a Microsoft e a Google. O audiovisual também tem posição privilegiada. É nesse setor que há a mais bem montada política de incentivos públicos, elemento tido como essencial para atender às necessidades peculiares dessas áreas.¹⁰¹

Em contraposição a ideia de fomento público, aparece a noção de sustentabilidade, pois se uma indústria necessita sempre de fomento, quer dizer que ela, por si mesma, é incapaz de atingir seus objetivos e de se impulsionar, e esse é um ponto central, pois o fomento não pode ser perene, mas apenas propulsor, para retirar da inércia as iniciativas viáveis¹⁰².

Formação, gestão, incentivo, infraestrutura, políticas públicas, tudo muito repisado. Falta, ainda, nesse território dos entraves, a discussão sobre os Direitos Autorais, nos moldes do já apresentado no capítulo 2. É somente com uma nova visão de Direitos Autorais, uma visão que os flexibilize sem destruí-los, uma legislação que possibilite o acesso a bens e serviços culturais a populações carentes, mas que também se justifique como facilitadora da aquisição de Propriedade Intelectual dessas mesmas populações ante os predadores vorazes que sempre surgem diante de presas fáceis.

Outro sério problema é a inexistência de marcos regulatórios adequados, pois será necessário um arcabouço jurídico que seja capaz de harmonizar as tensões naturais que surgem da exploração comercial da arte em geral, da moda e de tantas outras atividades criativas, ou seja, necessitaríamos de uma revisão das

¹⁰¹ BARIFOUSE, Rafael; SALGADO, Raquel. op.cit., p. 143.

¹⁰² LEITÃO, Cláudia Sousa et al. op.cit., p.133.

leis de Propriedade Intelectual à luz de uma dinâmica que conduza ao desenvolvimento sustentável.

Um marco regulatório dedicado às Indústrias Criativas, dado esse novo cenário econômico, deve ser adaptado, a fim de gerar ventos que impulsionem as mudanças necessárias; mudanças políticas e sociais que poderão retirar o Brasil das estatísticas funestas do Índice de Desenvolvimento Humano – IDH que atribui ao país a 73ª posição no ranque dos 169 países pesquisados¹⁰³.

Cabe inda lembrar que o governo tem papel fundamental, na coleta de dados, como facilitador dessa nova dinâmica, transversalizando as ações estratégicas, as quais, com base nos dados colhidos e decifrados, possam fomentar os capitais envolvidos na formação de índices criativos excelentes.

É tarefa governamental também a criação e o reforço de mecanismos institucionais que atuem diretamente na educação, na formação de empreendedores, na abertura de linhas de crédito e na recolocação do País no cenário internacional.

Para que esse entendimento seja pleno, importante é lembrar o papel do direito nas mudanças sociais, com visto no primeiro capítulo. O papel do jurista é tão mais importante, quando o que se pretende é a utilização do Direito como fator de mudanças sociais. Nesse sentido, os juristas exercem um papel ativo na vida social na qual estão inseridos. Mãos à obra!

¹⁰³ RANKING do IDH 2010. PNUD. Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento. Disponível em: http://www.pnud.org.br/pobreza_desigualdade/reportagens/index.php?id01=3600&lay=pde>. Acesso em: 6 jun.2010.

CONCLUSÃO

Partindo-se da premissa de que o direito ao desenvolvimento é um direito humano, positivado na ordem internacional, e que é, segundo análise sistêmica de nossa Constituição, um direito fundamental também positivado, ele é um direito de todos e um dever de todos, individualmente e em conjunto.

Todos os cidadãos e cidadãs temos direito ao desenvolvimento particular de nossas potencialidades, bem como temos direito de ver prosperar nossa Nação, portanto, temos direito ao seu desenvolvimento.

De se ressaltar que essa constatação encontra abrigo na primazia da liberdade, em todas as suas acepções, e no princípio da solidariedade humana, que norteiam a formação de uma sociedade altruísta e fraterna.

Assim, o desenvolvimento desejado não é desenvolvimento econômico apenas. Além de econômico, o desenvolvimento deve ser fundado nos princípios da inclusão social, na sustentabilidade, que também é social, e na diversidade cultural. Deve, portanto, ser inclusivo.

Somente esse desenvolvimento é capaz de reduzir a pobreza, de erradicar a fome, de gerar trabalho e renda, educação e cidadania plena. Somente esse desenvolvimento é capaz de constituir uma sociedade livre, justa e solidária, como preceitua nosso Texto Constitucional.

Com efeito, as escolhas públicas não são de fato escolhas, são deveres, e devem visar a promover o desenvolvimento nos moldes acima. Assim, as políticas públicas advindas destas escolhas deverão refletir este ideal.

Fica evidente, portanto, que não se fala aqui em faculdade do Estado e sim em obrigação; obrigação de fazer as escolhas e promover as políticas públicas voltadas à consecução dos objetivos da República Federativa do Brasil, constitucionalmente inventariados.

O papel do Direito e do jurista é fundamental neste panorama de necessária mudança de paradigmas, uma vez que ambos podem, e devem, ter

participação ativa, consoante suas atribuições. O papel passivo deve ser deixado para momentos em que a própria sociedade produz as mudanças, caso em que o jurista utilizará o Direito para avançar na consolidação, ou não, de determinadas mudanças. No caso em tela, o momento requer participação ativa positiva, para a formulação de novos paradigmas legais que permitam, e, principalmente, fomentem o desenvolvimento.

No Brasil, essas medidas são mais do que desejadas, elas são urgentes, pois, apesar dos avanços sociais, o Brasil ainda exhibe números impressionantes de pobreza e miséria, que deveriam tirar o sono de cada homem e mulher de bem de nosso País.

De outra parte, surgem nos países desenvolvidos dois modelos desenvolvimentistas, os quais ocupam lugar de destaque na agenda mundial e se apresentam, em nosso entendimento, sob dois formatos distintos: as Indústrias Criativas (IC) e a Economia Criativa (EC).

