

ECONOMIA CRIATIVA E SUAS TENDÊNCIAS EM PORTO ALEGRE

Sandro Rudit Garcia¹

RESUMO

A economia criativa refere-se às transações mercantis de bens e serviços cujo valor se constitui pela sua originalidade ou autenticidade, sendo, hoje, debatida em meio aos questionamentos sobre alternativas de futuro. O artigo indaga: Como se tem desenvolvido os setores ligados a essa nova economia criativa em meio aos abalos da crise financeira global? Conjectura-se que empresas e empregos em setores relacionados à economia criativa tenderiam a expandir-se mais rapidamente do que aquilo que ocorre nos demais setores da atividade econômica, dependendo da qualidade e disponibilidade de recursos relevantes no território e dos quadros político-institucionais que contribuem para estruturar tais atividades. O que se argumenta é que, mais do que um mito, o fenômeno tem bases objetivas que se relacionam às mudanças atuais no processo econômico. Recorre-se a diferentes fontes documentais, diagnósticos de órgãos de pesquisa e bases de dados estatísticos, focalizando o que ocorre na cidade de Porto Alegre.

PALAVRAS-CHAVE

Economia criativa. Emprego. Desenvolvimento econômico.

¹ Professor Adjunto no Departamento de Sociologia e no Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutor em Sociologia pela UFRGS.

INTRODUÇÃO

A crise financeira internacional tem sido analisada como a expressão do outono de um ciclo, expondo incertezas, dilemas e angústias do futuro em aberto (STREECK, 2012; TOURAINE, 2010): Recusar o que se põe? Retornar ao passado? Prospectar emergências? A *economia criativa* refere-se às transações mercantis de bens e serviços cujo valor se constitui pela sua originalidade ou autenticidade, sendo, hoje, debatida em meio aos questionamentos sobre alternativas de futuro. Segundo dados de um minucioso relatório preparado pela UNCTAD (2010), essa economia experimentou, recentemente, expressivo crescimento em certos contextos setoriais e territoriais que são ainda pouco conhecidos². O presente artigo aborda o tema acima, orientando-se pela seguinte indagação: *Como se tem desenvolvido os setores ligados a essa nova economia criativa em meio aos abalos da crise financeira global?*

O suposto na análise é que empresas e empregos em setores relacionados à economia criativa tenderiam a expandir-se mais rapidamente do que aquilo que ocorre nos demais setores da atividade econômica, *dependendo*, por exemplo, da qualidade e disponibilidade de recursos relevantes no território (recursos humanos, infraestrutura tecnológica, conhecimento científico, diversidade sociocultural, capital social) e dos quadros político-institucionais que contribuem para estruturar tais atividades (regulação de direitos de propriedade intelectual, políticas de financiamento, acesso e competição nos mercados). Trata-se de uma alternativa de *contribuição* ao desenvolvimento

² As exportações mundiais de produtos e serviços criativos tiveram, no período entre 2002 e 2008, taxa de crescimento de 14,4% a.a. (serviços: 17,1%; produtos: 11,5%), saltando de US\$ 267 bilhões para US\$ 592 bilhões. As taxas mais significativas verificaram-se nos setores de arquitetura e serviços relacionados (20,9%), publicidade e serviços relacionados (18,4%), artes cênicas (17,8%) e pesquisa & desenvolvimento (14,8%). Quanto à origem das exportações de produtos criativos (ano de 2008), 56% foram de economias desenvolvidas, 43% de economias em desenvolvimento, e 1% de economias em transição. Entre as economias em desenvolvimento, China, Índia, Turquia, México e Tailândia foram os maiores exportadores de produtos criativos em 2008. O Brasil teria amplo potencial de crescimento, porém, ainda pouco explorado (UNCTAD, 2010).

econômico e social cujo curso e grau, no entanto, ocorreriam em meio à diversidade de estruturas sociais e políticas, com resultados diversos entre arranjos concretos.

O que se argumenta é que, mesmo com os abalos de uma crise financeira global, a economia criativa pode se constituir em alternativa de desenvolvimento para certos contextos, embora não seja por si só solução de crescimento econômico e bem-estar social, nem detenha curso pré-determinado. Mais do que um mito, discurso ou ideologia, o fenômeno tem bases objetivas que se relacionam às mudanças atuais no processo econômico. Em trajetória de ruptura com o paradigma industrial, o atual paradigma informacional global constitui-se não apenas pelas possibilidades de uma nova materialidade de comunicação e interação social, mas também pela afirmação de identidades que aspiram maior autonomia e estetização da vida, favorecendo formas de produção e práticas de consumo de bens e serviços apoiados na originalidade e na autenticidade.

Tal conjectura é discutida pela observação da recente evolução de setores da economia criativa no município de Porto Alegre. A cidade tem sido apontada como polo de economia criativa, considerando a presença desse tipo de atividade relativamente a outras cidades do país (FECOMÉRCIO/SP, 2012; GOLGHER, 2008). Ademais, conta com importantes universidades; hospeda incubadoras e parques tecnológicos; empenha-se em se transformar em referência nas tecnologias de informação e comunicação (TIC); é reconhecida como polo cultural do Mercosul; e foi uma das sedes da Copa do Mundo FIFA 2014. Como ilustração, pode-se mencionar que a PUCRS constituiu, no ano de 2011, o CRIALAB – Laboratório de Criatividade do Tecnopuc (Parque Científico e Tecnológico). Em outubro de 2013, a Prefeitura Municipal instituiu o Comitê Municipal

de Economia Criativa que evoluiu a partir de ações e programas desenvolvidos pelo Grupo Porto Alegre Criativa, no âmbito do governo municipal.

O objetivo principal do artigo é, portanto, analisar aspectos do desempenho de *setores econômicos ligados ao núcleo da economia criativa* na cidade de Porto Alegre, considerando-se, em especial, a evolução e características dos empregos (volume e distribuição emprego, escolaridade, sexo, faixa etária, nacionalidade, remuneração, carga horária, tempo no emprego, tamanho do estabelecimento, distribuição ocupacional, entre outras). Para tanto, recorre-se a diferentes fontes documentais, relatórios e diagnósticos de órgãos de pesquisa e bases de dados, especialmente a Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho e Emprego do Brasil (RAIS-MTE). As fontes de dados são citadas oportunamente ao longo do texto.

