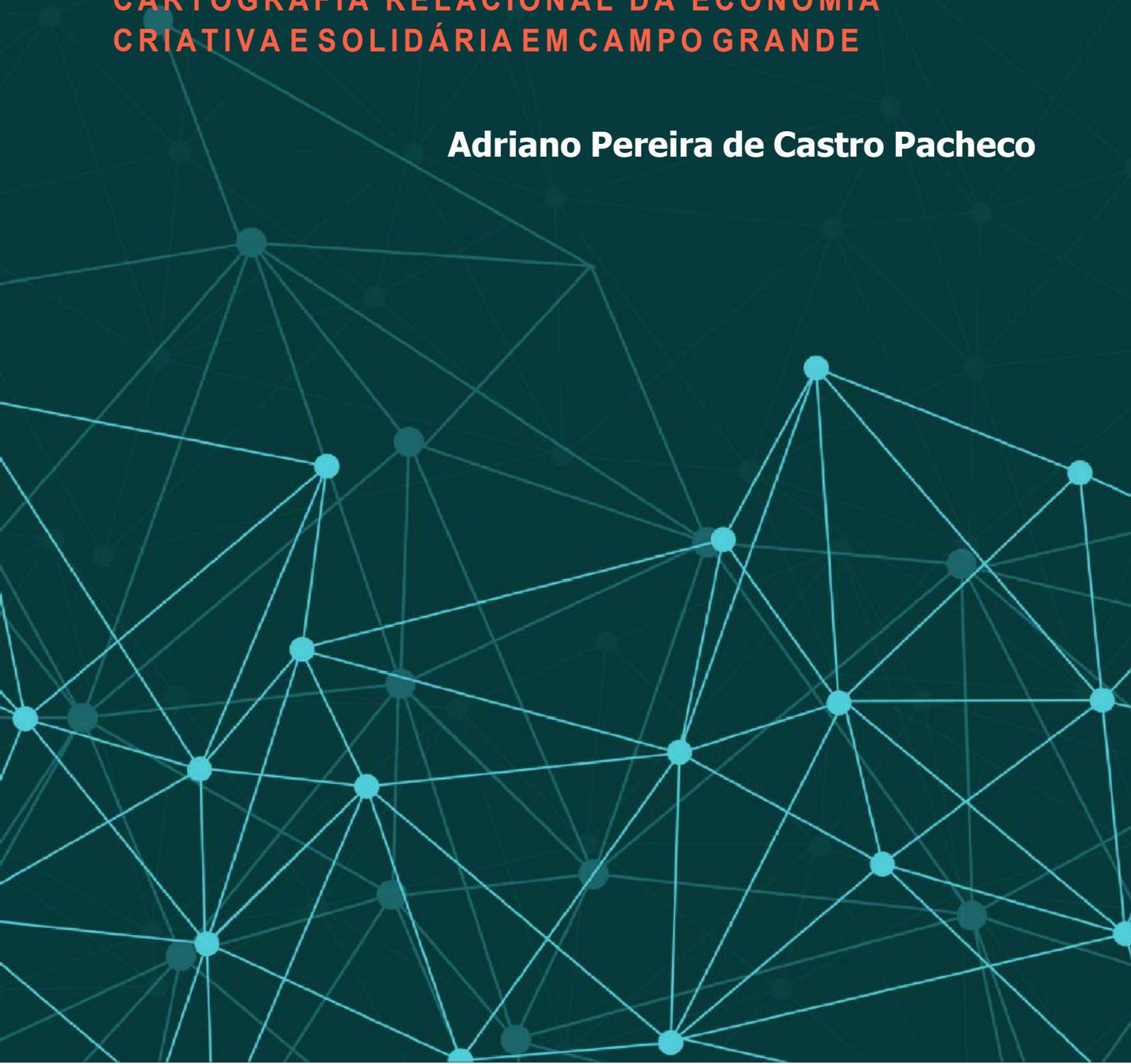


REDES HÍBRIDAS DE CULTURA

CARTOGRAFIA RELACIONAL DA ECONOMIA
CRIATIVA E SOLIDÁRIA EM CAMPO GRANDE

Adriano Pereira de Castro Pacheco



REDES HÍBRIDAS DE CULTURA

CARTOGRAFIA RELACIONAL DA ECONOMIA CRIATIVA E SOLIDÁRIA EM CAMPO GRANDE

Este projeto foi financiado com recursos da Lei Aldir Blanc



SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA MINISTÉRIO DO TURISMO



CONSELHO EDITORIAL

Conselho Editorial Life Editora

Prof. Dr. Amilcar Araujo Pereira
UFRJ/ Faculdade de Educação

Prof. Dr. Edgar César Nolasco
UFMS/ Campo Grande-MS

Prof. Dr. Gilberto José de Arruda
UEMS/ Unidade de Dourados

Prof. Dr. Matheus Wemerson G. Pereira
UFMS/Campo Grande-MS

Prof. Dr. Giovani José da Silva
UFMS/Campus de Nova Andradina

Prof^ª. Dra. Helena H. Nagamine Brandão
Universidade de São Paulo - USP-SP

Prof^ª. Dra. Joana Aparecida Fernandes Silva
UFG/Goiás

Prof. Dr. João Wanderley Geraldi
Universidade do Porto, Portugal/ INEDD/Universidade Siegen/
Alemanha e Unicamp

Prof^ª. Dra. Léia Teixeira Lacerda
UEMS/ Unidade de Campo Grande

Prof^ª. Dra. Maria Cecília Christiano Cortez de Souza
Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo

Prof^ª. Dra. Maria Leda Pinto
UEMS/ Unidade de Campo Grande

Prof. Dr. Marlon Leal Rodrigues
UEMS/ Unidade de Campo Grande

Direitos Autorais reservados de acordo com a Lei 9.610/98

Coordenação Editorial

Valter Jeronymo

Diagramação

Life Editora

Imagem capa

Adriano Pereira de Castro Pacheco

Revisão Final

Adriano Pereira de Castro Pacheco

Distribuição

Life Editora



Editando Sonhos

Life Editora

Rua Américo Vespúcio, 255 - Santo Antonio

CEP: 79.100-470 - Campo Grande - MS

Fones: (11) 3508-1941 - Cel.: (67) 99297-4890

contato@lifeeditora.com.br • www.lifeeditora.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Pacheco, Adriano Pereira de Castro

Redes Híbridas de Cultura: cartografia relacional da economia criativa e solidária em Campo Grande / Adriano Pereira de Castro Pacheco - Campo Grande, MS: Life Editora, 2024.

92p. : il. : 29 cm

ISBN 978-65-5887-572-7

1. Economia Criativa 2. Economia Solidária
3. Redes Híbridas 4. Cultura I. Título

CDD - 370

Proibida a reprodução total ou parcial, sejam quais forem os meios ou sistemas, sem prévia autorização do autor.

SUMÁRIO

- 06 APRESENTAÇÃO
- 07 INTRODUÇÃO
- 09 SOBRE A PESQUISA
- 10 ARTIGO “POR QUE APOSTAR NA ECONOMIA SOLIDÁRIA E NA ECONOMIA CRIATIVA?”
- 12 ECONOMIA CRIATIVA: TRAJETÓRIA E PERSPECTIVAS
- 26 CULTURA EM NÚMEROS: BREVE PANORAMA DO INVESTIMENTO PÚBLICO EM CULTURA NO BRASIL
- 33 A LEI ALDIR BLANC
- 43 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA “REDES HÍBRIDAS DE CULTURA”
- 69 A IMAGINAÇÃO MOVE A CIDADE: MAPEAMENTO DE ALGUMAS INICIATIVAS DOS SETORES CRIATIVOS DE CAMPO GRANDE
- 90 CONSIDERAÇÕES FINAIS
- 91 REFERÊNCIAS E RECOMENDAÇÕES DE LEITURA

APRESENTAÇÃO

Este relatório é fruto de uma pesquisa de preservação, memória e formação das redes híbridas de cultura a partir da intersecção entre economias desmaterializadas, intensivas em símbolos, como a Economia Criativa e Economia Solidária. Especificamente, o projeto objetivou mapear a constituição de redes de economia criativa e de economia solidária a partir dos arranjos formados entre setor público, iniciativa privada e, sobretudo, com os grupos artísticos e empreendedores dos diferentes setores da cultura em Campo Grande/MS.

Valendo-se de uma proposta exploratória e quali-quantitativa, o projeto compreende documentação, identificação, levantamento e formação de base de dados dos empreendimentos e iniciativas culturais que constituem os principais setores da Economia Criativa e Solidária, na capital do estado de Mato Grosso do Sul.

Outro objetivo da proposta foi identificar as características econômicas no campo da economia dos bens simbólicos sob uma visão sistêmica que apreenda as dinâmicas dessas redes e de seus múltiplos atores. A formulação de políticas públicas para a economia criativa e solidária em nível local e territorial requer, ainda, uma abordagem institucional que considere as características e a diversidade dos setores criativos, as territorialidades e os arranjos institucionais envolvidos, bem como uma reflexão sobre as dinâmicas, potencialidades e gargalos dos sistemas produtivos e das redes na cidade de Campo Grande, a partir dos setores específicos (definidos como nucleares), visando contribuir na proposição de políticas públicas voltadas para o enfrentamento dos novos desafios que a dinâmica econômica global tem apresentado.

INTRODUÇÃO

O ano de 2021 foi declarado pela 74ª Assembleia Geral das Nações Unidas como o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável.

A Economia Criativa (EC) desponta no cenário das conhecidas economias de transição por ser intensiva em um recurso intangível e abundante: a criatividade. Entender, assim, o desenvolvimento desta economia a partir das indústrias e setores que a compõem tornou-se uma agenda global inevitável, sobretudo na última década.

Esse esforço de compreensão tem sido compartilhado, em especial, no interior dos cinco organismos do sistema ONU: o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e Organização Internacional do Trabalho (OIT), além de UNESCO e UNCTAD –, que orbitam conjuntamente no arcabouço teórico transdisciplinar para implementação de políticas em EC.

a criatividade é um recurso renovável, sustentável e ilimitado, fundamental à sobrevivência humana.

Nesse sentido, num campo dominado pela informalidade, por micro e pequenos empreendimentos e diferentes manifestações situadas na sociedade civil, a economia criativa demanda um olhar sistêmico na leitura de suas configurações, identificando fragilidades e oportunidades de crescimento e modificação. Com efeito, propôs-se neste trabalho uma reflexão de análise a partir da lógica informal de redes em perspectiva relacional.

Assim, a proposta visa, dentre outros, a identificação das configurações dos sistemas produtivos e das redes econômicas nucleares dos setores criativos investigados na cidade, considerando-se aspectos relacionados à sua distribuição geográfica; às suas relações intra e intersetoriais; às dinâmicas econômicas, de colaboração e cooperação e de geração de conhecimento; aspectos da estrutura e do desenvolvimento organizacional dos empreendimentos e às identidades culturais constituídas a partir das vocações culturais e do sentimento de pertencimento nos territórios.

O conceito de Economia Criativa adotado neste trabalho, em que pese a profusão de interpretações sobre o tema, relaciona-se àquele postulado no Plano da Secretaria da Economia Criativa, inicialmente vinculado ao extinto Ministério da Cultura: “a economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos” (BRASIL, 2012, p. 24), cuja dinâmica de existência é dada a partir de uma cadeia de geração de valor e riqueza compreendendo: criação, produção, difusão/distribuição e consumo/fruição

Sabe-se que a formulação e a implementação de políticas públicas relativas ao campo ainda mostra-se recente e incipiente. A temática vem se fortalecendo e sendo debatida em todo o país, consolidando-se através de programas e projetos inovadores que têm demonstrado sua potência transformadora por meio da integração e da articulação de conhecimentos e conteúdos artísticos, culturais e tecnológicos.

A economia criativa é aquela introjetada de simbologia, de um ato criativo gerador de valor

Ao mesmo tempo, ações emergenciais como a lei federal nº 14.017/2020 (conhecida como Lei Aldir Blanc) possibilitaram com que setores que apresentam sinergias com a cultura fossem contemplados, como a economia solidária, a agricultura familiar, as criações funcionais e etc.

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa de campo desenvolvida para este projeto foi de natureza qualitativa, compreendendo múltiplos métodos e técnicas de abordagem que permitiram a coleta e o cruzamento de dados e informações relevantes para uma compreensão mais aprofundada das estruturas e configurações das dinâmicas dos setores criativos investigados na cidade. Como resultado, o projeto analisou e documentou os sistemas produtivos e as redes de economia criativa dos setores e respectivos processos criativos e colaborativos, mostrando ainda como as iniciativas culturais movimentam e dão sentido a cidade.

Adicionalmente, considerando que as motivações econômicas nas Economias Criativa e Solidária são embebidas de contextos sociais; que as redes emergem de dinâmicas não-mercantis; que a relação entre as organizações-redes constituem, exatamente, a unidade de análise; as relações entre os atores da rede são reciprocamente assimétricas, o que implica a investigação de seus tipos e continuidades, e, por fim, a complexidade que tece o entendimento de ambas as economias (MORIN, 2011), a abordagem relacional tem se configurado, nas diferentes ciências, sobretudo as sociais, um método de análise angular quando se trata de pesquisas e intervenções que contemplem as especificidades da produção de bens simbólico-culturais e das economias criativa e solidária em organizações produtivas com esse recorte, considerando que essas redes/aglomerados produtivos compõem-se de instituições socialmente construídas (WASSERMAN e FAUST, 2007).