A primeira é baseada na geração e exploração de Propriedade Intelectual, portanto, apoiada na escassez artificial, sendo este, conseqüentemente, um modelo de indústria feito para países desenvolvidos, cujas necessidades básicas da vida já estão atendidas e os cidadãos estão em busca de algo a mais, à procura de lazer, de luxo, de experiências inéditas que envolvam satisfação pessoal e qualidade de vida.

Não descartamos de plano o modelo das IC, pois elas se aplicam a determinados ramos, mesmo no Brasil, apenas, é importante se ressaltar que elas não necessitam de políticas públicas, pois são acumuladoras de capital, porquanto produzem riqueza com maior facilidade, em princípio, e podem se organizar sozinhas e conseguir linhas de financiamento junto à iniciativa privada e aos bancos.

Já a Economia Criativa apresentada pela UNCTAD oferece a alternativa de desenvolvimento de grandes possibilidades, com números que seduzem governos e universidades, mas que é tímido nos avanços necessários e ainda prestigia, em boa medida, a Propriedade Intelectual.

Assim, a Economia Criativa as Indústrias Criativas, no modelo da UNCTAD, convivem em harmonia, a segunda chegando a aparecer como o “coração” da primeira, apesar da contradição de propostas, uma vez que as IC têm como pilar a PI, e a EC, nos moldes das Nações Unidas, chega a cogitar na flexibilização da PI.

E se o modelo internacional não é ideal, é um ponto de partida para que possamos formular um modelo brasileiro, pois a Economia Criativa como norte de políticas públicas adequadas é capaz de promover desenvolvimento sustentável e humano em vez de simples crescimento econômico no País.

Neste modelo de EC, não há que se falar em escassez, e sim em abundância, pois a criatividade, um de seus insumos básicos, é abundante, e, sendo abundante, deve sobejar à demanda, e nesse aspecto, ela é inclusiva, sendo, portanto, apropriada para países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, uma vez que é baseada na flexibilização dos direitos de Propriedade Intelectual, caracterizada pela primazia da dimensão simbólica dos produtos e serviços e no caráter intangível deles.

Muito se fala em flexibilização, bem como em coletivização dos direitos de Propriedade Intelectual, e é fato que elas podem ser operadas, uma vez que a PI também é direito/dever, como o é a propriedade em geral, estando, portanto, limitados os direitos dos proprietários pelos balizadores de sua função social.

Nesse sentido, foi de relevância chegar-se à conclusão de que o Direito Autoral, porção da PI mais ligada ao tipo de desenvolvimento desejado para o Brasil, pode ser limitado, equalizando os interesses privados (do autor) com os interesses públicos (da coletividade).

Quando houver interesses públicos, é facultada, portanto, a limitação dos direitos do autor, sem que isso enseje a perda deles, por óbvio, pois a limitação é temporária e para certos empregos específicos, quais sejam, promover a circulação de conhecimento, para que ele alcance as populações excluídas e desprovidas de condições de acesso a tais conhecimentos, sendo esta dosimetria mais uma tarefa que pode também ser exercida pelos juristas

Ficou demonstrado que o modelo protecionista e exclusivista dos direitos de PI está esgotado, em razão dos influxos das novas tecnologias, notadamente da internet, sobre ele, pois inúmeros são os casos de *fair use* em diversas áreas de arte (trabalho artístico novo sobre trabalho artístico anteriormente realizado), e mesmo de uso e reprodução não autorizados, o que não se consegue refrear.

Um dos resultados desses influxos é o livre (e veloz) trânsito de conteúdo nas páginas na *web*, sendo o senso comum, do homem médio, aquele que entende a Internet como território livre, o que de forma alguma corresponde à realidade. Urge, portanto, a criação de um marco civil que regule as relações mantidas nesta esfera, uma vez que as políticas públicas de combate à pirataria no Brasil se mostraram questionáveis.

Desde a década de 1980, a pirataria (produção, circulação e comercialização ilegais de produtos falsificados) vem se consolidando como crime na cultura jurídica brasileira, e, diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos da América, onde é tratada como ilícito civil, essa criminalização onera os cofres públicos e, em última instância, os contribuintes.

O Governo Federal utiliza-se de números, supostamente produzidos por agências internacionais e consultorias, para afirmar que a pirataria é o crime mais lucrativo no mundo, movimentando anualmente US\$ 522 bilhões, contra US\$ 360 bilhões do tráfico de drogas, baseando suas políticas públicas nestes e em outros dados que são tidos como verdadeiros pelo Ministério da Justiça.

Estes números são considerados irreais pelo governo dos EUA, o qual assim se posicionou em abril de 2010, por meio do GAO, órgão daquele país, compatível ao nosso Tribunal de Contas da União.

Mais grave não é um possível engano nesses cálculos, e sim o reflexo desse engano, sobre os gastos que nosso País faz no combate à pirataria, uma vez que as decisões envolvendo despesas públicas devem observar um real benefício ao povo brasileiro. Se o benefício não está comprovado, ou ao menos confiavelmente medido, os gastos não estão justificados.

No ano de 2001, o governo instituiu o Comitê Nacional de Combate à Pirataria, o qual publica seus relatórios nas páginas do Ministério da Justiça, e sobre eles este estudo apresenta uma tabela comparativa entre os resultados das apreensões realizadas, bem como um levantamento dos gastos públicos em relação a três itens selecionados dentro das Leis do Orçamento dos anos de 2003 a 2006, quais sejam a proteção concorrencial, a modernização da Polícia Federal e o projeto de proteção global que envolve a Propriedade Intelectual.

Da comparação entre os valores apreendidos em bens e dos valores investidos nos três itens selecionados, fica evidente que, além do problema em torno do rol dos produtos contabilizados, não há uma proporção entre investimentos e apreensões, pois são apenas três itens os selecionados, e os valores de apreensões são nacionais.