Debate Teórico

A investigação sociológica sobre a chamada *economia criativa* requer o seu posicionamento no âmbito das possibilidades e impasses de diferentes molduras e pressupostos teóricos, avançando-se em relação à conceituação operacional – já satisfatoriamente desenvolvida - em termos da delimitação de categorias profissionais ou setores de atividade econômica. O debate teórico poderia ser esquadrihado pelas opções que conduzem a conceber a economia criativa como um *mito* ou como uma *realidade* do mundo atual³.

Na concepção do *fenômeno como um mito*, adquirem destaque as consagradas teses da *indústria cultural* (ADORNO & HORKHEIMER 1996 [1947]) e da *distinção* (BOURDIEU, 2007). Isoladas ou em conjunto, essas teses supõem a impossibilidade da criação autêntica em condições de mercados competitivos porque tendem a

³ Para interessantes discussões das classificações propostas por instituições envolvidas com as indústrias criativas, ver Valiati (2013) e o dossiê publicado em *Latitude*, vol.6, n.2, 2012.

sobrevalorizar o uso da arte e cultura como recurso de diferença entre as classes sociais, restando barreiras intransponíveis entre tipos dicotômicos de bens culturais (crítica desinteressada e consumo massificado). A chamada *economia criativa* não seria mais do que um *discurso*, sem bases reais, inventado pelo poder econômico no projeto de avanço sobre a esfera dos bens e serviços culturais, restando equivalente às atividades econômicas na esfera da cultura (MILLER, 2011). A tecnologia operaria como meio de despersonalização e reprodução de artefatos consumidos em mercados populares de massa (BANKS, 2010).

Na formulação de Adorno & Horkheimer (1996), a indústria cultural exprime o poder do monopólio econômico que aliena a sociedade de si mesma pela massificação da cultura. O “poder absoluto do capital” opera por meios técnicos que excluem o novo, desmerecendo a perícia e a competência do processo de criação: “Liberal, o telefone permitia que os participantes ainda desempenhassem o papel de sujeito. Democrático, o rádio transforma-os a todos igualmente em ouvintes, para entregá-los autoritariamente aos programas, iguais uns aos outros, das diferentes estações” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p.100). A tese inscreve-se num ambicioso projeto intelectual datado tanto pelas agruras da II Grande Guerra quanto pelas perplexidades da difusão do rádio, do cinema e das revistas: “O que nos propusemos era, de fato, nada menos do que descobrir por que a humanidade, em vez de entrar em um estado verdadeiramente humano, está se afundando em uma nova espécie de barbárie” (ADORNO & HORKHEIMER, 1996, p.11). Outra formulação com enorme influência no debate que se faz no país é a tese da distinção. Bourdieu (2007) assevera sobre a construção de uma hierarquização social que se expressa pela diferença entre o “gosto popular” (fruição inferior; prazer fácil) e o “gosto legítimo” (desinteressado; distinto): “É assim que a arte

e o consumo artístico estão predispostos a desempenhar, independentemente de nossa vontade e de nosso saber, uma função social de legitimação das diferenças sociais” (BOURDIEU, 2007, p.14). Os sujeitos e as classes operam distinções entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar, a cultura legítima e a popular. Concebe-se a possibilidade da criação pura e desinteressada, valendo-se de logicas binárias.

Tais formulações contribuíram ao chamar a atenção para as relações de poder e suas consequências em termos das racionalidades, conflitos e desigualdades envolvidos na produção e consumo de bens e serviços culturais. Porém, seria preciso relativizar a sua generalização no tempo-espaço, considerando a adequação da aplicação em face de mudanças de contexto. Foram construídas pela observação de sociedades industriais de massa, marcando o flagrante propósito de denunciar não apenas a unilateralidade daquelas tecnologias de comunicação, mas também as formas de dominação de classe e nos mercados. Neste sentido, restam, em certo aspecto, extemporâneas. Outro tipo de crítica refere-se ao padrão de trabalho sociológico dessas teses que se apoia na dicotomia e na homogeneidade de grupos sociais, deixando de indagar sobre as complexidades de suas possíveis variedades internas, pois constata Lahire (2006, p.136): “Ter gostos ou práticas pouco legítimas em um campo de práticas não implica forçosamente que, em outro campo, os gostos e as práticas sejam pouco legítimos”⁴.

Em outro registro, pode-se entender a *economia criativa como expressão real* da afirmação do paradigma informacional global de desenvolvimento. O fenômeno decorreria das novas possibilidades na esfera da produção e das mudanças nas dinâmicas de consumo, valendo-se das TIC para ganhos de produtividade e tendendo ao uso de direitos de propriedade intelectual para a potencialização de riqueza econômica.

⁴ Uma crítica abrangente das contribuições da Escola de Frankfurt é encontrada em Touraine (1994, p.160-171). Para uma crítica à tese da distinção (com notas sobre a indústria cultural), vide Lahire (2006, p.140-9).

Segundo Castells (1999), o paradigma industrial seria orientado pela maximização da produção física, dependendo da introdução de novas fontes de energia para a obtenção de ganhos de produtividade. O paradigma informacional seria orientado pelo acúmulo de conhecimento como base de desenvolvimento, dependendo de novas tecnologias para a geração e processamento de informação e para a comunicação de símbolos. A nova economia intangível daí decorrente seria movida mais pela aplicação de capacidades intelectuais do que pelo emprego de recursos físicos na geração de riqueza, baseando-se em cultura de liberdade e autonomia no trabalho. A *internet* tornar-se-ia, hoje, a principal infraestrutura de comunicação mundial e base material de sustentação do paradigma (CASTELLS, 2003), ensejando, como tem sido sobejamente documentado, novas culturas de trabalho, de educação e de sociabilidade. Freeman & Soete (2008) chamam a atenção de que novas tecnologias de caráter revolucionário podem criar a base para novos ciclos de crescimento do investimento e da produtividade com a criação de setores inteiramente novos, dependendo de políticas diversas (macroeconômica, de emprego e de comércio internacional), assim como da evolução da própria tecnologia.