REDES HÍBRIDAS E A ABORDAGEM RELACIONAL

O presente trabalho assume a lógica de redes pelo fato de que atores individuais e coletivos e organizações sociais e econômicas de diferentes setores das artes existem como sistemas interdependentes específicos, porém, apresentam graus de relacionamentos e cooperação intersetoriais. É híbrido, relaciona-se à constituição desses arranjos setoriais, que formam-se a partir de uma agenda conjunta entre Estado, Mercado e Sociedade Civil, operando no mesmo plano político e econômico.

Com efeito, cabe mencionar a limitação metodológica deste estudo em razão do período em que foi realizado, notadamente durante a maior crise político-sanitária das últimas décadas, o que de certo modo limitou o acesso à totalidade das iniciativas que poderiam ser investigadas no campo das economias criativa e solidária com atuação da cidade de Campo Grande.

Assim, os resultados aqui trazidos lançam luz para a perspectiva relacional do comportamento dos setores destacados adiante, e não um comportamento estrutural. Ou seja, não objetivou-se aqui ressaltar atributos clássicos como centralidade, proximidade, intermediação etc. Mas sim, destacar com base na realidade empírica, possibilidades de interpretação e caracterização desses setores a partir da intersecção de iniciativas formais e informais, respeitando a diversidade cultural e as especificidades do ambiente institucional.

ETAPAS DA PESQUISA

O projeto teve como etapas:

- A realização de Pesquisa bibliográfica e documental;
- Levantamento de Dados, compreendendo: mapeamento documental, aplicação de questionário, entrevistas, observações;
- Levantamento institucional (apresentando o contexto e a cultura em números, além das instituições que ajudam a compor o contexto local de desenvolvimento da economia criativa);
- Análise qualitativa e consolidação dos dados da pesquisa;
- Sistematização e disponibilização deste relatório.

POR QUE APOSTAR NA ECONOMIA SOLIDÁRIA E NA ECONOMIA CRIATIVA?

Por Elcio Gustavo Benini*

Se a realidade contemporânea que nos salta aos olhos não for apenas uma complexa miragem, retornando em breve ao seu estado “normal” e “idílico” de “equilíbrio social”, veremos que o mundo do trabalho tem passado por transformações significativas, de caráter estrutural e durador. O trabalho e o trabalhador, nesse contexto de mudanças qualitativas, têm sido rebaixados enquanto categorias sociais. Como têm apontado diversos autores e estudos, as dificuldades da reprodução do capital têm levado um conjunto cada vez maior de pessoas a conviverem com situações de precarização do trabalho, informalidade, desemprego e miséria.

Em meio a tais mudanças estruturais, curiosamente, duas dinâmicas têm habitado a realidade social: uma de natureza muito mais discursiva do que real, sendo a outra, ligada às respostas e soluções encontradas pelos trabalhadores para a atual crise do mundo do trabalho e da sociedade salarial. A primeira delas concentra-se no discurso, ou mote ideológico, do empreendedorismo, para o qual todos são responsáveis pela manutenção do próprio emprego e renda, todos são possuidores de uma espécie de “fator produtivo” muito valioso - o capital humano -, sendo, portanto, capitalistas de si mesmos. A outra dinâmica, ancorada nas necessidades reais daqueles que vivem do trabalho, tem se materializado em formas variadas de empreendimentos coletivos e sociais, pautados na cooperação, solidariedade, gestão democrática e, em diversas experimentações, em tecnologias sociais, na cultura local e no respeito ao meio ambiente.

Como o leitor pôde perceber nas linhas acima, se por um lado há um discurso que implicitamente reconhece o fim da sociedade salarial, utilizando-se do discurso do empreendedorismo empresarial e do empoderamento para a manutenção da sociedade em classes sociais e iludir parcela da classe que vive do trabalho, é justamente esta, somente ela, que tem a possibilidade de transformar o discurso do empreendedorismo, da competição irrestrita e da empresarização das organizações e das mentes, em uma prática social, realmente necessária e efetiva de transformação organizacional e das relações produtivas.

E mais: transformação esta que ocorre não apenas pela intencionalidade, pela moralidade, pela iniciativa empreendedora, mas por necessidade de agir coletivamente, de se fundar e se apoiar na solidariedade e no trabalho associativo; o que é substancialmente diferente do tipo de empreendedorismo que se ouve aos quatros ventos.

É assim que neste breve texto defendemos o fomento público para iniciativas de empreendedorismo coletivo e social, fundado na gestão democrática, na cooperação, na cultura local e no compartilhamento das condições físicas e cognitivas para a produção e circulação de produtos necessários à vida humana e social, enfim, como estratégia de geração de trabalho, renda e dignidade para uma parcela cada vez mais significativa da sociedade brasileira.

Por fim, resta dizer que há um potencial de simbiose pouco explorado entre as possibilidades oriundas da economia solidária e a chamada economia criativa, esta alicerçada na (re)produção da riqueza, material e simbólica, que a diversidade cultural brasileira permite. Explorar, no sentido positivo de produzir e consumir, a nossa cultura, de forma empreendedora e coletiva, aponta não apenas para a solução dos problemas mais imediatos da vida social, mas para um projeto social de longo alcance, para o qual o trabalho associado e a realidade local e cultural tornam-se fatores estruturantes. É aqui que encontra a relevância do relatório apresentado.

*Professor Associado na Escola de Administração e Negócios, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Pesquisador em Políticas Públicas, Economia Solidária, Administração Pública, Autogestão e teorias organizacionais. Doutor em Educação e Professor nos Programas de Pós-Graduação em Administração (PPGAD/ESAN/UFMS) e Administração Pública (PROFIAP/UFMS). email: elciobenini@yahoo.com.br



O QUE É
ECONOMIA
CRIATIVA ?

ECONOMIA CRIATIVA

Trajetória e perspectivas

A economia mundial sofreu profundas transformações no último quartel do século passado decorrentes, principalmente, da transição do antigo paradigma fordista-keynesiano para um novo regime de acumulação que culminou na transformação das relações de trabalho no século XXI. Esta mudança, dentre outros efeitos, acabou por colocar as pequenas e médias empresas, organizações da sociedade civil, microempreendedores individuais e trabalhadores informais no centro do debate contemporâneo sobre produção e novos modos de produção, nos contextos local e territorial, para além dos já conhecidos modelos da economia industrial.

Esse processo de mudanças estruturais socioeconômicas deu abertura ao surgimento das chamadas economias de transição, à exemplo da criativa, solidária, colaborativa, ecológica etc., estabelecendo em seu bojo novos paradigmas relacionados à sistemas produtivos locais, inovativos e de desenvolvimento territorial (OLIVEIRA et al., 2013; HOWKINS, 2013; DEHEINZELIN, 2012; FLORIDA, 2012; REIS, 2008; HART, 2005; CAVES, 2002, CASTELLS, 2000).

O destaque deste processo, que é de particular interesse na presente pesquisa transita no universo discursivo da Economia Criativa e da Economia Solidária, descortinando-se o interesse intrínseco do objeto para além de questões relacionadas à homegeinização das formas culturais, ampliando-o para a possibilidade de geração de novos insights que compreendem a capilarização das indústrias criativas em pequenas e médias empresas; a formação de novos arranjos organizacionais produtivos; as ambivalências criativas e simbólicas; e o apoio na (re)qualificação do papel estatal em seu desenvolvimento, por meio das Políticas Públicas (BENDASOLLI et al., 2016; PACHECO e BENINI, 2015, 2017).



ECONOMIA CRIATIVA

Trajectoria e perspectivas

Mais especificamente no contexto Brasil, o conceito de Economia Criativa teve seu estabelecimento como objeto de estudo intensificado a partir dos anos 2000 (OLIVEIRA et al., 2013) e sua configuração se apoiou, e tem se apoiado, quando do estabelecimento de seu marco legal, em pressupostos de outra economia: a solidária. Isso porque características como novas relações sociais, formas de cooperação e solidariedade, em abordagem construtivista, dão o mote de todo o processo de geração e distribuição da riqueza produzida no âmbito desse entrelaçamento (BENINI e BENINI, 2015; LEITÃO, 2015, BRASIL, 2012, SINGER, 2004).

Para os pesquisadores Adriano Pacheco, Elcio Benini e Milton Mariani, que estudam o tema na Escola de Administração e Negócios da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, em que pese a multiplicidade de atividades que contribuem para esse tipo de formação econômica, a conexão entre a produção de matriz simbólico-cultural - e alguns setores terciários, à exemplo do Turismo e de Serviços, corroboram ainda mais a importância de se investigar a configuração dos arranjos, as políticas públicas e a dinâmica dos setores e iniciativas que se alinham-se aos conceitos da Economia Criativa e Solidária, bem como, a forma como podem contribuir para o desenvolvimento econômico no contexto territorial, entendido este como um somatório de componentes naturais, históricos e identitários. Para esses pesquisadores:

El fortalecimiento de acciones en el campo de la Economía Creativa articuladas por la comunidad en espacios colectivos, como las organizaciones intensivas en símbolos (Puntos de Cultura), en conjunto con las políticas públicas gubernamentales, pueden hacer que ganen representatividad nuevos nichos de producción de base local; y considerando los activos simbólicos y creativos del territorio, sean impulsados por el turismo local para distribuir su producción, incentivando relaciones que fortalezcan la dinámica económica de ambos sectores (PACHECO, BENINI, MARIANI, 2017).



ECONOMIA CRIATIVA

Trajatória e perspectivas

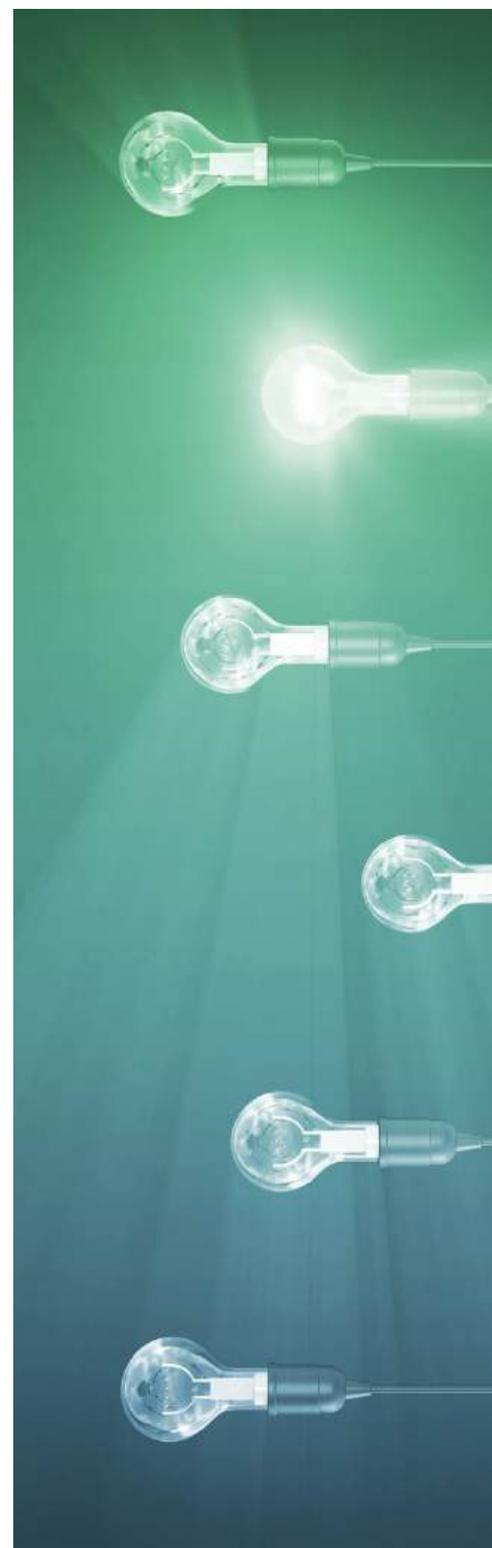
O primeiro olhar mais atento da academia sobre o tema da economia criativa e das indústrias criativas vem da Austrália, considerada como uma espécie de founding father da temática das indústrias criativas. O Governo Australiano que, em 1994, desenvolveu o conceito de Creative Nation como base de uma política cultural voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural. Rapidamente o conceito alcançou o Reino Unido ao reconhecerem as indústrias criativas como um setor particular da economia, bem como a necessidade de políticas públicas específicas que potencializassem o seu expressivo ritmo de crescimento.

Alguns estudos consideram que a obra "The creative economy: how people make money from ideas", do inglês John Howkins tenha sido o primeira a tratar do tema, cunhando então o conceito de "economia criativa".

Outras obras também ganharam espaço no debate acadêmico: a do professor de economia da Universidade de Harvard, Richard Caves , intitulada Creative industries, em 2001, e a de Richard Florida , The rise of the creative class, em 2002.

Caves irá enfrentar a dimensão setorial do tema, introduzindo as chamadas "atividades criativas". Florida, por sua vez, enfrentará a dimensão ocupacional, introduzindo o emblemático conceito de "classes criativas".

Por sua vez, em 2005, outra obra ganha importância na literatura internacional do tema: o "Creative Industries", de John Hartley, publicado em Oxford. O livro é o primeiro a enfrentar, de forma mais substantiva, a temática da economia e indústrias criativas.



ECONOMIA CRIATIVA

Trajetória e perspectivas

Um estudo pioneiro do Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IPEA), realizado no ano de 2013, identificou que a Economia Criativa é capaz de promover a diversificação econômica, de receitas, de comércio e inovação, e pode se relacionar, de forma simbiótica, com as novas tecnologias: notadamente as tecnologias de informação e comunicação. Dessa forma, iniciativas baseadas nessa abordagem podem promover a revitalização de áreas urbanas degradadas, ou mesmo o desenvolvimento de áreas rurais com herança de patrimônio cultural. (OLIVEIRA et al, 2013).