Por óbvio, que não se pretendeu obter uma certeza por meio destes levantamentos, pois a pesquisa teve um universo restrito de itens, mas sim indícios que justifiquem futuras pesquisas acerca desses dados e, principalmente, levantar dúvidas quanto à posição adotada pelo Brasil no combate à pirataria, sem que isso possa parecer uma indicação para que o País deixe de atuar na prevenção e no combate aos delitos de pirataria e contrafação.

Ao contrário disso, o que se pretende é sinalizar que os investimentos estatais devem perseguir objetivos legitimamente nacionais, evitando que o Estado brasileiro trabalhe para grandes conglomerados da moda e do entretenimento, como ocorre atualmente.

Por outro lado, redirecionando as escolhas públicas, parte dos gastos antes dedicados ao combate à pirataria pode ser aplicada em políticas públicas que objetivem a criação e a consolidação da Economia Criativa no Brasil.

Importantíssimo é o trabalho de diferenciação entre Indústrias Criativas e Economia Criativa, sendo a primeira definida em Hartley como uma ideias que 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.

Várias são as críticas em relação ao modelo Indústrias Criativas, e concluímos que ele não é talhado para países não desenvolvidos, pois é incapaz de perceber as limitações que encerra, e que são muitas.

O modelo Indústrias Criativas é baseado na geração, exploração e circulação de PI, em larga escala, por meio das redes sociais, e tem como destinatários os consumidores cidadãos.

Pois bem, analisando esses componentes, fica fácil de demonstrar a sua inaplicabilidade para o Brasil, uma vez que em nosso País nem todos os cidadãos têm condições de consumir bens e serviços, a não ser os de primeira necessidade. Ainda como empecilho, temos o fato de que há municípios de menos de 500 mil habitantes no Brasil, por exemplo, que possuem 13 provedores de internet, isso na região mais rica do País, a Sudeste, pois na região Norte, considerando a mesma população, o número de provedores cai para 2 (dados do IBGE de 2006), ou seja, nossa população não é conectada.

E por fim, cabe enfrentar o conceito de cidadão-consumidor, conceito que, em países ricos, não ensejaria tanta polêmica, mas que em países como o nosso é totalmente inaplicável, pois se a cidadania estivesse atrelada a consumo, teríamos, no mínimo, 16 milhões de brasileiros (que vivem na pobreza extrema) que não seriam cidadãos, portanto, resta comprovada a incompatibilidade das IC para o Brasil alcançar o desenvolvimento nos moldes já definidos, embora alguns setores estejam usando a nomenclatura erroneamente.

Mostrou-se adequado para o Brasil o modelo de Economia Criativa, não o proposto pela UNCTAD, pela timidez da postura em relação à PI e à aceitação de sua função social, mas sim um modelo ainda mais audacioso do que o da ONU.

A fim de que ele se viabilize, serão necessárias pesquisas no intuito de conhecer o potencial dos setores criativos no País. É com base nessas pesquisas que um plano nacional de fomento aos setores criativos pode ser elaborado.

Para as pesquisas, o Brasil já possui tecnologia e estrutura disponíveis, pois o IBGE já tem conhecimento para análises dessa envergadura. O próprio banco de dados do órgão pode servir de ponto de partida para essa coleta, uma vez que

números relativos à cultura já foram coletados, havendo um mapeamento completo da cultura no País, realizado em 2006, sendo necessária a ampliação para outras áreas também alcançadas pela EC.

A EC é um conceito de economia que prestigia o desenvolvimento sustentável, humano e social, o qual se encontra em fase de evolução, e que dá ênfase ao capital intelectual e a ativos culturais, com reflexos que se espraiam por diversas áreas, pois possui dimensões além da econômica, como a cultural, a social, a antropológica, a ambiental e a tecnológica .

O desenvolvimento oriundo das políticas públicas voltadas à EC é gerador de empregos, renda, inclusão social, proteção do patrimônio histórico e da diversidade cultural. É um desenvolvimento visto desde uma compreensão total dos fenômenos humanos e sociais do País.

São várias as facetas da EC, pois ela é inclusiva, podendo operar na esfera pública e na particular, no formato de empresas, cooperativas, instituições com ou sem fins lucrativos e até ONGs, nas áreas da cultura, do comércio, da indústria, do turismo e se faz presente na educação, no trabalho, no lazer e no entretenimento.

O distintivo dos produtos e serviços criativos oriundos da Economia Criativa tem sua marca na intangibilidade, que agrega valor a eles quando usa a criatividade como insumo. Neste sentido, a criatividade é insumo inesgotável, mas requer tratamento estratégico.

Com efeito, do tratamento estratégico da criatividade, apresentamos as pesquisas que investigaram o Índice Criativo de Hong Kong e que podem servir de guia para o desenvolvimento de método semelhante, a fim de pesquisar o Índice Criativo de um dado local, apontando os fatores que facilitam, incrementam e fomentam, bem como os que emperram a formação do capital humano, do capital cultural, do capital estrutural ou institucional, do capital social e dos melhores resultados da criatividade.

Por meio da análise destes dados, os governos, em todos os níveis, poderão identificar os pontos fracos, os quais devem ser atacados, para o aproveitamento total do potencial criativo de dada localidade.

O potencial é muito grande, os exemplos já existem, e os números são impressionantes, mas a tarefa está apenas se iniciando, apesar de o Brasil já possuir alguns exemplos que se encaixam na definição aqui desenvolvida.

O País terá ainda que enfrentar os obstáculos ao desenvolvimento da Economia Criativa, quais sejam, dificuldade de convencer os agentes financiadores da higidez de negócios desta natureza; poucos recursos estatais voltados para as políticas públicas necessárias; a falta de mão de obra, em curto prazo; a falta de estrutura para formar mão de obra em longo prazo; e toda sorte de entraves no que diz respeito à infraestrutura de produção, distribuição e difusão dos produtos criativo.

Do rol dos desafios ora delineado, surge a certeza de que a estratégia é transtornosa e multidisciplinar, e, necessariamente, deverá contar com membros de todos os ministérios brasileiros, numa verdadeira estratégia de guerra contra a miséria, contra a pobreza e as desigualdades regionais, em prol da consolidação de uma cidadania plena, para todos os brasileiros, independentemente de credo, raça ou cor, nos melhores moldes concebidos em nossa Constituição Federal.