Outro aspecto do paradigma seria, como proposto por Lipovetsky & Serroy (2011), as maiores chances de projetos reflexivos de vida em face da expansão do contato com conhecimentos especializados e com a diversificação de estilos de vida, alterando práticas de consumo. Pode-se identificar, na atualidade, tanto um “consumidor anômico e desorientado” (compulsivo, endividado, cada vez menos senhor de si) quanto um “consumidor profissional” (atento à saúde, ao preço e à qualidade de vida) que se move pelo desejo de controlar a própria vida e se interessa pelo atendimento de necessidades estéticas e intelectuais. Para Touraine (2003), o declínio da sociedade

industrial abre espaços de constituição de novos sujeitos, distintos das classes e dos embates entre categorias sociais, pois: “é preciso que o modelo que ela [sociedade] tem de si mesma não seja nem a ordem nem o progresso, mas a liberdade e a criatividade do sujeito pessoal como agente de combinação da ação instrumental e da defesa duma identidade que, torno a repetir, separadas uma da outra, se degradam: uma em economia financeira dessocializada e a outra em comunitarismo intolerante” (TOURAINÉ, 2003, p.160).

O que importa reter, portanto, é que a economia criativa decorre da combinação entre a disseminação da materialidade de comunicação e interação humanas com base nas TIC e as aspirações de autonomia e de consumo relacionadas à estruturação de identidades pessoais, mediante formas *fuzzy* permeadas de incertezas. Inovações tecnológicas e organizacionais assentadas em culturas colaborativas e na aspiração pelo ideal de sustentabilidade surgem como crítica e, quiçá, alternativa aos modelos de produção e às práticas de consumo fundadas no curto prazo (CASTELLS, CARDOSO & CARAÇA, 2013). Isso tem despertado a atenção de agências multilaterais (em especial, UNCTAD, UNESCO e PNUD) e de governos para o crescimento de setores e profissionais “criativos” e suas potencialidades em termos de sustentabilidade econômica, ambiental, social e cultural, deflagrando, desde o final dos anos 2000, uma discussão de âmbito mundial sobre o tema.

Para Howkins (2013), o fenômeno da *nova economia criativa* pode ser delimitado pelas transações mercantis de produtos criativos, sendo estes bens e serviços com conteúdo considerado original ou autêntico, que tendem a ser transformados em direitos de propriedade intelectual, em especial direitos autorais. Os setores ou indústrias criativas seriam baseados nas TIC, em razão das possibilidades de geração de

conceitos e conteúdos simbólicos ou materiais; classificam-se em: propaganda, arquitetura, artes plásticas, artesanato, *design*, moda, cinema, música, artes cênicas, setor editorial, pesquisa e desenvolvimento, *software*, brinquedos e jogos, TV e rádio, e vídeo games. As indústrias criativas seriam compatíveis com diferentes tipos e lógicas organizacionais e contratuais entre profissionais criativos e demais agentes envolvidos, podendo envolver grandes e pequenas empresas, contratos de trabalho de longo prazo ou externalização de atividades (CAVES, 2003). A “cidade criativa” seria o lugar que estimula uma cultura de criatividade e novidade na atuação de *stakeholders* urbanos (LANDRY, 2000 *apud* REIS, 2012). Conforme Florida (2011), a “classe criativa” seria constituída de profissionais que concebem produtos criativos (computação e matemática; arquitetura e engenharia; ciências; educação e formação de recursos humanos; artes, *design* e mídia), tornando-se fator de propulsão de uma cidade criativa.

Neste sentido, a UNCTAD define indústrias criativas como “os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários” (UNCTAD, 2010, p.08). Trata-se, segundo a agência, de atividades baseadas em conhecimento e em artes, gerando, potencialmente, receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual. Com vistas a favorecer a aproximação de bases estatísticas diversas e maior precisão em estudos qualitativos e quantitativos, as indústrias criativas são classificadas em grupos: patrimônio cultural (cultura tradicional e sítios culturais); artes (visuais e cênicas); mídia (audiovisuais e publicações/ mídias impressas); e criações funcionais (*design*, novas mídias e serviços criativos).

Caberia notar o surgimento de políticas nacionais no suporte às atividades em setores criativos, como nos casos da Inglaterra, Austrália, Nova Zelândia e Canadá,

agindo na mensuração e diagnóstico de setores em crescimento, no treinamento e formação de pessoal e na criação de marcos legais. Como já proposto em algumas análises (HESMONDHALGH & PRATT, 2005 *apud* CORAZZA, 2013), o registro sobre experiências nacionais parece indicar diferentes “modelos” nacionais. Um tipo de orientação seria, como observado na Inglaterra e Estados Unidos, focado em setores e atividades culturais ligados às TIC, à propriedade intelectual e ao capital de risco, buscando a promoção do mundo pós-industrial (FLORIDA, 2011; HOWKINS, 2013); outro tipo de orientação, mais próximo dos casos da Austrália, Nova Zelândia e Canadá, seria voltado para o uso das TIC na promoção de culturas locais e da alta cultura, em tom de resistência à “americanização” da cultura internacional (FLEW & CUNNINGHAM, 2010; REIS, 2008).