Daí que os repertórios de fontes especializadas, bibliográficas e de outra natureza, assim como trabalhos assemelhados à exemplo de anuários, guias, catálogos, inventários, dicionários especializados, etc., são um poderoso e indispensável instrumento para o trabalho científico e, sobretudo, como supedâneos da formulação de políticas públicas.

No caso da temática a que se dedica este levantamento bibliográfico-documental, a economia criativa e solidária, a importância de um instrumento desta natureza é ainda mais relevante, particularmente pelo fato de tratar-se de uma área de estudos com significativo potencial de transformação da cidade, conectando memória e a dimensão simbólica com o desenvolvimento econômico. Como bem introduziu o professor Paulo Miguez (2007, p.96-97):

"As expressões indústrias criativas e economia criativa são novas. Ainda que ambos os termos possam ser alcançados pelo expressivo debate que as várias disciplinas científicas travam à volta do que é chamado de "terceira revolução industrial" e, por extensão, estejam conectados com a variada gama de denominações que tentam capturar o paradigma de produção da sociedade contemporânea - sociedade pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento, da informação ou do aprendizado - o certo é que, querendo significar um setor da economia ou almejando tornar-se um campo específico do conhecimento, não deixam de constituir-se em uma novidade bastante recente. Na linguagem da academia, pode ser dito, então, que indústrias criativas e economia criativa configuram um campo de conhecimento pré-paradigmático, ainda que em rota ascendente e ritmo crescente de constituição."

DA INDUSTRIA CULTURAL À ECONOMIA CRIATIVA

Criatividade é um tema amplamente discutido, desde a filosofia clássica. O breve repertório aqui exposto, por sua vez, explora as tratativas paradigmáticas e epistemológicas que o quadro conceitual da criatividade propagou ao longo dos anos. Sua compreensão, embora não introduza objetivo principal deste trabalho, torna-se importante em razão de conferir sentido à economia dos bens simbólicos e criativos.

O cenário estrutural sob o qual a EC desponta é composto por uma diversidade de setores de alto valor simbólico-econômico, quais sejam: Patrimônio Cultural e Natural, Museu, Artesanato, Culturas Populares, Culturas Indígenas, Culturas Afro-brasileiras, Artes Visuais, Arte Digital, Dança, Música, Circo, Teatro, Audiovisual (incluindo jogos eletrônicos), Livro, Publicações e Mídias Impressas, Leitura e Literatura, Moda, Design, Arquitetura e Urbanismo, Gastronomia Regional e Turismo Cultural.

À guisa de introdução, a economia criativa tem sido apresentada na literatura com as seguintes características:

- **Atividades intensivas em conhecimento, cujo valor percebido é gerado por aplicações de símbolos, textos, sons e imagens em contextos culturais e sociais específicos;**
- **Possibilidades de aplicação e uso estratégico da propriedade intelectual;**
- **Ativos intangíveis com potencial de geração de emprego e renda para os indivíduos e crescimento econômico e desenvolvimento nos territórios.**

Entretanto, para se chegar à efetiva compreensão do tema, faz-se necessário resgatar brevemente a trajetória que se inicia na Escola de Frankfurt, como bem apresentado por Adorno e Horkheimer na obra “Dialética do Esclarecimento”:

Trajétória da economia criativa



Fonte: elaborado pelo autor

DA INDUSTRIA CULTURAL À ECONOMIA CRIATIVA

Os autores frankfurtianos colocaram em perspectiva o debate sobre como a cultura, ou ainda os setores de "belas artes", tornou-se uma verdadeira indústria, elitizado, obedecendo à lógicas e imperativos mercadológicos.

Assim, a organização da produção cultural sob a forma de setores com finalidades também econômicas - e também dos padrões de consumo - lançou luz sobre a necessidade de se discutir uma "economia da cultura". De igual modo, o advento da expressão "indústrias criativas" - organizadas sob uma sofisticada estrutura setorial - também culminou na expressão "economia criativa".

Logo, os bens e serviços culturais podem ser vistos como um subconjunto dos bens e serviços criativos, tal como as Indústrias Culturais o são da Criativa. Com efeito, a categoria "criativo" se estende para além das categorias elencadas no conceito anterior, passando a incluir produtos como moda, design e software, pesquisa & desenvolvimento etc. (OLIVEIRA et al, 2013).

As poucas aproximações da teoria econômica ao campo da cultura não ultrapassaram os limites da chamada "alta cultura" (as belas artes, a literatura, a música, as artes cênicas) e discutiam, tão somente, questões relacionadas ao mecenato público e privado e aos processos de formação dos preços das obras de arte. Assim, considerando este longo período, as relações entre a cultura e o campo da teoria econômica sugerem, no máximo, os contornos do que podemos chamar de uma "economia das artes", mesmo as indústrias culturais, apesar de sua expansão e diversificação aceleradas por inovações tecnológicas radicais, que criaram ou revolucionaram a fotografia, o cinema, o rádio, a edição e a fonografia, inclusive com a produção em massa, fordista, de novos bens e serviços com forte conteúdo de cultura.

Desde então, uma intensa produção acadêmica, um significativo número de publicações, a proliferação de seminários, fóruns e congressos especializados e a preocupação crescente de governos e agências multilaterais e instituições não-governamentais sobre os múltiplos aspectos da economia da cultura têm vindo, cada vez mais, a garantir importância e robustez ao, podemos assim dizer, recém-constituído campo da economia da cultura e, ainda mais recentemente, da economia criativa.

PRINCIPAIS DEFINIÇÕES DA ECONOMIA CRIATIVA

O quadro a seguir sintetiza algumas das principais definições do tema, baseadas em estudos recentes realizados e identificados pelos pesquisadores da UFMS.

DEFINIÇÃO

AUTORES

A e economia criativa surge a partir das identidades locais, do povo, introjetada de simbologia, considerando a imensidão da diversidade cultural brasileira. A economia criativa, no contexto Brasil, deve ser posta à serviço da lógica dos fins, cooperando para o surgimento de uma agenda de transformação social, que tem em seu constructo multidimensional o seu mote.

Pacheco, Benini
(2018a, 2018c)

No plano discursivo, a Economia Criativa não deve limitar-se a reprodução de experiências anglo-saxãs, intensivas em indústrias de copyright; antes, deve contornar-se de uma estrutura fundamentada na diversidade, simbologia e na produção de riqueza inclusiva, equitativa e socialmente distribuída.

Pacheco, Benini,
Mariani (2018b)

A economia criativa encontra apoio nas discussões centradas nos territórios, vez que as comunidades que os constituem são reais provedoras de ativos simbólicos, intangíveis e criativos, com forte relação com o setor de serviços, notadamente o turismo local.

Pacheco, Benini,
Mariani (2017)

Os setores criativos são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural econômica. “[...] seus insumos principais são a criatividade e o conhecimento [...] são aqueles cuja geração de valor econômico se dá basicamente em função da exploração da propriedade intelectual [...] vão além dos setores denominados como tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural (música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema), compreendendo outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao design, à arquitetura entre outros”.

Ministério da
Cultura (2012)

Diferentemente da economia tradicional “taylorista”, a economia criativa se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades.

Leitão (2015)

Economia criativa é um conceito novo, ajustado ao delicado equilíbrio entre imperativos econômicos e o patrimônio de uma nação; capta as mudanças radicais advindas da revolução digital e dirige seu foco para outro modo de capitalização da criatividade e do conhecimento.

Madeira (2014)

Elaborado pelo autor



POR UMA ECONOMIA CRIATIVA INCLUSIVA E SUSTENTÁVEL

O plano da extinta Secretaria da Economia Criativa fundou as bases para uma agenda pública da economia criativa como vetor de desenvolvimento

A figura abaixo, bastante reproduzida em artigos e estudos mostra que uma política pública endereçada à economia criativa deve, inevitavelmente, considerar princípios gerais norteadores. Destacam-se os princípios da diversidade cultural - que no caso brasileiro é reconhecidamente abundante; a sustentabilidade, em suas múltiplas dimensões e, por fim, a tão cara inclusão social, cuja importância é igualmente necessária em qualquer política que se pretenda pública.

Dimensões estruturantes da economia criativa



Frise-se, contudo, que a criatividade aproxima-se muito da inovação (embora não se confunda com ela), vez que ambas implicam riscos, custos iniciais e efeitos de dispersão no conjunto da economia: a primeira referencia uma capacidade individual e subjetiva; enquanto a segunda remete à objetividade de um processo social com desenvolvimento de métodos. Para o inglês John Howkins criatividade pode gerar e estimular a inovação, ou ainda, a criatividade envolve a expressão pessoal que foge à lógica e à linearidade, enquanto a inovação pode ser calculada.

Entretanto, sabe-se que inovação é um conceito emblemático e que não pode ser levado totalmente à efeito no cenário brasileiro, que aliás, ocupa a 62ª posição no Índice Global de Inovação.

Participação no PIB brasileiro*

2,62%

Participação em R\$*

R\$ 171,5 bilhões

Profissionais criativos empregados*

837,2 mil

Participação na economia mundial*

6,1%

Renda anual mundial*

US\$2,25 bilhões

*Dados constantes no Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2019), com ano-base de 2017 e UNESCO (2018)

Dessa forma, há que se considerar que a Economia Criativa brasileira possui traços artesanais, de base comunitária e com características territoriais. É uma economia fundamentada no simbólico, no intangível, no patrimônio da nação, o que conflita diretamente (ao menos deveria) com os imperativos tecnológicos e da propriedade privada.
(Adriano Pacheco)

A ECONOMIA CRIATIVA EM PERSPECTIVA MULTILATERAL

Instituições, contextos e discursos nas políticas públicas culturais

No ano de 2010, a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) lançou juntamente com a Unidade Especial para Cooperação Sul do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) o segundo relatório sobre EC, em um esforço de cooperação mútua para a compreensão e organização sistêmica do panorama dos países desenvolvidos e suas categorizações para o desenvolvimento da Indústria e Economia Criativa.

As designações prolapadas no interior do relatório da UNCTAD, embora pautadas em dados agregados, impressionam pela estrutura e riqueza de contribuições que apontam direcionamentos visando o entendimento de uma economia estratégica intensiva e abundante em criatividade, capaz de deslocar a relação binomial demanda-oferta, bem como a lógica de consumo dada tão-somente pela utilidade - características de uma economia intensiva em capital -, para uma dinâmica de consumo cujo valor é gerado a partir de um ativo criativo (PACHECO et al. 2018).

Paralelamente, a UNESCO indexou ao entendimento da Indústria e EC um conteúdo rico em elementos mais voltados à simbologia, diversidade cultural e desenvolvimento social - enquanto que o da UNCTAD propunha forte dependência da propriedade intelectual e direitos autorais.

Já em 2013, foi a vez da UNESCO atualizar a versão do relatório global, organizando e propondo categorias para mensuração da economia criativa, as quais chamou de "domínios".

Para as chamadas agências multilaterais, a Economia Criativa precisa estar assentada em modelos já experimentados no campo das ciências econômicas e das estratégias organizacionais.

De certa forma, não há necessariamente uma ruptura com o modo de produção baseado na acumulação e na concentração de riqueza e poder.

Todavia, há que se reconhecer o protagonismo dessas organizações em envidar esforços de organização de um setor cuja lógica é intensiva em recursos intangíveis, imateriais e abundantes.

Já em 2013, foi a vez da UNESCO atualizar a versão do relatório global, organizando e propondo categorias para mensuração da economia criativa, as quais chamou de "domínios".

Cabe destacar ainda que a UNESCO reconhece o patrimônio natural como setor nuclear da economia criativa, juntamente com o patrimônio material e imaterial. A organização aponta também que o Turismo e os setores de recreação e entretenimento exercem papel de articulação fundamental junto aos demais setores nucleares do modelo, conforme figura abaixo:

Organização da economia criativa segundo a UNESCO



Fonte: Creative Economy Report, 2013, p. 25.



As indústrias culturais e criativas segundo a Work Foundation



Fonte: UNESCO (2013)

A figura acima é apenas um dos modelos que frequentemente buscam promover uma agenda de organização setorial da economia criativa. Neste caso, vê-se o núcleo criativo (core) e as demais indústrias correlacionadas junto às demais áreas da economia.

A ECONOMIA CRIATIVA EM PERSPECTIVA MULTILATERAL

AS CIDADES CRIATIVAS

Ainda nesse contexto, importante destacar como a economia intensiva em criatividade e nos aspectos simbólicos tem se desenvolvido no contexto das cidades. Para isso, a rede mundial de Cidades Criativas foi criada em 2004, no âmbito da Unesco, com o objetivo de promover a cooperação internacional, entre as cidades que têm a criatividade como estratégia para alcance dos objetivos sustentáveis da ONU.

O programa reúne cidades dispostas a compartilhar experiências e boas práticas de desenvolvimento da economia criativa. As cidades candidatam-se em uma das sete categorias estabelecidas: literatura, cinema, música, artesanato e folclore, design, media arts e gastronomia

Com efeito, tem-se que as cidades da rede trabalham em busca de dois objetivos comuns: colocar os setores criativos e culturais no centro dos planos de desenvolvimento locais e cooperar ativamente por meio de parcerias entre cidades em nível nacional e internacional, além de setores como turismo, ciência e tecnologia e educação.

Ao aderir à Rede, as cidades se comprometem a compartilhar suas melhores práticas e desenvolver parcerias envolvendo os setores público e privado, bem como a sociedade civil, a fim de:

- fortalecer a criação, produção, distribuição e difusão de atividades, bens e serviços culturais;
- desenvolver pólos de criatividade e inovação e ampliar as oportunidades para criadores e profissionais do setor cultural;
- melhorar o acesso e a participação na vida cultural, em particular para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis;
- integrar plenamente a cultura e a criatividade nos planos de desenvolvimento sustentável.