REFERÊNCIAS

ABRANTES, Angela Maria Rocha Gonçalves de. O princípio da solidariedade e o Direito Econômico. **Prim@ Facie** – Revista da Pós-Graduação em Ciências Jurídicas da UFPB, João Pessoa, ano 3, n. 4, p.127-139, jan./jun. 2004, p. 127. Disponível em: <<http://www.ccj.ufpb.br/primafacie>>. Acesso em: 21 set. 2009.

AC VIEIRA – Esculturas, pinturas e gravuras. Tarsila do Amaral “Abaporu – 1928”. Disponível em : <http://acvieira.arteblog.com.br/1645/Tarsila-do-Amaral-Abaporu-1928-OST/>. Acesso em: 20 ago. 2011.

ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

AMARAL FILHO, Jair do; CORDEIRO, Rosemary de Matos. Arranjo Produtivo do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte, Ceará. In: CASSIOLATO, José E.; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M. **Arranjos Produtivos Locais**. Uma alternativa para o desenvolvimento. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

APPLE caminha para superar a Microsoft também em receita operacional. **Macmagazine**. Disponível em: <<http://macmagazine.com.br/2010/06/02/grafico-apple-caminha-para-superar-a-microsoft-tambem-em-receita-operacional/>>. Acesso em: 28 abr. 2011.

APPLE deve anunciar receita 50% maior no trimestre, enquanto os rivais tentam se reposicionar. **Ig Tecnologia**. Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/noticia/2011/01/14/apple+deve+anunciar+receita+50+maior+no+trimestre+enquanto+rivais+tentam+se+reposicionar+10346378.html>>. Acesso em: 28 abr. 2011.

APPLE X Microsoft. **Veja.com**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/cronologia/microsoft-apple/index.html>>. Acesso em: 28 abr. 2011.

ARRUDA JUNIOR, Edmundo Lima de. **Direito moderno e mudança social**. Belo Horizonte: Del Rey, 1997.

ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito Civil**: Reais. Lisboa: Coimbra, 1993.

_____. A função Social do Direito Autoral e as Limitações Legais. In: ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; WACHOWICZ, Marcos (Coords.). **Direito da propriedade intelectual**. Estudos em homenagem ao Padre Bruno Jorge Hammes, Curitiba: Juruá, 2006.

_____. **Direito Autoral**. 2. ed. ver. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

_____. Os direitos intelectuais e a propriedade: novas perspectivas. In: I Simpósio Internacional de Propriedade e meio ambiente e I Encontro temático do Projeto Casadinho, I., 2009, Fortaleza. **Exposição oral**. Fortaleza: UFSC/UFC, 2009.

Disponível em: <http://www.direitoautoral.ufsc.br/casadinho/prog_i_reuniao_tem.php>. Acesso em: 25 dez. 2010.

BALEEIRO, Aliomar. **Uma introdução à ciência das finanças**. 15. ed. rev. e atual. por Dejalma de Campos. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

BARBOSA, Denis Borges. Domínio público e Patrimônio Cultural. In: ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; WACHOWICZ, Marcos (Coords.). **Direito da propriedade intelectual**. Estudos em homenagem ao Padre Bruno Jorge Hammes, Curitiba: Juruá, 2006.

_____. **Uma introdução à Propriedade Intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BARIFOUSE, Rafael, SALGADO, Raquel. Negócios Movidos a Ideias. **Época Negócios**, São Paulo: Globo, ano XX, n 46, 2 dez. 2010.

BARROS, Luiz Celso de. **Ciências das Finanças – Direito Financeiro**. 4. ed. EDIPRO: São Paulo, 1991.

BASSO, Maristela. Propriedade Intelectual e Direito Internacional. In: 8ª Semana do Direito, 2010, Fortaleza. **Exposição oral**. Fortaleza: Faculdade Christus, 2010. Disponível em: <http://www.fchristus.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=530:confira-a-programacao-da-8o-semana-do-direito-7o-encontro-de-iniciacao-a-pesquisa-e-a-docencia-e-5o-encontro-de-pesquisadores&catid=40:noticias>. Acesso em: 15 jan. 2011.

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Compreendendo as Indústrias Criativas. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos intelectuais na Constituição**. In Revista de informação legislativa, ano 24, n. 96, out/dez, 1987.

BOBBIO, Norberto. **A Era dos direitos**. Tradução de Carlos Celso Coutinho. 10. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

_____. **Da estrutura à função**. Tradução de Daniela Beccaccia Versiani. Consultoria técnica: Orlando Seixas Bechara e Renata Nagamine. Barueri: Manole, 2007.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. 25. ed. atual. e ampl. São Paulo: Malheiros, 2010.

BOUDON, Raymond. **Efeitos perversos e ordem social**. Tradução de Analúcia T. Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean-Claude. **Les heritiers: les étudiants et la culture**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1964.

BRASIL, Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário oficial da União**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>. Acesso em: 05 de jan. 2010.

BRASIL. Lei n. 9.677 de 02 de julho de 1998. Altera dispositivos do Capítulo III do Título VIII do Código Penal, incluindo na classificação dos delitos considerados hediondos crimes contra a saúde pública, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 02 de julho de 1998. Disponível em: < https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9677.htm>. Acesso em: 16 jan. 2011.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2003**. Consolidação dos Programas de Governo. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.4.%202003/03.2.4.1.%20Projeto%20de%20Lei/420Projeto%20de%20Lei/430-PLOA%20-%20volume%202.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2004**. Disponível em: < http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.5.%202004/03.2.5.1.%20Projeto%20de%20Lei/420-Projeto%20de%20Lei/420-PLOA%20-%20volume%201.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2004a**. Disponível em: < http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.5.%202004/03.2.5.1.%20Projeto%20de%20Lei/420-Projeto%20de%20Lei/430-PLOA%20-%20volume%202.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2010.

BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. 1º. Relatório de atividades do CNCP. **O Brasil contra a Pirataria**. 2005a. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>>. Acesso em: 05 mai. 2010.

BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. 2º **Relatório de atividades do CNCP**. 2005b. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>>. Acesso em: 10 abr. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2005c**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.6.%202005/03.2.6.1.%20Projeto%20de%20Lei/420-Projeto%20de%20Lei/420-PLOA%20-%20volume%201.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2010.

BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. 3º. **Relatório de atividades do CNCP**. 2006a. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>>. Acesso em: 15 abr. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2006b**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.7.%202006/03.2.7.1.%20Projeto%20de%20Lei/390-Proposta%20do%20Executivo/430-Volumes%20do%20Projeto%20de%20Lei/430-Volume%20-%20-%20Consolidação%20dos%20Programas.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2007**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.8.%202007/03.2.8.1.%20Projeto%20de%20Lei/410-Proposta%20do%20Executivo/430-Volumes%20do%20Projeto%20de%20Lei/390-Volume%201%20-%20-%20Texto%20do%20Projeto%20de%20Lei%20e%20Quadros%20Orçame.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2007**. Disponível em: <<http://www8.senado.gov.br/businessobjects/enterprise115/desktoplaunch/signa/abreSigna.do?docId=18345&kind=Webi>>. Acesso em: 30 ago. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2008**. Disponível em: <http://www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/arquivo/03.%20LOA-Elab/03.2.%20Outros%20Anos/03.2.9.%202008/03.2.9.1.%20Projeto%20de%20Lei/390-Proposta%20do%20Executivo/410-Volumes%20do%20Projeto%20de%20Lei/410-Volume%201%20-%20-%20Texto%20do%20Projeto%20de%20Lei%20e%20Quadros%20Orçame.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Orçamento da União 2008**. Disponível em: <<http://www8.senado.gov.br/businessobjects/enterprise115/desktoplaunch/signa/abreSigna.do?docId=83679&kind=Webi>>. Acesso em: 30 ago. 2010.

BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e delitos contra a Propriedade Intelectual. **Brasil Original - Compre essa atitude**. 2009. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7B1450A8F5%2D90F9%2D4EE7%2DB58C%2D36EA406FD360%7D>>. Acesso em: 05 mai. 2010.

BRITISH COUNCIL. **Creative and Cultural Economy series/2**. Mapping the creative industries: A Toolkit. London, 2010. Disponível em http://www.britishcouncil.org/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2011.

CANADA. The Ministry of Tourism and Culture. **Ontario's Entertainment & Creative Cluster: A framework for Growth**. Disponível em: <http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/Creative_Cluster_Report.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2011.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores y Ciudadanos: Conflictos Multiculturales de La Globalización**. México: Grijalbo, 1995.

CARBONI, Guilherme. **Função Social do Direito do Autor**, Curitiba: Juruá, 2006.

CASSIOLATO, José E.; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M.. Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais e atividades culturais e políticas para sua promoção. In: CASSIOLATO, José E.; MATOS, Marcelo Pessoa de; LASTRES, Helena M. M. **Arranjos Produtivos Locais**. Uma alternativa para o desenvolvimento. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

CASTRO, Luiz Humberto de. **Arranjo produtivo local**. Brasília : SEBRAE, 2009. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/673F16CA67FC34B98325772A0046513A/\\$File/NT00044156.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/673F16CA67FC34B98325772A0046513A/$File/NT00044156.pdf). Acesso em: 13 jun. 2011.

CHAIM, Célia. Quem tem fome tem pressa. **Isto é Independente**. n.1727. 07 nov. 2002. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/27047_QUEM+TEM+FOME+TEM+PRESSA>. Acesso em: 26 jun. 2011.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial - Direito de Empresa**. São Paulo: Saraiva, 2008.

COSTA, Reginaldo da. **Ética do Discurso e Verdade em Apel**. Belo Horizonte: Del Rey, 2002.

CRETELLA JUNIOR, José. **Direito Romano moderno**: introdução ao Direito Civil brasileiro. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1996.

DEHEINZELIN, Lala. **Economia Criativa**: uma tímida tentativa de definição (parte1). Cultura e Mercado. 2006. Disponível em: < <http://www.culturaemercado.com.br/pontos-de-vista/economia-criativa-uma-timida-tentativa-de-definicao-parte-1/>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

DEL NERO, Patrícia Aurélia. **Propriedade intelectual**: a tutela jurídica da biotecnologia. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

DEL VECCHIO, Giorgio. **História da Filosofia do Direito**, Porto Alegre: Lider, 2004.

DIAZ, Elias. **Sociologia y filosofia del derecho**. Madrid: Taurus, 1997.

DINIZ, Márcio. Estado social e princípio da solidariedade. **Nomos** - Revista do Curso de Mestrado da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Estado do Ceará, Fortaleza, v.26, p.171- 184, jan./jun. 2007.

EHRlich, Eugen. **Fundamentos da Sociologia do Direito**. Brasília: UNB, 1986.

ELEVENTH session of the United Nations Conference on Trade and Development. **UNCTAD XI**. 2004, São Paulo, Brazil, 13 - 18 june. Disponível em: <http://www.unctadxi.org/templates/Startpage_____4.aspx>. Acesso em 15 out. 2010.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA DO NORTE. **Copyright Law** – Chapter 5. Copyright Law of the United States of America and Related Laws Contained in Title 17 of the United States Code. Disponível em: < <http://www.copyright.gov/title17/92chap5.html>>. Acesso em: 03 mai. 2011.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA DO NORTE. United States Government Accountability Office – GAO. **Intellectual property**. Observations on Efforts to Quantify the Economic Effects of Counterfeit and Pirated Goods. 2010 . Disponível em <<http://www.gao.gov/new.items/d10423.pdf> >. Acesso em: 01 jun. 2010.

FERREIRA, Pinto. **Sociologia do desenvolvimento**. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

FERREIRA, Waldemar. **Tratado de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 1962.