O registro do que ocorre em diferentes contextos (como, Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Alemanha e Brasil) têm mostrado a pertinência de fatores regionais/ locais/ territoriais no curso dessa economia. Um tipo de recurso destacado nessa literatura é a presença de profissionais criativos e conhecimentos que se tornariam o principal fator de atração de empresas criativas e de alta tecnologia, favorecendo a promoção do crescimento econômico de uma região (FLORIDA, 2011; GOLGHER, 2011; TREMBLAY & DARCHEN, 2011). Outro fator destacado refere-se à disponibilidade de infraestruturas tecnológicas e institucionais. Sabe-se que o acesso às TIC, insumo crucial ao processo de desenvolvimento dessa nova economia, dependeria de infra-estrutura e de conhecimentos e habilidades obtidos pela educação, chamando-se a atenção para o papel governamental nesse processo (MORAES & SCHWARTZ, 2011). Também importantes seriam as capacidades de financiamento (público, privado, capital de risco, subvenção), de *marketing* regional (social e institucional) e de

organizações sem fins lucrativos (MARKUSEN & GADWA, 2010; REIS, 2012). Fatores simbólicos e culturais (memória coletiva, patrimônio cultural, “atmosfera vibrante”, diversidade de estilos de vida) têm sido também identificados como relevantes no desempenho de setores da economia criativa, pois contribuiriam como fontes de novas ideias, de diferenciação e de autenticidade dos artefatos (EIKHOF & HOUNSCHILD, 2006; KOSTER et al., 2013). Ademais, as redes de interação formal e informal desempenhariam papel relevante no processo, uma vez que permitiriam maior circulação de informação e conhecimento e apoio a atividade empresarial, constituindo-se em fonte de inovação (COMUNIAN, 2012; GLAESER, 2011; UZZI & SPIRO, 2005). Essas atividades seriam assentadas numa interligação entre agentes públicos, privados e sem fins lucrativos, mediante redes de contatos e interações pessoais e profissionais (COMUNIAN, 2012).

Portanto, é possível identificar diferentes pressupostos e suas consequências nas concepções – mito ou realidade - sobre o fenômeno em tela. De uma perspectiva de continuidade histórica em relação ao mundo industrial (como no caso das teses da indústria cultural e da distinção), a chamada economia criativa seria reduzida a um discurso. De outra perspectiva, o fenômeno expressa uma descontinuidade com o paradigma industrial, sendo o seu desempenho (atividade econômica, geração de riqueza, ativos baseados em conhecimento) dependente de conjunturas político-institucionais e da dinâmica de interação entre atores diversos no acesso a recursos territoriais.

Evolução recente

A investigação sobre *como se tem desenvolvido setores ligados à economia criativa*, no período recente, no município de Porto Alegre, requer não apenas a definição operacional do conceito – em consonância com a discussão mais abstrata acima realizada – como também a inscrição do que ocorre com esses setores de atividades no contexto socioeconômico na cidade e no âmbito setorial no país.

O estudo sobre o desempenho dessa economia amparou-se na base de dados *on line* RAIS/ MTE, mediante a seleção de 47 classes de atividades econômicas, entre mais de 600 classes, conforme classificação CNAE 2.0⁵. No geral, foi seguida a seleção proposta em estudos similares realizados no Brasil que se utilizam da mesma base estatística e que tentam expressar o chamado “núcleo criativo” (FIRJAN, 2008; FIRJAN, 2012), embora com pequenos ajustes entre categorias selecionadas com vistas a alcançar maior aproximação do proposto em estudos internacionais (HOWKINS,

⁵ As classes selecionadas foram: Produção de sementes certificadas; Produção de mudas e outras formas de propagação vegetal, certificadas; Construção de obras de arte especiais; Edição de livros; Edição de jornais; Edição de revistas; Edição de cadastros, listas e de outros produtos gráficos; Edição integrada à impressão de livros; Edição integrada à impressão de jornais; Edição integrada à impressão de revistas; Edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos; Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão; Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão; Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão; Atividades de exibição cinematográfica; Atividades de gravação de som e de edição de música; Atividades de rádio; Atividades de televisão aberta; Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura; Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda; Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis; Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis; Consultoria em tecnologia da informação; Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação; Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet; Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet; Agências de notícias; Serviços de arquitetura; Serviços de engenharia; Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia; Testes e análises técnicas; Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais; Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas; Agências de publicidade; Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação; Atividades de publicidade não especificadas anteriormente; Pesquisas de mercado e de opinião pública; Design e decoração de interiores; Atividades fotográficas e similares; Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente; Atividades paisagísticas; Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares; Criação artística; Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas; Atividades de bibliotecas e arquivos; Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares; e Parques de diversão e parques temáticos.

2013; UNCTAD, 2010). Procede-se, ainda, o acompanhamento sobre aspectos do que ocorre, mais estritamente, com o grupo de “Profissionais das ciências e das artes” vinculados a essas classes econômicas selecionadas, mediante a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO 2002) por Grandes Grupos⁶, com vistas a tentar expressar, mais precisamente, o “núcleo criativo”.

Em âmbito setorial, podem-se identificar, recentemente, diferentes ações em torno da economia criativa no país, destacando-se iniciativas de organizações sem fins lucrativos, de universidades e de agentes governamentais. Sob o estímulo da UNCTAD (2008 e 2010) e da UNESCO (2013), são realizados, ao final dos anos 2000, estudos e diagnósticos sobre o desempenho e as potencialidades de setores e indústrias criativas no país (FECOMÉRCIO, 2012; FIRJAN, 2008; FIRJAN, 2012), combinando-se com programas de incentivo ao empreendedorismo, como no caso do SEBRAE. Diferentes universidades e faculdades têm criado cursos de graduação, pós-graduação e extensão, assim como estruturado parques ou incubadoras voltadas para indústrias criativas. O governo federal instituiu, no ano de 2010, a Secretaria Nacional da Economia Criativa ligada ao Ministério da Cultura, desencadeando ações como o Plano Nacional da Economia Criativa, o Observatório da Economia Criativa e a Rede de Incubadoras Brasil Criativo. O governo do estado do Rio Grande do Sul formulou, recentemente, o Plano Setorial Indústria da Criatividade 2012-2014, no âmbito de sua Secretaria Estadual de Desenvolvimento e Promoção do Investimento.