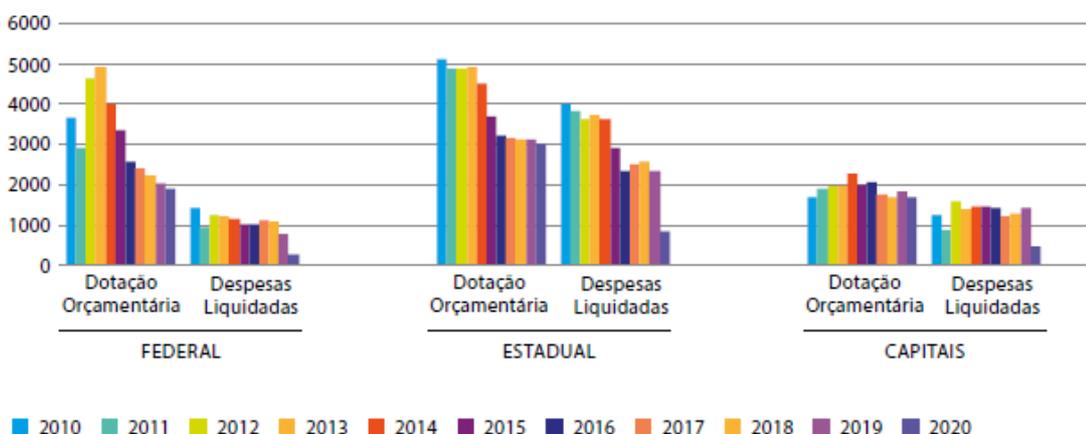


CULTURA EM NÚMEROS: BREVE PANORAMA DO INVESTIMENTO PÚBLICO EM CULTURA NO BRASIL

O fomento público é fundamental para que empreendimentos de economia criativa e solidária alcancem seus objetivos sociais, culturais e econômicos

O levantamento a seguir foi realizado com base no Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural, notadamente quanto às despesas liquidadas do orçamento da cultura no período de 2010 à 2020 (1º semestre), nos níveis federal, estadual e capitais:

Orçamentos Públicos para Cultura 2010-2020 (em bilhões de R\$, atualização pelo IPCA)



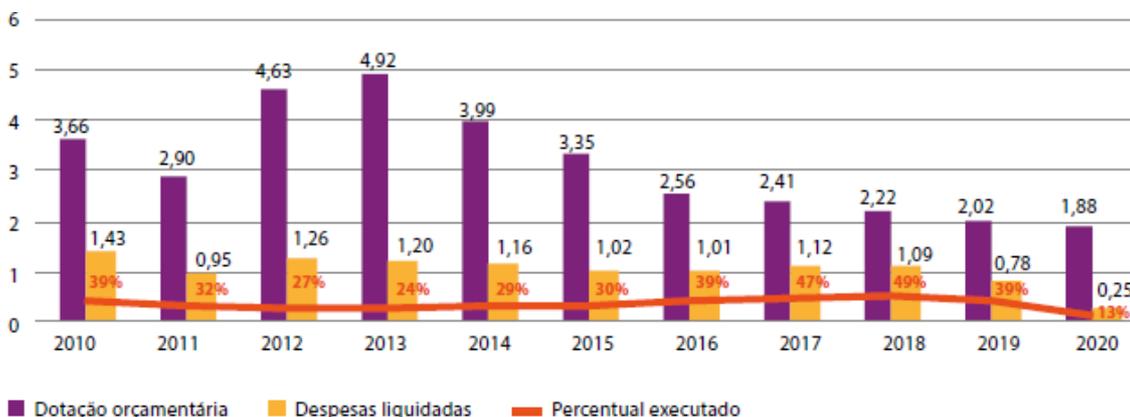
Fonte: Gráfico construído a partir de dados do Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural. O valor das Despesas Liquidadas, em 2020, refere-se ao 1º semestre.

No gráfico acima, constata-se um comportamento frequente no tocante ao orçamento público realizado pelo Governo Federal, vê-se que o mesmo endereçado à cultura, qual seja, a dificuldade de atingir o maior patamar (cerca de 5 bilhões) no ano de governo federal e os Estados em executarem 2013, durante o segundo mandato da ex-presidenta Dilma efetivamente aquilo que foi planejado. De outro lado, as capitais apresentam melhores resultados na execução do orçamento da pasta.

Quando se observa os investimentos em cultura realizados pelo Governo Federal, vê-se que o mesmo endereçado à cultura, qual seja, a dificuldade de atingir o maior patamar (cerca de 5 bilhões) no ano de governo federal e os Estados em executarem 2013, durante o segundo mandato da ex-presidenta Dilma efetivamente aquilo que foi planejado. De outro lado, as capitais apresentam melhores resultados na execução do orçamento da pasta.

Rousseff. Após esse período, esse valor decresceu vertiginosamente, atingindo irrelevantes 2,02 bilhões em 2019, já no governo de Jair Bolsonaro.

Orçamento Federal (em bilhões de R\$)



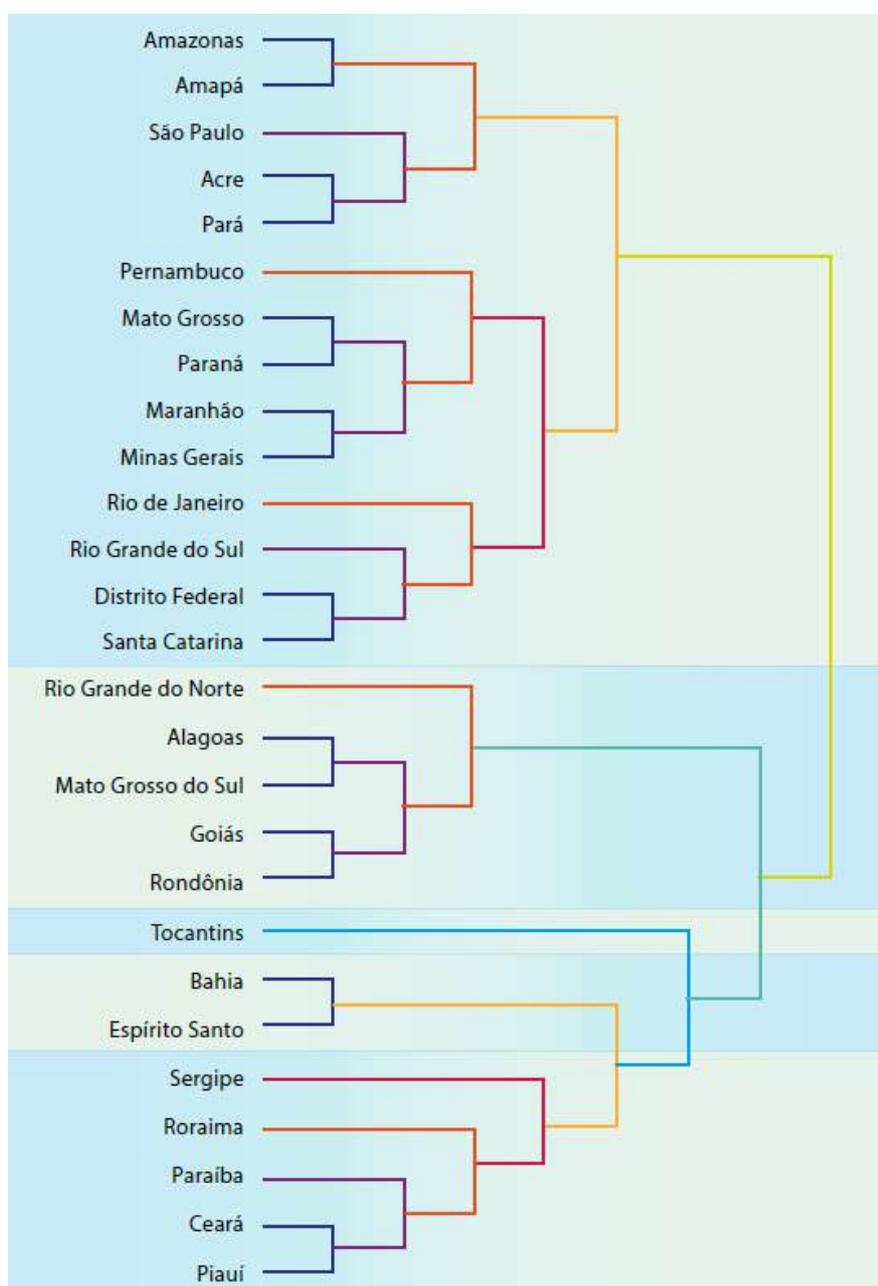
Fonte: Gráfico construído a partir de dados do Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural.

Fonte: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/>

A execução financeira do orçamento destinado à cultura diz muito sobre a orientação político-institucional de cada Estado/capital, ou seja, sobre a importância que se dá ao setor e seus múltiplos relacionamentos, inclusive econômicos

CULTURA EM NÚMEROS: PANORAMA DO INVESTIMENTO PÚBLICO EM CULTURA

Dendrograma de Cluster - Estados e Distrito Federal - Despesas Liquidadas 2010-2019



Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural.

Muito embora a análise da condução da política cultural pela via orçamentária apresente limitações metodológicas, por meio da utilização da técnicas de análise multivariada é possível realizar o agrupamento de clusters dos estados por meio da identificação de similaridades na liquidação das despesas. Mato Grosso do Sul, por exemplo, encontra-se agrupado com Alagoas, muito embora seja territorialmente maior.

CULTURA EM NÚMEROS: PANORAMA DO INVESTIMENTO PÚBLICO EM CULTURA

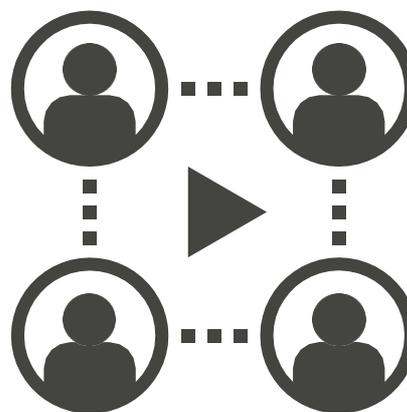
Para ajudar a compreender o ambiente político-institucional da gestão pública da cultura em nível federal, a tabela a seguir traz um levantamento dos gestores que ocuparam a pasta desde o ano de 2008:

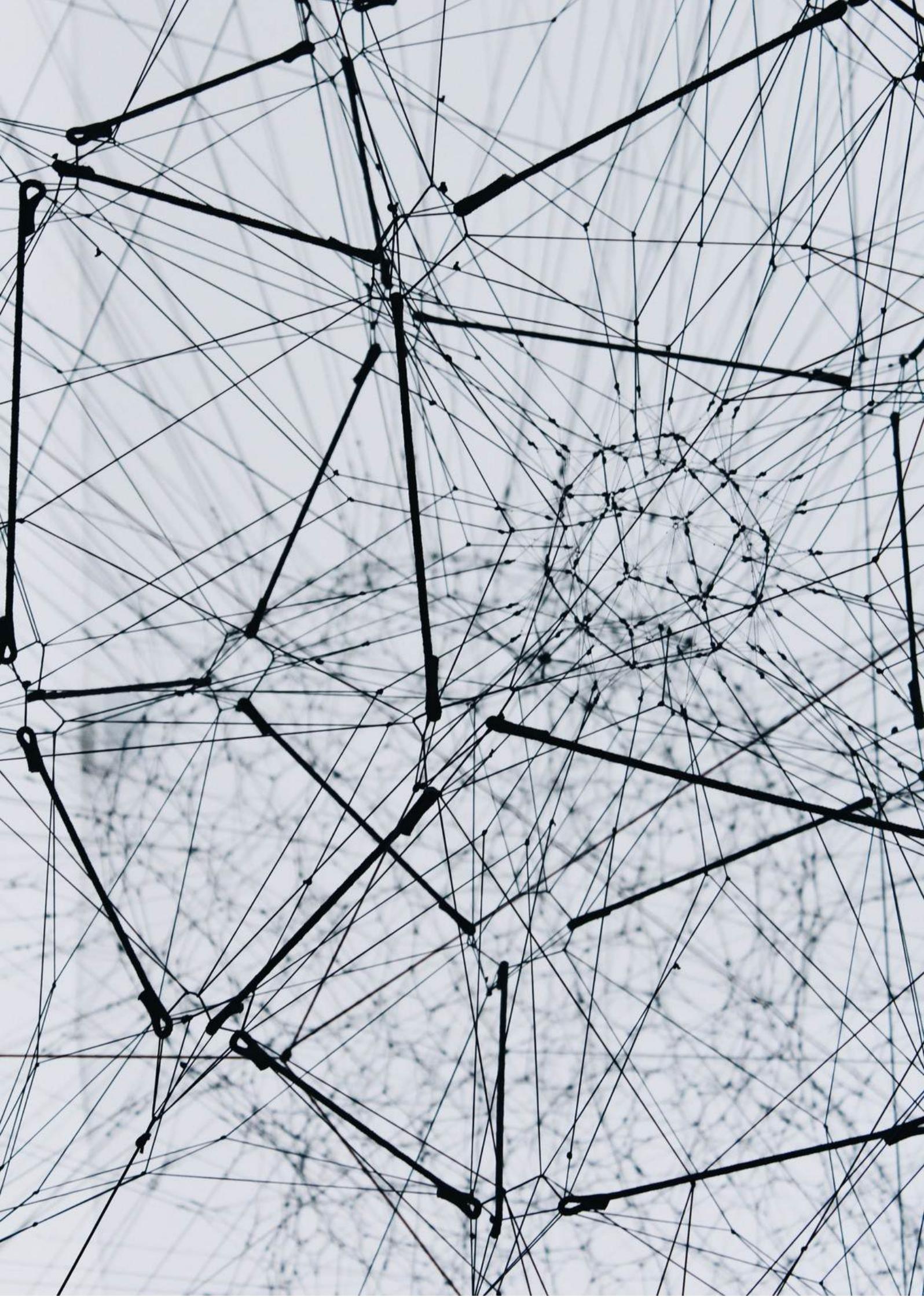
Gestores no âmbito do Ministério da Cultura