FLORIDA, Richard. **The rise of creative class-** And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002.

FLORIDA, Richard. TINHAGLI, Irene. **Europe in the creative age**, [s.l.]: Demos, 2004. Disponível em: < http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2010.

FURTADO, Celso. **Desenvolvimento e subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

_____. **Cultura e Desenvolvimento em época de crise**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

_____. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Cia das Letras, 2008.

GALUPPO, Marcelo Campos. O que são Direitos Fundamentais? In: SAMPAIO, José Adércio Leite (Org.). **Jurisdição constitucional e direitos fundamentais**. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

GÊNOVA, Leonardo de. Patente de Biotecnologia: Evolução e Perspectivas. Conpedi. **Anais eletrônicos...** Disponível em <http://conpedi.org/manaus/arquivos/anais/bh/leonardo_de_genova.pdf>. Acesso em: 29 dez. 2009.

GORDON, Wendy J. Intellectual property. In: CANE, Peter; TUSHNET, Mark (eds.). **The Oxford handbook oh legal studies**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

GOYANES, Marcelo. **Tópicos em propriedade intelectual** – marcas, direitos autorais, design e pirataria. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

HAMMES, Bruno Jorge. **O direito de Propriedade Intelectual**. 3. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

HARTLEY, John. **Creative Industries**. 6. ed. Victoria: Blackwell Publishing, 2008.

HONG KONG. The Hong Kong Special Administrative Region Government. **A Study of creativity index**. Hong Kong, 2005. Disponível em: < http://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf>. Acesso em: 30 de abr.2011.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos Municípios Brasileiros**: Cultura 2006. Rio de Janeiro: [s. e.], 2007.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo Dicionário Aurélio da língua Portuguesa. 2. ed. rev.. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

INGLEHART, Ronald. BAKER, Wayne. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. **American Sociological Review**. v. 65, fev. 2000, p. 19-51. Disponível em: < <http://my.fit.edu/~gabrenya/cultural/readings/Inglehart-Baker-2000.pdf>>. Acesso em: 10 mai, 2010.

JEFFCUTT, Paul. O Ecosistema das Indústrias Criativas. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

LAFER, Celso. **A Reconstrução dos Direitos humanos**. São Paulo: Cia. das Letras, 1991.

LAWRENCE, Thomaz B., PHILLIPS, Nelson. Compreendendo as indústrias culturais In: **Indústrias Criativas no Brasil**. KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.) São Paulo: Atlas, 2009.

LEITÃO, Cláudia Sousa et al. Nordeste Criativo e desenvolvimento: esboço de uma metodologia para o fomento da economia criativa no nordeste brasileiro. In: CALEBRE, Lia (org). **Políticas Culturais**: reflexões sobre gestão, processo participativo e desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.

LEMOS, Ronaldo. Os Números Erram. **Revista Trip**, n.189, 2010. Disponível em: < <http://revistatrip.uol.com.br/revista/189/colunas/os-numeros-erram.html>>. Acesso em: 10 jun. 2010.

LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. **Cultura Livre, Negócios Abertos**. International Development Research Centre. Rio de Janeiro: Overmundo. 2008. Disponível em < <http://www.overmundo.com.br/banco/pesquisa-fgv-cultura-livre-negocios-abertos-do-tecnobrega-ao-cinema-nigeriano#-banco-16775>>. Acesso em: 12 jun. 2011.

LIMA, Carmem Lúcia Castro, SOUZA, Elizabeth Regina Loiola da Cruz. Aglomerações Produtivas: Proposta de um método de pesquisa. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

LÔBO, Paulo Luis Netto. Princípio da Solidariedade Familiar. In: VI Congresso Brasileiro de Direito de Família, Maceió, 2007. Tema: Família e Solidariedade. Anais do VI Congresso Brasileiro de Direito de Família. Maceió: **IBDFAM**, 2008. Disponível em < <http://www.ibdfam.org.br/?congressos&evento=6>>. Acesso em 20 set. 2009.

LOCKE, John. **Segundo Tratado do governo**: ensaio relativo à verdadeira origem, extensão e objetivo do governo civil. Coleção a obra prima de cada autor. Tradução de Alex Martins. 2. ed. São Paulo: Martin Claret, 2005.

LOPES, Ana Maria D'Ávila. A cidadania na Constituição Federal brasileira de 1988: redefinindo a participação política. In: BONAVIDES, Paulo; LIMA, Francisco Gérson Marques de; BEDÊ, Fayga Silveira (Coords.). **Constituição e Democracia: Estudos em Homenagem ao professor J.J. Gomes Canotilho**, São Paulo: Malheiros, 2006.

MARMELSTEIN, George. **Curso de direitos fundamentais**. São Paulo: Atlas, 2008.

MATIAS, João Luis Nogueira. **A função social da empresa e a composição de interesses na sociedade limitada**. São Paulo, 2009. Tese (Doutorado em Direito Comercial). Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2009.

MERCADO de internet na China não deve ser destacado do resto do mundo, segundo Google. **O Globo**, Rio de Janeiro, 26 abr. 2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2011/04/26/mercado-de-internet-na-china-nao-deve-ser-destacado-do-resto-do-mundo-segundo-google-924327512.asp>>. Acesso em: 05 mai. 2011.

MICROSOFT corporation. Annual Report 2009. Disponível em: <http://www.microsoft.com/investor/reports/ar09/10k_sl_eng.html>. Acesso em 19 de abr. 2011.

MICROSOFT corporation. Proxy Statement 2010. Disponível em: <<http://www.microsoft.com/investor/proxy/Executive%20Summary.html>>. Acesso em: 19 abr. 2011.

MICROSOFT news center. Microsoft's annual Revenue Reaches \$60 Billion. Disponível em: <http://www.microsoft.com/presspass/press/2008/jul08/07-17fy08Q4earnings.mspx?rss_fdn=Press+Releases>. Acesso em: 19 abr. 2011.