Como já apontado pela literatura especializada (FLEW & CUNNINGHAM, 2010; FLORIDA, 2011; HOWKINS, 2013; KARPOWICZ, 2014; REIS, 2008), esse

⁶ Os Grandes Grupos profissionais previstos na CBO 2002 são: membros superiores do poder público, dirigentes de organizações de interesse público; profissionais das ciências e das artes; técnicos de nível médio; trabalhadores de serviços administrativos; trabalhadores dos serviços, vendedores do comércio em lojas e mercados; trabalhadores agropecuários, florestais e da pesca; trabalhadores da produção de bens e serviços industriais; trabalhadores em serviços de reparação e manutenção.

esboço chama a atenção para o surgimento de respostas institucionais aplicadas ao desenvolvimento de indústrias criativas em economias desenvolvidas e no país. Entretanto, constata-se, no caso do Brasil, que as ações dos diferentes agentes estatais e privados acham-se menos articuladas, em razão não apenas do caráter recente das mesmas, mas também pelo seu foco difuso que se vale de metas distintas entre si, como geração de renda e inclusão social, preservação do patrimônio e diversidade cultural, sustentabilidade ambiental e inovação em modelos de negócios em cultura.

Como metrópole e capital estadual, o município de Porto Alegre tem sua economia baseada em atividades de serviços, comerciais e industriais, embora conserve pequenas propriedades rurais voltadas para a produção agrícola e o turismo. No ano de 2012, tinha cerca de 1,4 milhão de habitantes e PIB *per capita* de R\$ 32 mil contra R\$ 26 mil, no estado do Rio Grande do Sul (FEE/RS)⁷. Como antes mencionado, tem recebido e interagido progressivamente com eventos culturais e de entretenimento internacionais (Bienal Mercosul, Fórum Social Mundial, Copa do Mundo FIFA, espetáculos musicais). Ao abrigar diferentes fluxos migratórios, reúne, atualmente, diferentes formações étnicas e linguísticas (portugueses, africanos, espanhóis, indígenas, judeus, muçulmanos, poloneses, alemães e italianos) (OBSERVAPOA/ Prefeitura Municipal). Introduziu experiências inovadoras em participação sociopolítica, destacando-se o chamado “Orçamento Participativo” (FEDOZZI et al., 2013). Apesar de carências típicas de metrópoles no país (como, violência, habitação e mobilidade urbana), a cidade é, hoje, reconhecida em termos de sua relativa qualidade de vida (expectativa de vida de 76 anos), tratando-se de referência em atendimento de saúde

⁷ Perfil socioeconômico dos municípios. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Porto+Alegre>).

especializada no país (32 hospitais e cerca de 8 mil leitos, em 2012) (FEE/RS). Em termos educacionais, conta com grandes universidades (UFRGS e PUCRS) e diversas faculdades, expandindo-se os parques científicos e as incubadoras tecnológicas (OBSERVAPOA).

O que importaria reter dessa breve caracterização é a relativa disponibilidade de recursos sociais na cidade, passíveis de transformação pelos agentes em ativos territoriais no processo de desenvolvimento de setores de uma economia criativa, tais como pessoal qualificado, infraestrutura científica e tecnológica, associativismo e diversidade sociocultural. Isso converge com estudos (GLAESER, 2011; MARKUSEN & GADWA, 2010; TREMBLAY & DARCHEN, 2011; UZZI & SPIRO, 2005) que destacam a relevância das cidades e seus territórios no florescimento de setores criativos, contribuindo para explicar o seu desempenho diferencial.

Nesse contexto nacional e local, desdobram-se os setores selecionados para expressar o que ocorre com a economia criativa na cidade (47 classes CNAE 2.0). Pode-se constatar significativo *crescimento do emprego na economia criativa* em Porto Alegre, no período entre 2006 e 2011, *vis-à-vis* o resto da economia. Com base em dados da RAIS/MTE, pode-se acompanhar, em termos bastante gerais, a velocidade na expansão dos vínculos formais de trabalhadores entre classes econômicas ligadas à economia criativa e demais classes econômicas, em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul e no Brasil, constatando-se não apenas que os vínculos no conjunto das *classes selecionadas da economia criativa* cresceram mais rapidamente do que o conjunto dos vínculos nas demais classes econômicas, nos diferentes níveis geográficos, mas também que essa velocidade foi maior em Porto Alegre (67,90%) do que nos âmbitos do Rio Grande do Sul (41,89%) e do Brasil (55,36%) (ver Tabela 1).

Tabela 1 – Evolução dos vínculos formais em classes econômicas selecionadas e nas demais classes, no Brasil, no Rio Grande do Sul e em Porto Alegre – 2006 a 2011

		2006	2007	2008	2009	2010	2011	Variação
<i>Classes</i>								
<i>Brasil</i>	<i>selecionadas</i>	830458	880406	972975	1055286	1183475	1290174	55,36%
	<i>Demais classes</i>	34324791	36727024	38468591	40152260	42884880	45020457	31,16%
<i>Classes</i>								
<i>RS</i>	<i>selecionadas</i>	47890	48751	54677	58982	62353	67953	41,89%
	<i>Demais classes</i>	2272857	2377093	2466634	2543338	2741809	2852636	25,51%
<i>Classes</i>								
<i>Porto Alegre</i>	<i>selecionadas</i>	19306	20959	26188	27769	31086	32414	67,90%
	<i>Demais classes</i>	616640	633311	648076	662749	695012	708782	14,94%

Fonte: RAIS-CAGED/ MTE, Brasília, 2012.

Ademais, a participação dos empregos na economia criativa no total dos empregos cresceu nos diferentes níveis observados, sendo maior essa participação em Porto Alegre (3,04%, em 2006; 4,37%, em 2011) do que no Rio Grande do Sul (2,06%, em 2006; 2,33%, em 2011) e no Brasil (2,36%, em 2006; 2,79%, em 2011) (Tabela 2). Constata-se, ainda, crescimento da participação do emprego em economia criativa em Porto Alegre no total do emprego da economia criativa no Rio Grande do Sul (40,31%, em 2006; 47,70%, em 2011). Entre os *profissionais das ciências e das artes* nessas classes econômicas selecionadas na cidade de Porto Alegre (cf. Grupos Ocupacionais, CBO 2002), o crescimento dos vínculos foi ainda mais expressivo, variando em 111,80% no período (3603 vínculos, em 2006; 7631, em 2011).