Histórico do Ministério da Cultura				
Ministro/Secretário	Início de Mandato	Término de Mandato	Total de Dias	Tipo
Juca Ferreira	30/07/2008	31/12/2010	884	Ministério
Ana de Hollanda	01/01/2011	13/09/2012	621	Ministério
Marta Suplicy	13/09/2012	11/11/2014	789	Ministério
Ana Cristina Wanzeler (interina)	13/11/2014	31/12/2014	48	Ministério
Juca Ferreira	01/01/2015	12/05/2016	497	Ministério
Marcelo Calero	24/05/2016	18/11/2016	178	Secretaria/Ministério
Roberto Freire	18/11/2016	22/05/2017	185	Ministério
João Batista de Andrade (interino)	22/05/2017	24/07/2017	63	Ministério
Sérgio Sá Leitão	25/07/2017	31/12/2018	524	Ministério
	04/01/2019	06/11/2019		Com a extinção do Ministério da Cultura, é criada a Secretaria Especial da Cultura, que passa a se reportar ao Ministério da Cidadania.
Henrique Pires	04/01/2019	22/08/2019	230	Ministério da Cidadania/ Secretaria Especial da Cultura
José Paulo Soares Martins (interino)	22/08/2019	04/09/2019	13	Ministério da Cidadania/ Secretaria Especial da Cultura
Ricardo Braga	04/09/2019	06/11/2019	63	Ministério da Cidadania/ Secretaria Especial da Cultura
	07/11/2019			A Secretaria Especial da Cultura passa a reportar ao Ministério do Turismo
Roberto Rego Pinheiro (Roberto Alvim)	07/11/2019	17/01/2020	71	Ministério do Turismo/ Secretaria Especial da Cultura
Regina Duarte	04/03/2020	10/06/2020	98	Ministério do Turismo/ Secretaria Especial da Cultura
Mário Frias	23/06/2020			Ministério do Turismo/ Secretaria Especial da Cultura

Fonte: Observatório Itaú Cultural.

O primeiro ministro da cultura do governo do ex-presidente Lula foi Gilberto Gil (2003-2008), apontado como o grande responsável por conciliar a classe artística e pavimentar o caminho para as políticas culturais que se seguiram ao longo da gestão do ministro Juca Ferreira (que passou o maior tempo no cargo), com destaque para os Programas Cultura Viva e Mais Cultura.

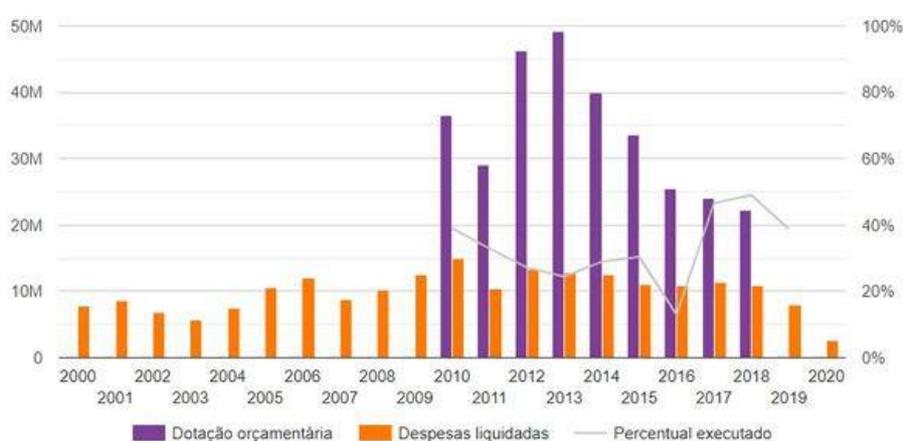




CULTURA EM NÚMEROS: PANORAMA DO INVESTIMENTO PÚBLICO EM CULTURA

A figura a seguir mostra os valores (R\$), corrigidos pelo IPCA da execução orçamentária dos valores destinados à cultura pelo Governo Federal* nos últimos 20 anos. Observa-se que o período de 2010 à 2016 corresponde aos anos que mais se investiu em cultura, pelo menos em termos previsão e execução orçamentária.

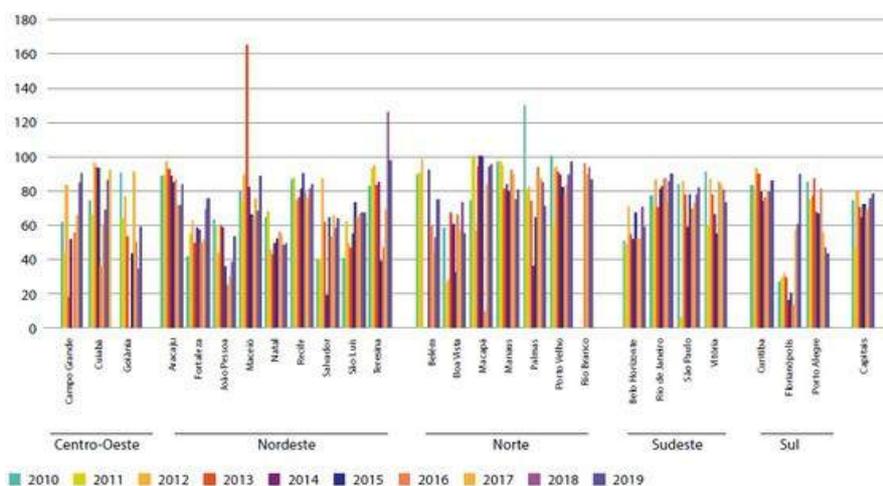
Execução orçamentária endereçada à cultura (governo federal)



Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural.

Particularizando a análise orçamentária para a capital Campo Grande, o levantamento do Itaú Cultural mostra que os recursos orçamentários endereçados à cultura estão sendo executados, vez que a relação entre dotação orçamentária e despesas liquidadas guardam boa equivalência, notadamente nos anos de 2018-2019. Quando realizado um recorte regional entre as capitais (2013-2020), observa-se que Campo Grande apresenta uma boa dotação orçamentária, mas com uma execução efetiva menor do que Cuiabá e Goiânia, por exemplo.

Execução orçamentária (capitais)



Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural.

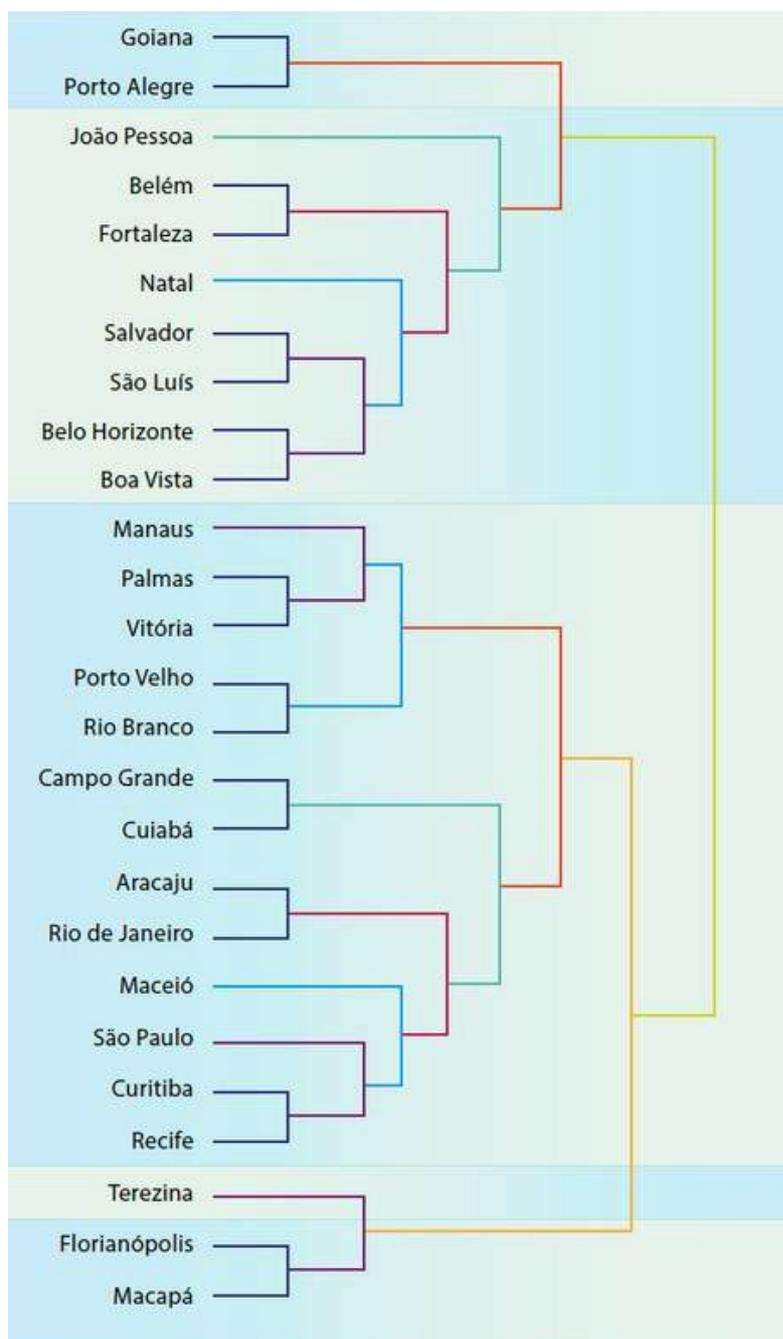
Por sua vez, o gráfico ao lado mostra a execução orçamentária de cada capital do país, agrupadas por região. Campo Grande atingiu percentuais de execução financeira acima dos 80% apenas nos anos de 2012, 2018 e 2019, mas ainda atrás da capital do Mato Grosso, Cuiabá.

*O painel de dados do Observatório Itaú Cultural utiliza diferentes fontes de dados para compor as análises. Destaca-se aqui os dados de natureza orçamentária disponibilizados, dentre outros, no Painel do Orçamento Federal: < https://www1.siof.planejamento.gov.br/QuAJAXZfc/opendoc.htm?document=IAS%2FExecuca_o_Orcametaria.qvw&host-QV5%40pqlk04&anonymous=true. Acesso em 20.03.2021.

CULTURA EM NÚMEROS: PANORAMA DO INVESTIMENTO PÚBLICO EM CULTURA

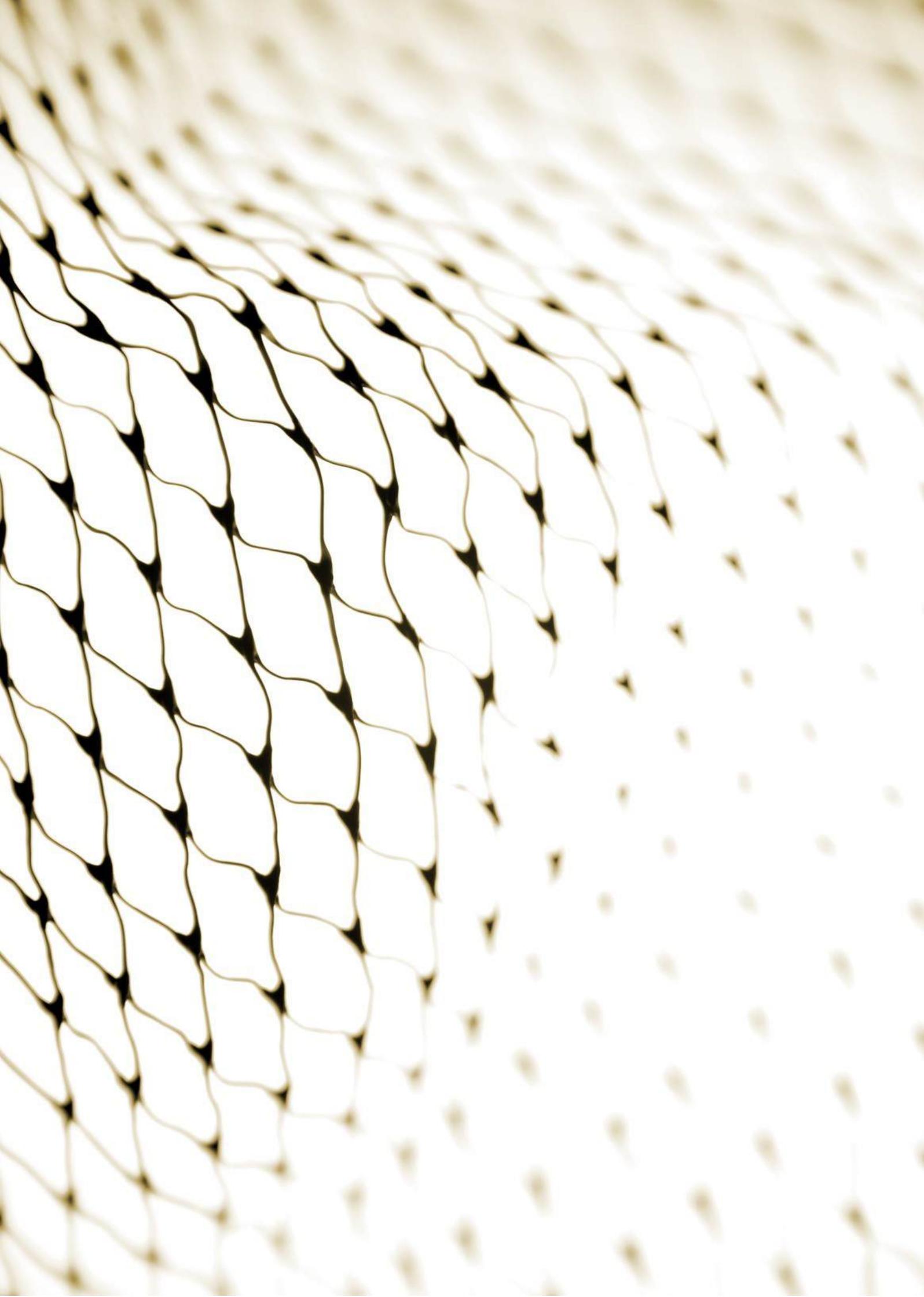
Aliás, ao se aplicar uma análise de cluster (método de Ward), constata-se a proximidade entre as capitais do Centro-Oeste, notadamente quanto aos percentuais de execução financeira do orçamento destinado à cultura.