MICROSOFT news center. Microsoft's annual Revenue Surpasses \$50 billion. Disponível em: <http://www.microsoft.com/Presspass/press/2007/jul07/07-19Q4FY07ERPR.mspx?rss_fdn=Press%20Releases>. Acesso em: 19 abr. 2011.

MIGUEZ, Paulo. Os Estudos em Economia da Cultura e Indústrias Criativas. In: KIRSCHBAUM, Charles et al. (Coords.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

MIGUEZ, Paulo. The Bahia Carnival. In: ANHEIER, Helmut K., ISAR, Yudhishtir R. (editors). **The Cultural Economy**. London: SAGE Publications, 2008.

Ministério do Trabalho e do Emprego. **Rais – Orientações**. Disponível em: <http://www.rais.gov.br/RAIS_SITIO/orientacoes.asp>. Acesso em: 17 mai. 2011.

MIRÂNDOLA, Pico Della. **A dignidade do homem**. Coleção Grandes Obras do Pensamento Universal – 26. Tradução, Comentários e Notas de Luiz Feracine. São Paulo: Escala, 1985.

NADER, Paulo. **Introdução ao estudo do Direito**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

OLIVEIRA, Gustavo Henrique Justino. Direito ao Desenvolvimento na Constituição Brasileira de 1988. In: **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico - REDAE**. n. 16. nov/dez/jan 2009. Salvador. Disponível em: < <http://www.direito.doestado.com/revista/REDAE-16-NOVEMBRO-2008-GUSTAVO%20JUSTINO.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2011.

PEIXINHO, Manoel Messias; FERRARO, Suzani Andrade. Direito ao desenvolvimento como Direito Fundamental. In: XV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - Congresso Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Direito. Manaus, 2009. Florianópolis: Fundação Boiteaux, 2009. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/bh/manoel_messias_peixinho.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2011.

PAESANI, Liliana Minardi. A Flexibilização dos Direitos: *Software* livre e Licença *Copyleft*. In PAESANI, Liliana Minardi (Coord.). **O Direito na Sociedade da Informação**. São Paulo: Atlas, 2007.

PIMENTEL, Luiz Otávio. Propriedade intelectual e desenvolvimento. In: PATRÍCIA, Luciane de Carvalho (Coord.). **Propriedade Intelectual: Estudos em homenagem à Professora Maristela Basso**. Curitiba: Juruá, 2005.

PORTA, Paula. Economia da Cultura: Um setor estratégico para o país. Brasília: Ministério da Cultura, 2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/04/01/economia-da-cultura-um-setor-estrategico-para-o-pais/>>. Acesso em: 04 jan. 2010.

PORTAL Brasil - Ministérios e Conselhos. **O Brasil**. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/sobre/o-brasil/estrutura/ministerios-e-conselhos-1>>. Acesso em: 29 fev. 2011.

PORTO DIGITAL. **Inovação, empreendedorismo e capital humano**. Disponível em: < <http://www.portodigital.org/>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

PRESIDENTE Fernando Henrique Cardoso sanciona nova Lei de Software. **Microsoft Corporate Notícias e Informações**, São Paulo, 23 mar. 1998. Disponível em: <<http://www.microsoft.com/brasil/pr/fhclei.htm>>. Acesso em: 22 abr. 2010.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos. Fluxos Econômicos e cadeias setoriais. In: REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (orgs.). **Economia da Cultura**. Ideias e Vivências. Rio de Janeiro: e-livre, 2009.

PRONER, Carol. **Propriedade intelectual e direitos humanos**. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 2007.

RANKING do IDH 2010. **PNUD**. Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento. Disponível em: http://www.pnud.org.br/pobreza_desigualdade/reportagens/index.php?id01=3600&lay=pde>. Acesso em: 6 jun.2010.

RATIER, Rodrigo. **É preciso investir mais para melhorar a educação**. Nova Escola, São Paulo, ed. 230, março 2010. Disponível em: <

<http://revistaescola.abril.com.br/politicas-publicas/planejamento-e-financiamento/pre-ciso-investir-mais-para-melhorar-educacao-investimento-ranking-desenvolvimento-pib-brasil-539215.shtml>>. Acesso em: 30 abr. 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e desenvolvimento sustentável: O caleidoscópio da cultura**. Barueri: Manole, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca. Transformando a criatividade brasileira em recurso econômico. In: REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural: 2008.

RIBEIRO, Ednaldo Aparecido. Valores pós-materialistas e a adesão normativa à Democracia entre os Brasileiros. **Revista Debates**. Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 103-133, jul./dez 2008. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/viewFile/6048/4558>> Acesso em: 02 dez. 2010.

SABADELL, Ana Lucia. **Manual de Sociologia Jurídica**. Introdução a uma leitura externa do direito. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional**. 10. ed. rev. atual.e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

SCULEDER, Marcelo Augusto. **Patentes e sua Função Social**. Dissertação (Mestrado em Direito)-Universidade Metodista de Piracicaba. Piracicaba, 2007.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução de Laura Teixeira Motta. Revisão Técnica de Ricardo Doninelli Mendes. 8. reimp. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 33. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2010.

SISTEMA FIRJAN. **A cadeia da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro. 2008. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE921D5239A0121D554663232BC.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2010.

SISTEMA FIRJAN. **Mapa do desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro: 2006 - 2015**. Rio de Janeiro: sistema FIRJAN: 2006. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE921D5239A0121D554663232BC.htm>> . Acesso em: 22 fev. 2011.

SLEVIN, James. **Internet e Sociedade**. Lisboa: Temas e Debates, 2000.

SOLANAS, Facundo. A Economia Criativa e as possibilidades de desenvolvimento na Argentina. In REIS, Ana Carla Fonseca Reis (org). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural: 2008.

SOUZA, Allan Rocha de. **A função social dos direitos autorais**: uma interpretação civil-constitucional dos limites da proteção jurídica: Brasil 1988-2005. Campos dos Goytacazes: Faculdade de Direito de Campos, 2006.