Tabela 2 – Participação dos vínculos formais nas classes selecionadas no total de vínculos por nível geográfico – 2006/ 2011

Nível geográfico	2006	2011
Porto Alegre	3,04%	4,37%
Rio Grande do Sul	2,06%	2,33%
Brasil	2,36%	2,79%

Fonte: RAIS/ MTE, Brasília, 2012.

Assim, os dados reunidos sugerem uma significativa evolução do emprego em atividades relacionadas à economia criativa na cidade de Porto Alegre. A disponibilidade de recursos sociais relevantes no território parece concorrer para seu desempenho diferencial no contexto estadual e nacional. Isso ocorre em meio a políticas ainda recalcitrantes em relação ao significado desses setores de atividade econômica para o desenvolvimento do país.

Características dos ocupados e dos empregos

O registro de aspectos do *perfil dos ocupados e das condições de emprego nos setores da economia criativa na cidade* é procedido pela utilização de dados de 2011 nas classes selecionadas. Desde as possibilidades dos dados disponíveis na base utilizada, considera-se escolaridade, sexo, idade e nacionalidade dos ocupados assim como remuneração, carga horária, tempo no emprego e tamanho do estabelecimento.

Quanto ao *perfil dos profissionais*, observa-se que há maiores proporções de ocupados com nível superior e com pós-graduação (mestrado e doutorado) entre ocupados nas classes selecionadas para economia criativa (44% dos empregados) do que entre ocupados nas demais classes (32% dos empregados), sugerindo maior escolarização nos setores ligados à economia criativa. A proporção de ocupados com

nível superior é ainda mais expressiva no grupo de profissionais das ciências e das artes nas classes selecionadas (87% dos empregados, em 2011). A velocidade de crescimento do emprego para profissionais do nível superior é maior do que nos demais níveis de escolaridade, no âmbito das classes selecionadas, apontando para tendência de expansão de oportunidades para esse tipo de profissional. O dado mostra, entre outros aspectos, as capacidades cognitivas envolvidas nas atividades de criação com apoio em pesquisa e nas tecnologias de informação e comunicação.

Os dados sobre a distribuição por sexo dos empregados informam a maior proporção de homens nas classes selecionadas (64% sexo masculino) do que nas demais classes econômicas na cidade (50% sexo masculino). Essa situação também se verifica no caso do grupo de profissionais das ciências e das artes nas classes selecionadas (65% sexo masculino). Constata-se ainda maior velocidade na criação de empregos para profissionais do sexo masculino do que para o sexo feminino nas classes selecionadas no período entre 2006 e 2011, em Porto Alegre, sugerindo tendência de agravamento da distância de oportunidades entre os sexos. Isso contraria o que aponta a literatura internacional sobre sociedades pós-industriais/ informacionais em relação à tendência de expansão de oportunidades para mão de obra feminina, ficando em aberto a questão sobre as razões dessa particularidade no contexto estudado.

A comparação das faixas etárias entre as classes selecionadas e as demais classes econômicas mostra maior concentração de vínculos nas faixas jovem (10 a 24 anos) e intermediária (25 a 39 anos) nos setores da economia criativa (69% dos empregados) do que no resto da economia (56% dos empregados). O grupo de profissionais das ciências e das artes nas classes selecionadas para economia criativa na cidade segue distribuição aproximada, concentrando-se mais acentuadamente nas faixas jovem e intermediária.

No período entre 2006 e 2011, observa-se tendência de maior velocidade na criação de empregos entre profissionais mais jovens nas classes selecionadas. Pode-se supor que essa economia esteja criando novas funções produtivas na cidade que tendem a ser ocupadas por jovens recém egressos do sistema de ensino, notadamente superior.

Os vínculos de profissionais estrangeiros são pouco significativos, seja nas classes selecionadas (1,4% dos empregados), seja nas demais classes econômicas (0,2% dos empregados). Porém, cumpre notar que são relativamente mais utilizados na economia criativa. Ademais, apresentam tendência de crescimento nas classes selecionadas no período entre 2006 e 2011, especialmente no grupo de profissionais das ciências e das artes nessas classes. Isso pode ser atribuído ao fato de que essa economia tende a demandar recursos humanos especializados muitas vezes indisponíveis no país, abrindo-se oportunidades para profissionais estrangeiros na busca por complementaridade e diversidade de conhecimentos e habilidades.

No que se refere às *condições de emprego*, há diferenças na distribuição dos profissionais segundo a remuneração, comparando-se a economia criativa e o resto da economia. Constata-se a maior concentração de vínculos nas faixas salariais mais altas (5 a 10 s.m.; 10 s.m. ou mais) entre as classes selecionadas (30% dos empregados) do que entre as demais classes econômicas (20% dos empregados). Entre os profissionais das ciências e das artes no âmbito das classes selecionadas, acentua-se a concentração de vínculos nessas faixas salariais mais altas (60% dos empregados). Ademais, a velocidade de crescimento dos vínculos no período entre 2006 e 2011 é maior nessas faixas, sugerindo tendência de crescimento da remuneração na economia criativa. Parece, portanto, que a remuneração na economia criativa tende a ser mais alta do que no resto da economia. Isso é significativo, sendo compatível com a maior escolaridade

antes indicada e com o maior valor agregado e receita gerada pelas transações dos bens e serviços nessa economia.

Há, também, diferenças na distribuição dos vínculos nas faixas de carga horária semanal de trabalho, sugerindo menor uso de empregos em tempo parcial na economia criativa do que no resto da economia. Nas classes selecionadas, as faixas até 40h semanais representaram 34% dos vínculos no ano de 2011, contra 53%, nas demais classes de atividade econômica. Entre os profissionais das ciências e das artes nas classes selecionadas, a faixa de carga horária integral (41h a 44h semanais) apresentou a maior velocidade de crescimento no período entre 2006 a 2011 (189%). O dado aponta para a relevância de certa dedicação exclusiva e envolvimento do profissional com o processo de criação na empresa ou organização, contrariando argumentos sobre o predomínio do trabalho *part time* nas novas economias.