Dendrograma de Cluster - Capitais - Despesas Liquidadas 2010-2019



Verifica-se que, pelo método, a cidade de Campo Grande apresenta similaridade de execução orçamentária da pasta da cultura com a capital de Mato Grosso, Cuiabá.

Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural.



LEI ALDIR BLANC

LEI FEDERAL Nº 14.017/2020

Com o advento do governo de Jair Messias Bolsonaro, no início do ano de 2019, o setor cultural assistiu à um incisivo processo de desmantelamento das políticas públicas até então desenvolvidas. O Ministério da Cultura é reduzido à condição de Secretaria, vinculada hierarquicamente ao Ministério da Cidadania e, posteriormente, ao do Turismo. A Secretaria Especial de Cultura sofreu, então, um minucioso processo de aparelhamento ideológico de cariz liberal-conservadora.

Nesse contexto, o advento da pandemia global precarizou ainda mais a gestão federal do setor cultural, ensejando iniciativas imediatas de resistência e de contra-movimento à inércia do governo federal em atender às demandas do setor, notadamente diante de uma grave crise econômico-sanitária.

Especificamente, uma ação conjunta entre sociedade civil, dirigentes estaduais e municipais de cultura, juntamente com parlamentares do Congresso Nacional - com destaque para as deputadas federais Jandira Feghali e Benedita da Silva - possibilitou a aprovação da Lei Federal nº 14.017, de 2020, conhecida como Lei Aldir Blanc.

A Lei Aldir Blanc dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. A lei obrigou a União Federal à repassar aos Estados, Municípios e Distrito Federal o valor de 3 bilhões de reais em medidas de apoio ao setor cultural. Dentre as ações apoiadas pela Lei, destacam-se aquelas previstas no inciso III, art.2:

III - editais, chamadas públicas, prêmios, aquisição de bens e serviços vinculados ao setor cultural e outros instrumentos destinados à manutenção de agentes, de espaços, de iniciativas, de cursos, de produções, de desenvolvimento de atividades de economia criativa e de economia solidária, de produções audiovisuais, de manifestações culturais, bem como à realização de atividades artísticas e culturais que possam ser transmitidas pela internet ou disponibilizadas por meio de redes sociais e outras plataformas digitais (grifo meu).



A cidade de Campo Grande destaca-se entre as capitais da região Centro-Oeste por ter executado todo o recurso recebido ainda dentro do exercício financeiro de 2020, tendo distribuído os recursos remanescentes entre os selecionados no edital “Morena Cultura e Cidadania”, no ano de 2021 com o advento da MP 1019/20 que prorrogou o prazo para utilização dos recursos da Lei.

A LEI ALDIR BLANC EM CAMPO GRANDE/MS

Relação Orçamento previsto x Repasse da Lei Aldir Blanc nos Estados e Capitais da região Centro-Oeste

Impacto da Lei Aldir Blanc nos Orçamentos da Cultura – Capitais, Estados e Distrito Federal* (em bilhões de R\$, atualização pelo IPCA)					
Unidades de Análise		Previsto 2020		Repasse Lei Aldir Blanc	
Estados e Distrito Federal	Capitais	Estados e Distrito Federal	Capitais	Estados e Distrito Federal	Capitais
Distrito Federal	Brasília	190.358.549,00	-	19.285.499,97	-
Goiás	Goiânia	112.481.213,00	8.904.000,00	48.598.793,68	9.739.729,63
Mato Grosso	Cuiabá	133.972.849,72	22.699.102,14	26.820.345,94	3.910.083,35
Mato Grosso do Sul	Campo Grande	76.064.313,05	34.751.250,00	19.861.908,44	5.579.895,76

Fonte: Tabela construída a partir de dados do Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural e da Confederação Nacional de Municípios (CNM).

Muito embora a capital Campo Grande tenha conseguido executar a totalidade dos recursos orçamentários disponibilizados pela Lei Aldir Blanc ainda no ano de 2020, o mesmo não pôde ser observado no âmbito do Governo do Estado de MS, tendo em vista as inúmeras dificuldades enfrentadas pela Fundação de Cultura para levar à efeito os objetivos da Lei de Emergência Cultural, cujo percentual de execução financeira foi aproximadamente de 20%, ou seja, apenas R\$ 3.968.260,00** executados em 2020.

*Também disponível em: <https://www.cnm.org.br/comunicacao/noticias/cnm-divulga-estimativa-de-repasse-para-acoes-emergenciais-na-cultura>. Acesso em 25.03.2021.

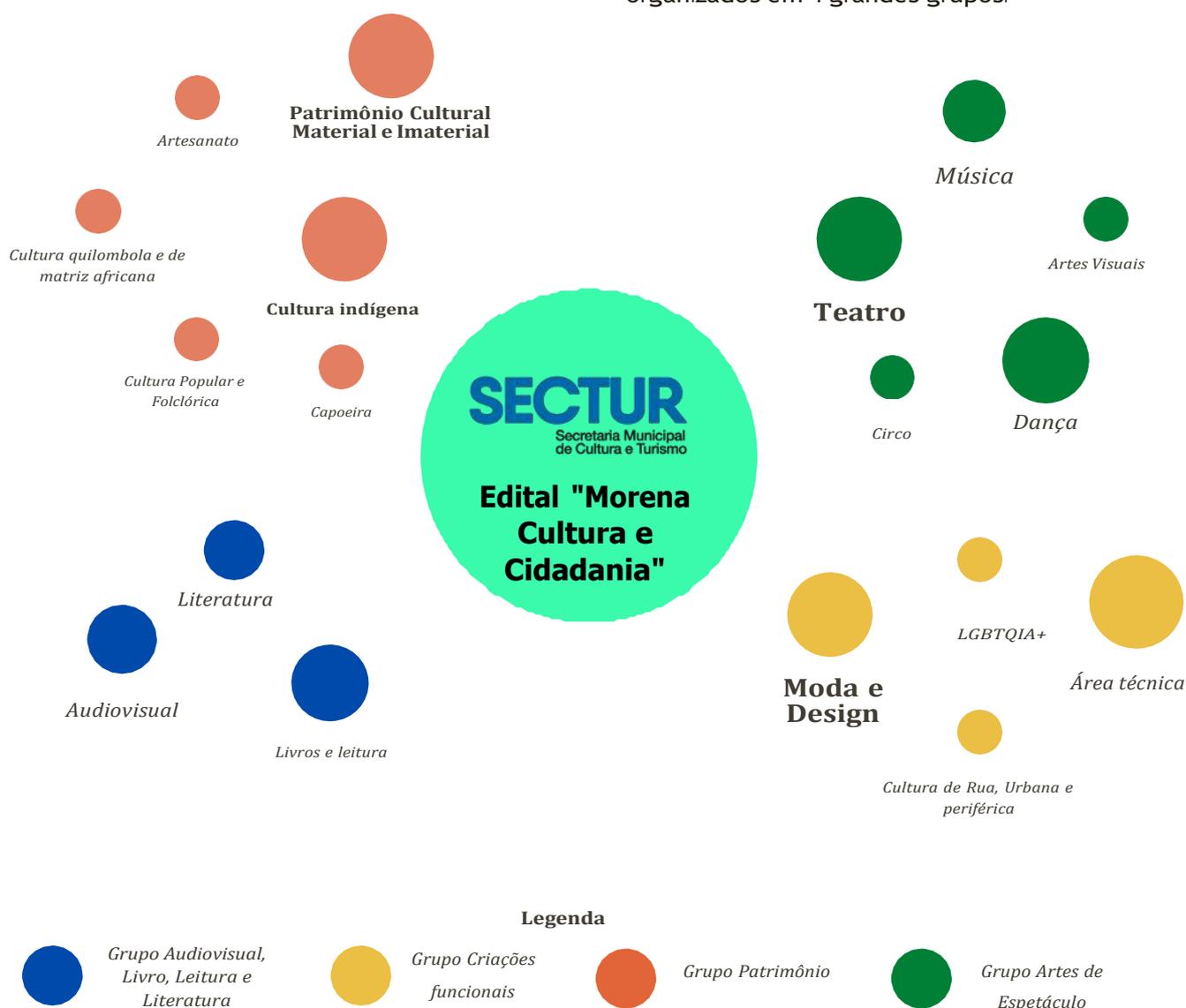
** Conforme disponível em: <https://www.fundacaodecultura.ms.gov.br/dos-834-contemplados-nos-21-editais-da-lei-aldir-blanc/>. Acesso em 25.03.2021. Até a finalização deste estudo, o governo estadual de MS ainda não havia feito a execução financeira dos recursos remanescentes da Lei Aldir Blanc.



A LEI ALDIR BLANC EM CAMPO GRANDE/MS

Para levar à efeito os objetivos da Lei Federal Aldir Blanc, Campo Grande, por meio da Secretaria de Cultura e Turismo realizou dois chamamentos públicos: um para seleção de projetos e outro para seleção de espaços que receberiam subsídio financeiro para manutenção de suas atividades.

Especificamente, a Sectur lançou o edital nº 22/2020 de 21 de outubro de 2020, visando selecionar projetos com finalidade artística e cultural, destinado à pessoas físicas e jurídicas sem fins lucrativos, que se enquadrassem em determinados setores culturais. Neste estudo, considerando as categorias de análise da economia criativa, estes setores foram organizados em 4 grandes grupos:

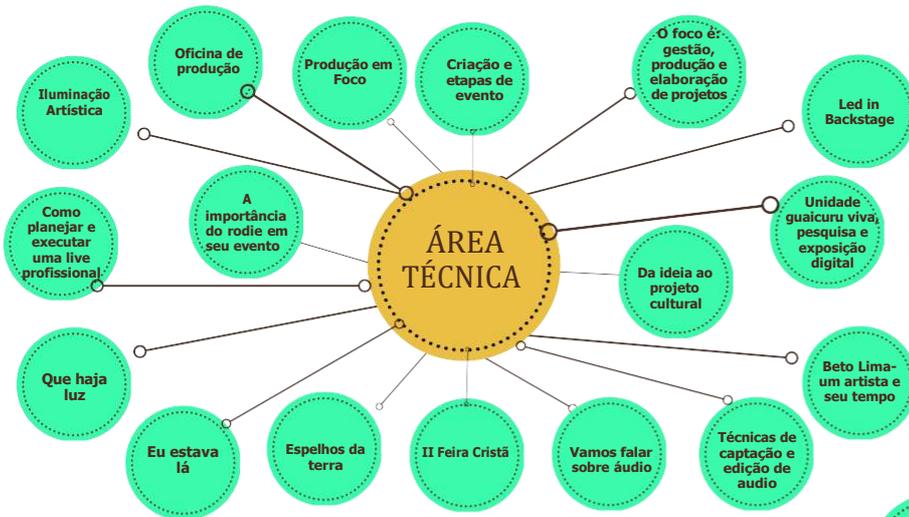


A LEI ALDIR BLANC EM CAMPO GRANDE/MS

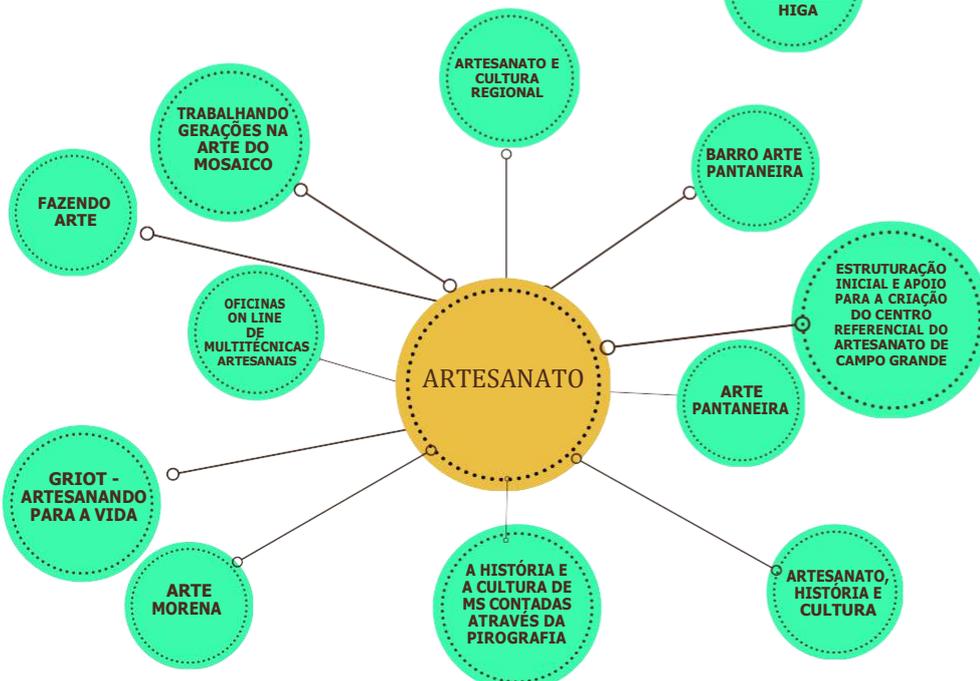
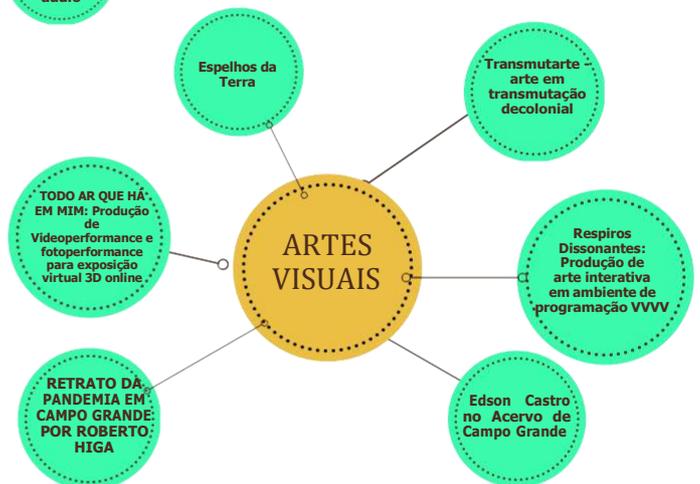
Detalha-se, a seguir, a multiplicidade de projetos inscritos e selecionados no edital nº 22/2020, com vistas a permitir uma visualização da diversidade cultural existente na cidade de Campo Grande.