SZAJMAN, Abram. **Lições da revolução educacional coreana**. Rio de Janeiro: Adur-RJ, 2004. Disponível em: < http://www.adur-rj.org.br/5com/pop-up/revol_educacional_coreana.htm> Acesso em: 30 abr.2011.

SZTAJN, Raquel. Função social do contrato e direito da empresa. **Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro - RDM**, São Paulo: Malheiros (Nova Série), ano XLII, n.139, p.29-49, jul./set. 2005.

TABOSA, Agerson. **Direito Romano**. Fortaleza: FA7, 2003.

TAJNAI, Carolyn E. **Fred Terman, the father of Silicon Valley**. Stanford, 1985. Disponível em: < <http://www.siliconvalley-usa.com/about/terman.html>>. Acesso em: 15 set. 2010.

THE BrandFinance Global 2011. **Brandirectory**. Disponível em: < http://www.brandirectory.com/league_tables/table/global_500_2011>. Acesso em: 28 abr. 2011.

UNITED NATIONS – UNCTAD. **Creative Economy Report 2008** – The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. [s.l.], 2008. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2010.

UNITED NATIONS – UNCTAD. **Creative Economy Report 2010-Creative Economy**: A Feasible Development Option. [s.l.], 2010. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2010.

UNITED NATIONS. General Assembly. **Declaration on the Right to Development**. Disponível em: < <http://www.un.org/documents/ga/res/41/a41r128.htm>>. Acesso em: 10 mai. 2011.

UNITED NATIONS, **The Universal Declaration of Human Rights**. Disponível em: <<http://www.un.org/en/documents/udhr/>>. Acesso em: 03 jun. 2011.

VALIATI, Leandro. Introdução à Economia: uma abordagem prática. In: REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (orgs.). **Economia da Cultura**. Ideias e Vivências. Rio de Janeiro: e-livre, 2009.

WACHOWICZ, Marcos. **Propriedade intelectual do software & revolução da tecnologia da informação**. 2. reimp. Curitiba: Juruá, 2005.

WEBER, Demetrio. O tamanho da miséria extrema. **Itamaraty** – Ministério das Relações exteriores. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/sala-de-imprensa/selecao-diaria-de-noticias/midias-nacionais/brasil/o-globo/2011/05/04/o-tamanho-da-miseria-extrema>>. Acesso em: 09 jun.2011.

WIKIPÉDIA - **A enciclopédia livre**. Tecnobrega. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tecnobrega>>. Acesso em: 12 jun. 2011.

ANEXO- A

<i>Creative Industries</i>	<i>Copyright Industries</i>	<i>Content Industries</i>	<i>Cultural Industries</i>	<i>Digital Content</i>
<i>Largely characterized by nature of labour inputs: 'creative individual'</i>	<i>Defined by nature of asset and industry output</i>	<i>Defined by focus of industry production</i>	<i>Defined by public policy function and funding</i>	<i>Defined by combination of technology and focus of industry production</i>
<i>Advertising Architecture Design Interactive software Film an TV Music Publishing Performing arts</i>	<i>Commercial art Creative arts Film and video Music Publishing Recorded media Data-processing Software</i>	<i>Pre-recorded music Recorded music Music retailing Broadcasting and film Software Multimedia services</i>	<i>Museums and galleries Visual arts and crafts Arts education Broadcasting and film Music Performing arts Literature Libraries</i>	<i>Commercial art Film and video Photography Electronic games Recorded media Sound recording Information storage and retrieval</i>

Tabela original em língua inglesa, cuja tradução se encontra às páginas 98 do presente estudo.

ANEXO – B

1. UK DCMS model	2. Symbolic texts model	3. Concentric circles model	4. WIPO copyright model
Advertising Architecture Art and antiques market Crafts Design Fashion Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Video and computer games	Core cultural industries Advertising Film Internet Music Publishing Television and radio Video and computer games Peripheral cultural industries Creative arts Borderline cultural industries Consumer electronics Fashion Software	Core creative arts Literature Music Performing arts Visual arts Other core cultural industries Film Museums and libraries Wider cultural industries Heritage services Publishing Sound recording Television and radio Video and computer games Related industries Advertising Architecture Design Fashion	Core copyright industries Advertising Collecting societies Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Visual and graphic art Interdependent copyright industries Blank recording material Consumer electronics Musical instruments Paper Photocopiers, photographic equipment Partial copyright industries Architecture Clothing, footwear Design Fashion House

Tabela original em língua inglesa, cuja tradução se encontra às páginas 118 do presente estudo.

ANEXOS – C

Dollars in millions							
Commodity	2004 percentage	2005 percentage	2006 percentage	2007 percentage	2008 percentage	2009 percentage	Reported percentage of 2004-2009 totals
Footwear	1	10	41	40	38	38	32
Wearing apparel	37	17	16	14	9	8	15
Handbags/wal lets/ backpacks	17	16	9	7	11	8	11
Consumer electronics	6	9	5	8	8	12	9
Computers/ hardware	1	5	9	5	3	5	5
Pharmaceutic als	-	2	1	6	10	4	5
Cigarettes	17	10	-	-	2	1	4
Media	4	-	4	4	2	4	3
Watches/parts	2	3	2	-	-	6	2
Toys/electroni c games	3	9	-	-	-	2	2
Batteries	2	-	-	-	1	1	1
Sunglasses/p arts	-	-	-	2	3	1	1
Perfumes	-	3	-	1	2	1	1
Jewelry	-	-	-	-	-	4	1
Headwear	-	-	2	-	-	-	-
Health care	-	-	2	-	-	-	-
All other commodities	10	15	8	14	10	3	9
Total domestic value of all seizures	\$139	93	155	197	273	261	\$1,118
Total number of seizures	7,255	8,022	14,675	13,657	14,992	14,841	73,442

Tabela Original extraída do relatório do United States Government Accountability Office cuja tradução encontra-se no texto principal do estudo às páginas 80.
DHS Seizures of IP-Infringing Goods, Expressed as a Percentage of Total Domestic Value of Goods Seized Annually, Fiscal Years 2004–2009
Source: GAO analysis of CBP data