Constata-se que, no ano de 2011, o conjunto das classes selecionadas detém maior proporção de vínculos (41% dos empregados) nas faixas de menor tempo no emprego atual (até 11,9 meses) do que o conjunto das demais classes da atividade econômica (30% dos empregados). Ademais, no grupo de profissionais das ciências e das artes nas classes selecionadas, as faixas de menor tempo no emprego cresceram mais rápido do que as faixas de maior tempo no emprego. Caberia acompanhar essa tendência para averiguar se isso resulta do expressivo volume de contratações recentes ou decorre de características mais duradouras dos setores da economia criativa.

Pode-se identificar maior concentração de empregos em pequenas e médias empresas (faixas de estabelecimentos até 249 empregados) nas classes selecionadas para economia criativa (63% dos empregados) do que nas demais classes de atividade econômica (48% dos empregados). O dado aponta que a geração de empregos em

grandes empresas tem menos importância na economia criativa *vis-à-vis* o resto da economia, sendo compatível com a sugestão da literatura internacional sobre a relevância das pequenas empresas – mais flexíveis e propensas a experimentação – nessa economia.

Desse modo, os resultados acima se aproximam de diagnósticos recentemente produzidos sobre o que ocorre no país, destacando-se a relativamente alta escolaridade e remuneração entre os ocupados em setores da economia criativa (COSTA & SANTOS, 2011; FIRJAN, 2008; FIRJAN, 2012). Em resumo, os dados reunidos para exprimir o que ocorre, mais recentemente, com setores ligados à economia criativa na cidade de Porto Alegre sugerem um perfil de ocupados com escolaridade mais elevada e mais jovem quando comparado aos demais setores econômicos. Verifica-se ainda maior concentração de ocupados do sexo masculino e de estrangeiros do que no resto da economia. Quanto às condições de emprego na economia criativa, observa-se maior proporção de vínculos nas faixas salariais mais altas, menor uso de empregos de tempo parcial, menor tempo no emprego e maior concentração de ocupados nas pequenas e médias empresas, quando comparada aos demais setores econômicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia criativa é um fato. As sociedades e economias atuais apoiam-se em uma nova materialidade tecnológica e em valores e aspirações pessoais e coletivas que estruturam novas identidades, distinguindo-se em diferentes aspectos do mundo industrial de massa relativamente estável. O estudo sobre o desenvolvimento da economia criativa permitiu identificar tendências desse processo difuso em meio aos efeitos da crise financeira internacional, destacando-se particularidades da conjuntura nacional e do contexto regional e local.

Os dados sobre o desempenho e características do emprego formal na cidade de Porto Alegre revelam que os setores ligados à economia criativa tendem a crescer mais rapidamente do que os demais setores da atividade econômica na cidade, embora representem ainda pequena parte do conjunto da atividade econômica. Mais do que isso, os dados indicam que essa economia cresce em âmbito nacional e estadual, mas se constata expansão mais expressiva na cidade de Porto Alegre do que nos demais níveis geográficos. Por exemplo, a cidade representou, em 2011, quase metade do total dos vínculos nos setores selecionados para a economia criativa no Rio Grande do Sul. A cidade investigada mostra, ainda, que esses empregos tendem a envolver pessoal mais escolarizado, mais jovem e melhor remunerado do que no “resto” da economia. As pequenas e médias empresas geram, proporcionalmente, mais empregos na economia criativa do que nos demais setores.

Tais tendências de desempenho têm despertado a atenção de governos, universidades e associações empresariais no sentido da criação de ações em favor da sua promoção e fomento. A recente experiência do país parece ainda pouco articulada, distanciando-se do que se verifica em economias pós-industriais/ informacionais mais consolidadas. Por exemplo, confunde-se entre nós economia criativa, economia da cultura e economia solidária, limitando o alcance e efetividade de políticas e ações governamentais. Por outro lado, a disponibilidade de recursos sociais no âmbito territorial transformados pelos agentes em ativos no processo de criação de bens e serviços parece contribuir para o desempenho diferencial da cidade. Neste sentido, esse tipo de atividade econômica não evoluiria sob quaisquer condições, dependendo, pois, da qualidade dos ativos territoriais. Cabe sublinhar que o fenômeno não ocorre em

qualquer parte do espaço social, nem se desdobra em mesmo curso, embora se identifiquem tendências similares.

Portanto, isso alerta o analista para a pertinência em indagar sobre possíveis emergências e novos processos de desenvolvimento do outro lado da crise, concebendo-se um futuro em aberto. Neste sentido, cabe a indicação sobre o prosseguimento de estudos com diferentes abordagens e metodologias sobre o tema em tela, considerando indeterminações e lógicas difusas no processo. O debate e a crítica científica poderão contribuir, desde diferentes perspectivas, para melhor conhecer e precisar os contornos dessa economia e seu real alcance num mundo incerto. É sempre um prejuízo deixar de perguntar e conhecer novos aspectos de um mundo em transformação, em razão de imposições de tradições teóricas e disciplinares.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. & HORKHEIMER, M.. 1996 [1947]. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- BANKS, Mark. 2010. Craft labour and creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, v.16, n.3, p.305-321.
- BOURDIEU, P.. 2007 [1979]. *A distinção: crítica do julgamento social*. Porto Alegre: Zouk.
- CASTELLS, M.; CARDOSO, G.; CARAÇA, J..2013. *A crise e seus efeitos*. São Paulo: Paz e Terra.
- CASTELLS, Manuel. 1999. *A sociedade em rede*. 2ª ed. São Paulo: Paz e Terra.
- CASTELLS, Manuel. 2003. *A galáxia da internet*. São Paulo: Paz e Terra.
- CAVES, Richard. 2003. Contracts between arts and commerce. *Journal of Economics Perspectives*, v.17, n.2, p.73-83.
- COMUNIAN, Roberta. 2012. Uma cidade criativa de tipo relacional: Para uma cartografia das ligações em rede entre os setores público, privado e sem fins lucrativos nas indústrias criativas. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*. nº 99.