A relação de projetos aprovados encontra-se homologada e publicada no Diário Oficial do município nº 6130, de 25.11.2020.

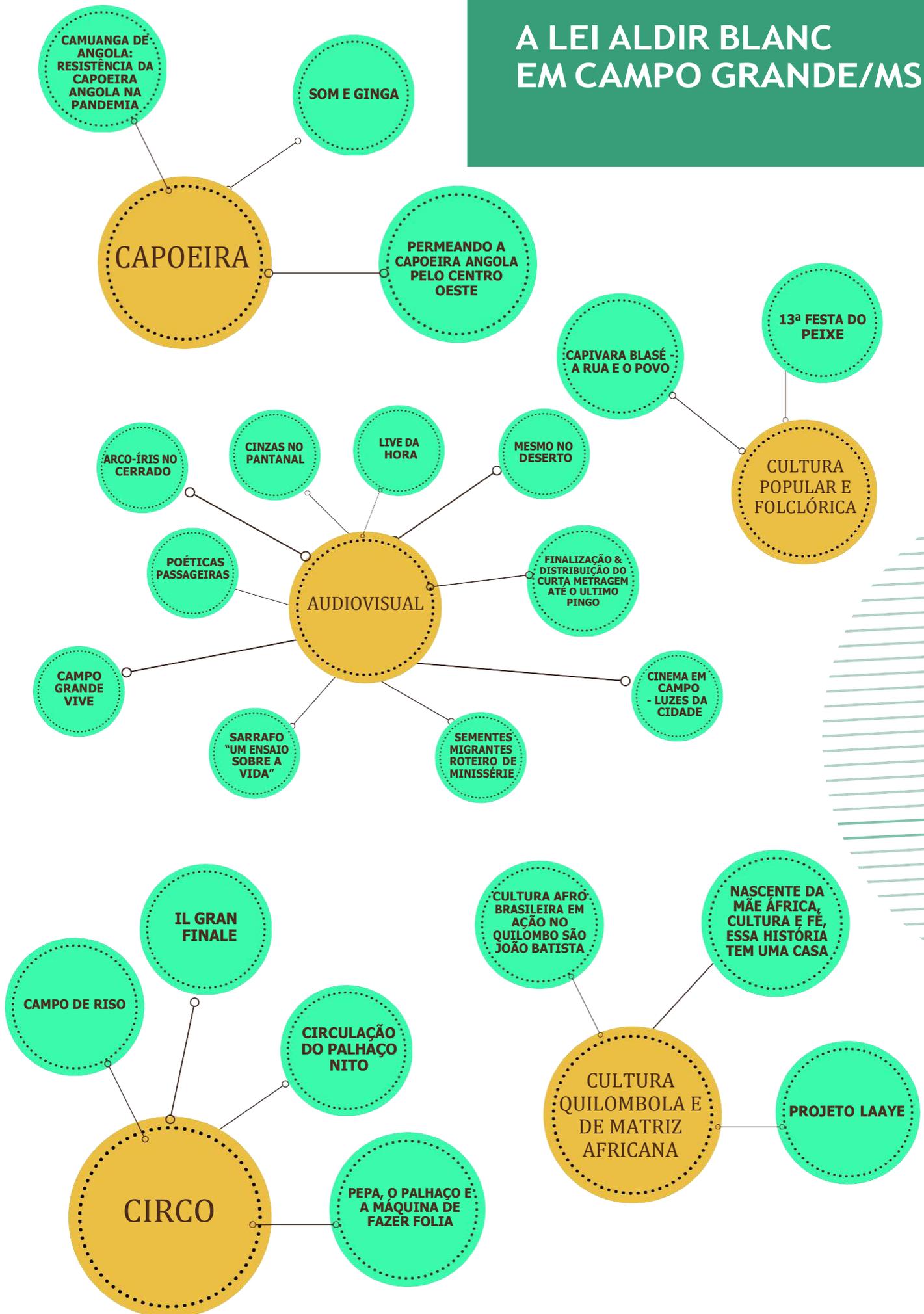
Foram selecionados 6 projetos por setor cultural, sendo contemplados, ainda, a quase totalidade dos projetos inscritos neste edital, tendo em vista a existência de recursos remanescentes do chamamento público destinado aos subsídios à espaços culturais.



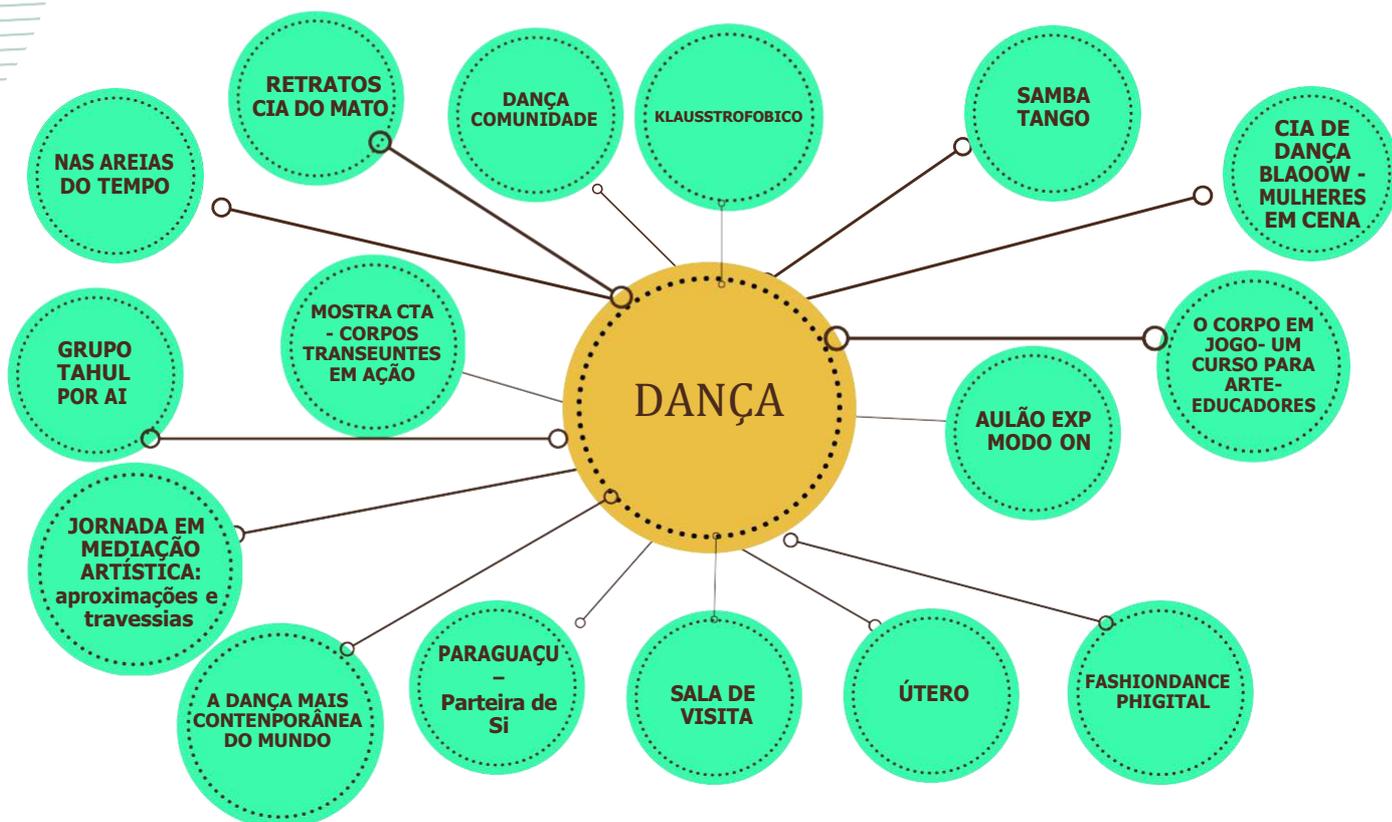
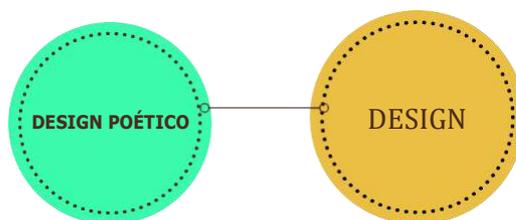
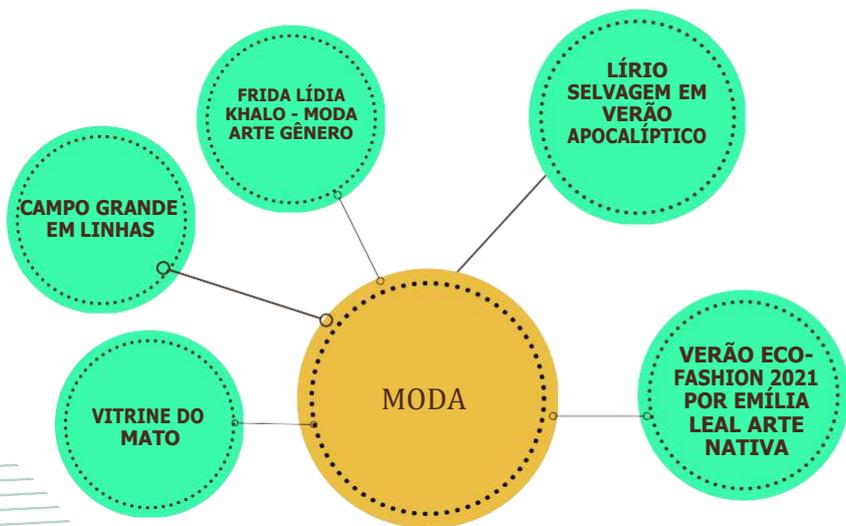
**De todo modo, este levantamento considera apenas a fase de seleção, ou seja, independentemente de o proponente ter ou não formalizado a proposta cultural junto à Setur.