- CORAZZA, Rosana I. 2013. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. *Revista Brasileira de Inovação*, Campinas, 12 (1), p.207-231.
- COSTA, Armando D. & SANTOS, Elson R. S.. 2011. Economia criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas. *Economia & Tecnologia*, v.27, p.151-159.
- EIKHOF, D. R. & HAUNSCHILD, A.. 2006. Lifestyle meets market: bohemian entrepreneurs in creative industries. *Creativity and innovation management*, v.15, n.3.
- FECOMÉRCIO/SP. 2012. *Lançamento dos índices de criatividade das cidades*. São Paulo: Conselho de criatividade e inovação, Fecomércio/SP. Disponível em: www.fecomercio.com.br . Acesso em 15/01/2014.
- FEDOZZI, L. et al. 2013. *Orçamento Participativo de Porto Alegre: perfil, avaliação e percepções do público participante*. Porto Alegre: Editora Hartmann.
- FIRJAN. 2012. *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Firjan.
- FIRJAN/ DECON. 2008. *A cadeia da indústria criativa no Brasil*. Estudos para o desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro. Firjan, Rio de Janeiro, n.2.
- FLEW, Terry; CUNNINGHAM, Stuart. 2010. Creative Industries After the First Decade of Debate . *The Information Society*, n. 26, v.2, p. 113- 123.
- FLORIDA, R. 2011. *A Ascensão da Classe Criativa*. Porto Alegre: L&PM EDITORES.
- FREEMAN, C. & SOETE, L.. 2008. *A economia da inovação industrial*. Campinas: Editora da Unicamp.
- GLAESER, Edward. 2011. *Os centros urbanos: a maior invenção da humanidade*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- GOLGHER, A. B.. 2008. As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças especiais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros. *Revista Brasileira de Estudos Populacionais*, São Paulo, v.25, n.1, p.109-129.
- GOLGHER, A. B.. 2011. A distribuição de indivíduos qualificados nas regiões metropolitanas brasileiras: a influência do entretenimento e da diversidade populacional. *Nova economia*, Belo Horizonte, v.21, n.1, p.109-134.
- HOWKINS, John. 2013. *Economia criativa*. São Paulo: M. Books do Brasil.
- KARPOWICZ, Alexandre P.. 2014. *Ensaio aberto: estudo sobre a gestão econômica da criatividade em ambientes organizacionais de orquestras no contexto da economia criativa*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PPG Sociologia/ UFRGS.

KÖSTER, P. R. et al. 2013. *La cultura como factor de innovación económica y social*. Valência: Econcult/ IIDL/ Universitat de València. (Proyecto Sostenuto).

LAHIRE, Bernard. 2012. *A cultura dos indivíduos*. Porto Alegre: Artmed, 2006.

Latitude, v.6, n.2, p.119-173.

LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. 2011. *A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras.

MARKUSEN, Ann & GADWA, Anne. 2010. *Creative placemaking*. Report Consulting, Washington/ DC. 69p..

MILLER, Toby. 2011. La nueva derecha de los estudios culturales – las industrias creativas. *Tabula Rasa*, Bogotá, n.15, p.115-135.

MORAES, J. L. & SCHWARTZ, G.. 2011. Cidades criativas e conexão audiovisual. *Informações FIPE: Temas de Economia Aplicada*, São Paulo, p.12-14.

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

REIS, Ana Carla F.. 2012. *Cidades criativas: da teoria à prática*. São Paulo: SESI-SP.

STREECK, Wolfgang. 2012. As crises do capitalismo democrático. *Novos Estudos*, n.92, p.35-56.

TOURAINE, A.. 1994. *Crítica da Modernidade*. Petrópolis: Vozes.

TOURAINE, A.. 2003. *Poderemos viver juntos? Iguais e diferentes*. Petrópolis: Vozes.

TOURAINE, A.. 2010. *Depois da crise*. Lisboa: Instituto Piaget.

TREMBLAY, D. & DARCHEN, S.. 2011. The attraction/retention of knowledge workers and the creative city paradigm: can we plan for the talents and at what cost? The case of Montreal. *Research note of the Canada Research Chair on the Socio-organizational Challenges of the Knowledge Economy*. Montreal, Université du Québec.

UNCTAD. 2008. *Creative Economy: Report 2008*. Genebra: Nações Unidas.

UNCTAD. 2010. *Creative Economy: Report 2010*. Genebra: Nações Unidas.

UNESCO. 2013. *Creative Economy Report 2013*. Especial edition: widening local development pathways. Genebra: Nações Unidas.

UZZI, B. & SPIRO, J.. 2005. Collaboration and creativity: the small world problem. *American Journal of Sociology*, v.111, n.2, p.447-504.

VALIATI, Leandro. 2013. *Indústria criativa no Rio Grande do Sul*. 2ª. Ed.. Porto Alegre: FEE.

CREATIVE ECONOMY AND ITS TRENDS IN PORTO ALEGRE

ABSTRACT

The creative economy refers to trade transactions of goods and services whose value is by its originality or authenticity, and today debated amid questions about future alternatives. The article asks: How has developed the sectors linked to this new creative economy amid the aftershocks of the global financial crisis? It is conjectured that companies and jobs in sectors related to the creative economy would tend to expand more rapidly than what happens in other sectors of economic activity, depending on the quality and availability of relevant resources in the territory and political and institutional frameworks that contribute to structure such activities. What is argued is that, more than a myth, the phenomenon has objective basis that relate to current changes in the economic process. We make use of different documentary sources, diagnostic research institutions and statistical databases, focusing on what happens in the city of Porto Alegre.

KEYWORDS

Creative economy. Employment. Economic development.