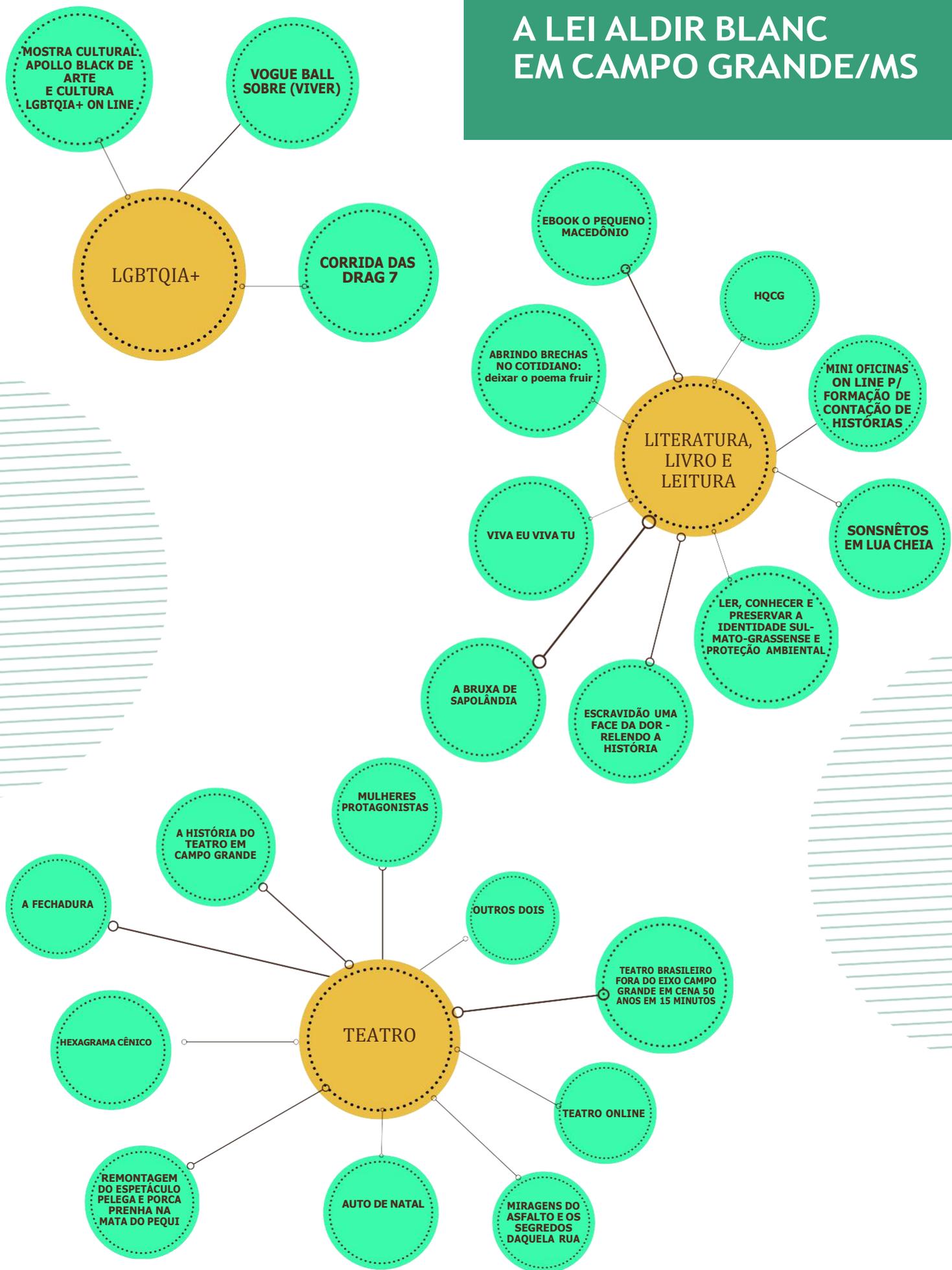
A LEI ALDIR BLANC EM CAMPO GRANDE/MS



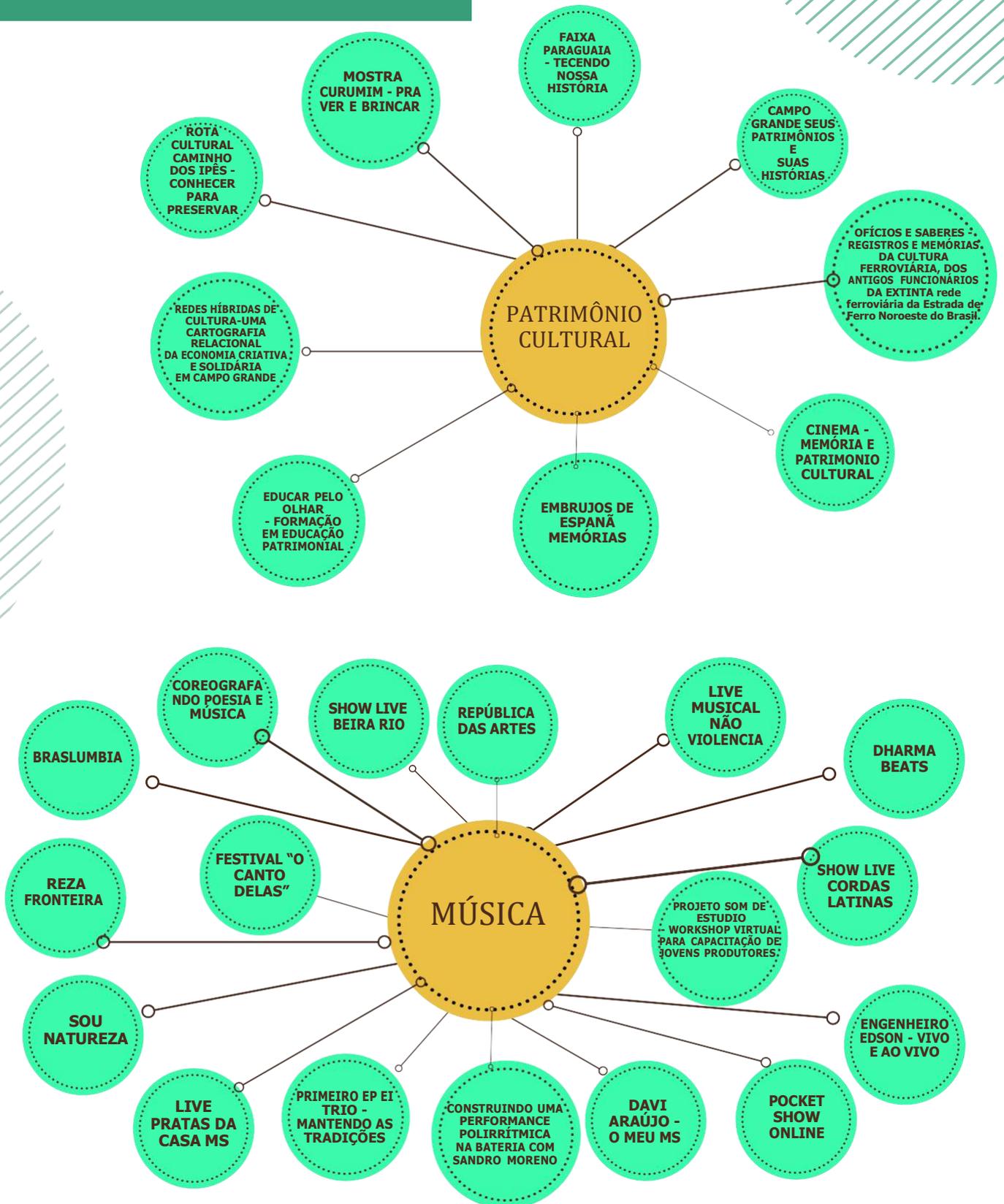
A LEI ALDIR BLANC EM CAMPO GRANDE/MS



A LEI ALDIR BLANC EM CAMPO GRANDE/MS



A LEI ALDIR BLANC EM CAMPO GRANDE/MS



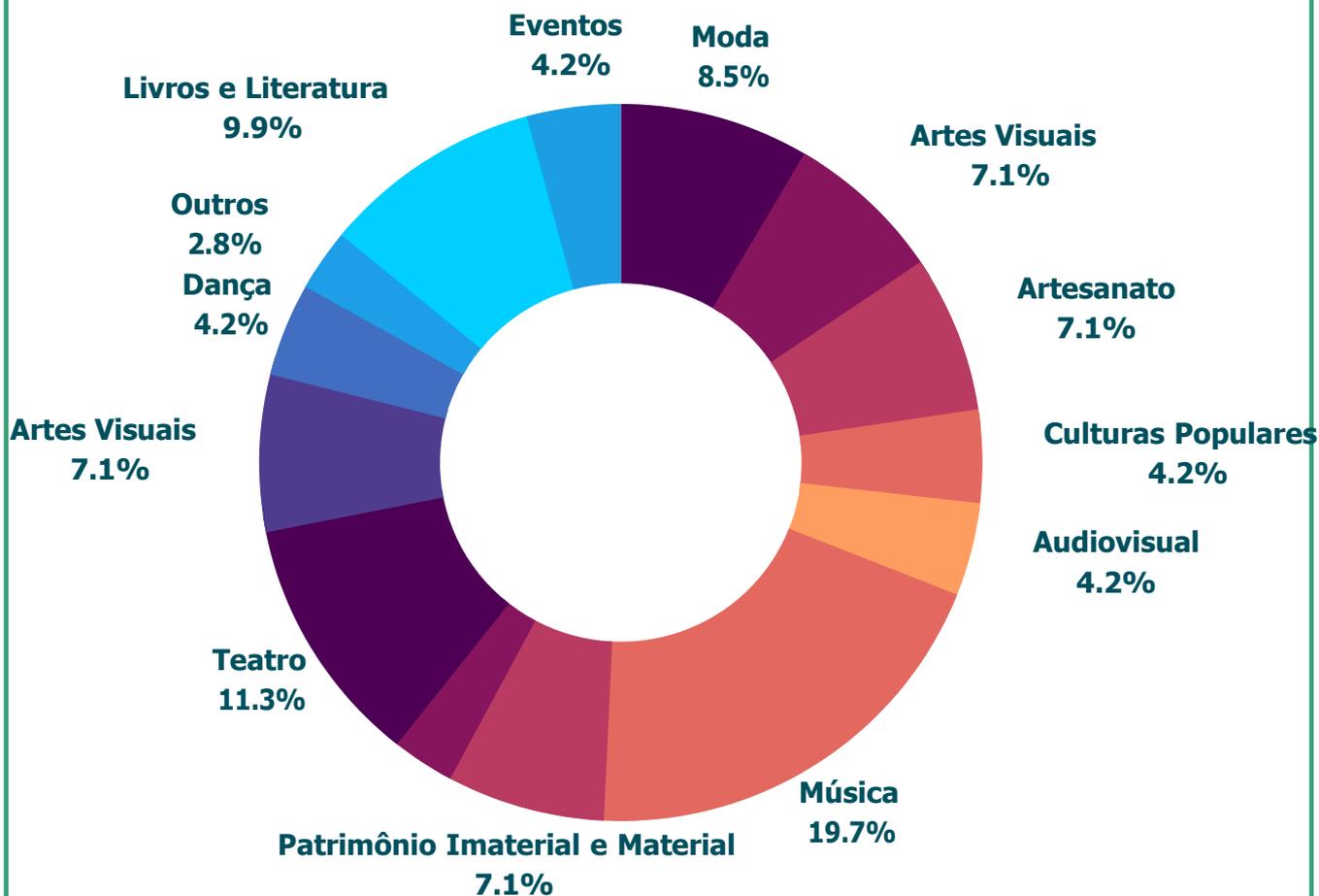


ANÁLISE DE DADOS

Durante os meses de janeiro à março de 2021, o projeto Redes Híbridas de Cultura realizou um levantamento visando identificar iniciativas com atuação na economia criativa e solidária em Campo Grande. Para isso, foi elaborado e aplicado um questionário contendo os dados de contato, caracterização da iniciativa, contexto socioeconômico, redes, colaborações, processos criativos, dinâmica espacial e articulação territorial, além de aspectos de gestão da iniciativa. Foram 66 respondentes, com atuação nos mais diferentes setores da cultura, cujos resultados serão aqui analisados, com vistas à identificação dos arranjos produtivos da economia criativa e solidária e, ainda, visando apreender a perspectiva relacional entre a iniciativa pública, privada e sociedade civil no contexto das políticas públicas culturais.

A maioria das iniciativas participantes atuam no setor da música, seguida do teatro, livros/literatura e moda.

Composição setorial das iniciativas

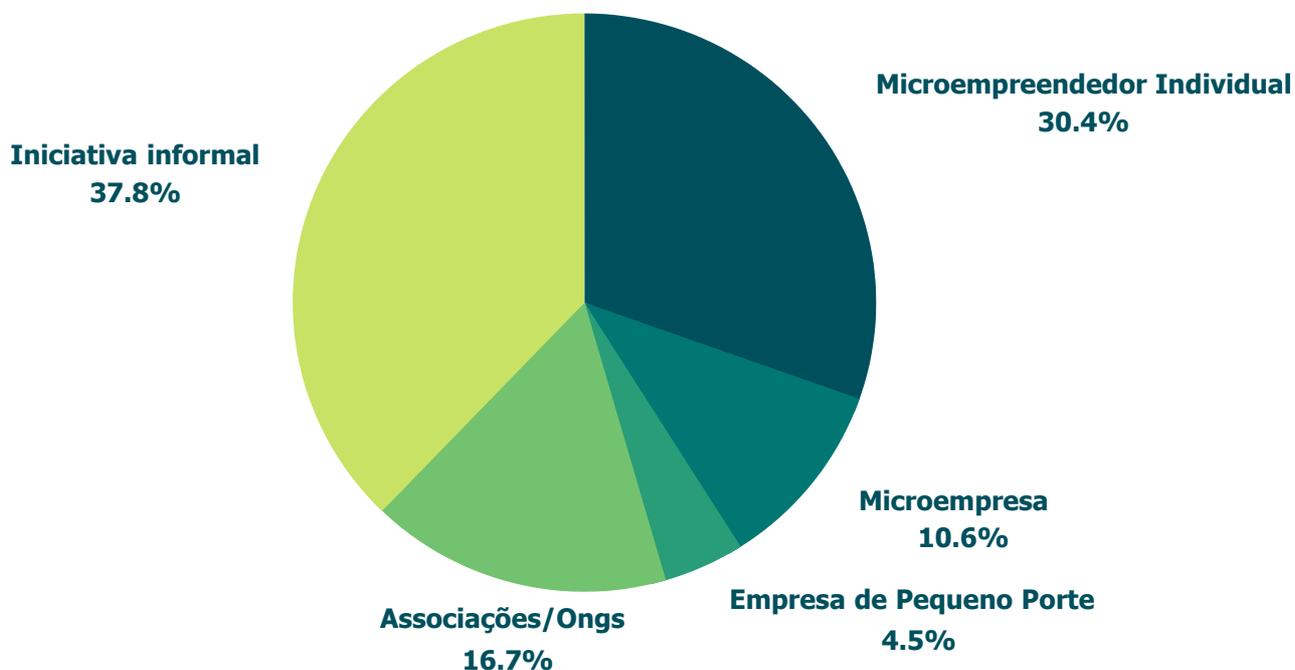


ANÁLISE DE DADOS

O que se percebe é que a economia criativa e solidária ainda é predominantemente constituída de grupos informais, o que pode ter relação com a complexa organização legislativa e tributária à que os empreendimentos estariam sujeitos caso fossem, em sua maioria, formalmente constituídos. De todo modo, destaca-se ainda a predominância dos microempreendedores individuais atuantes nos setores culturais, seguidos das organizações da sociedade civil e das microempresas.



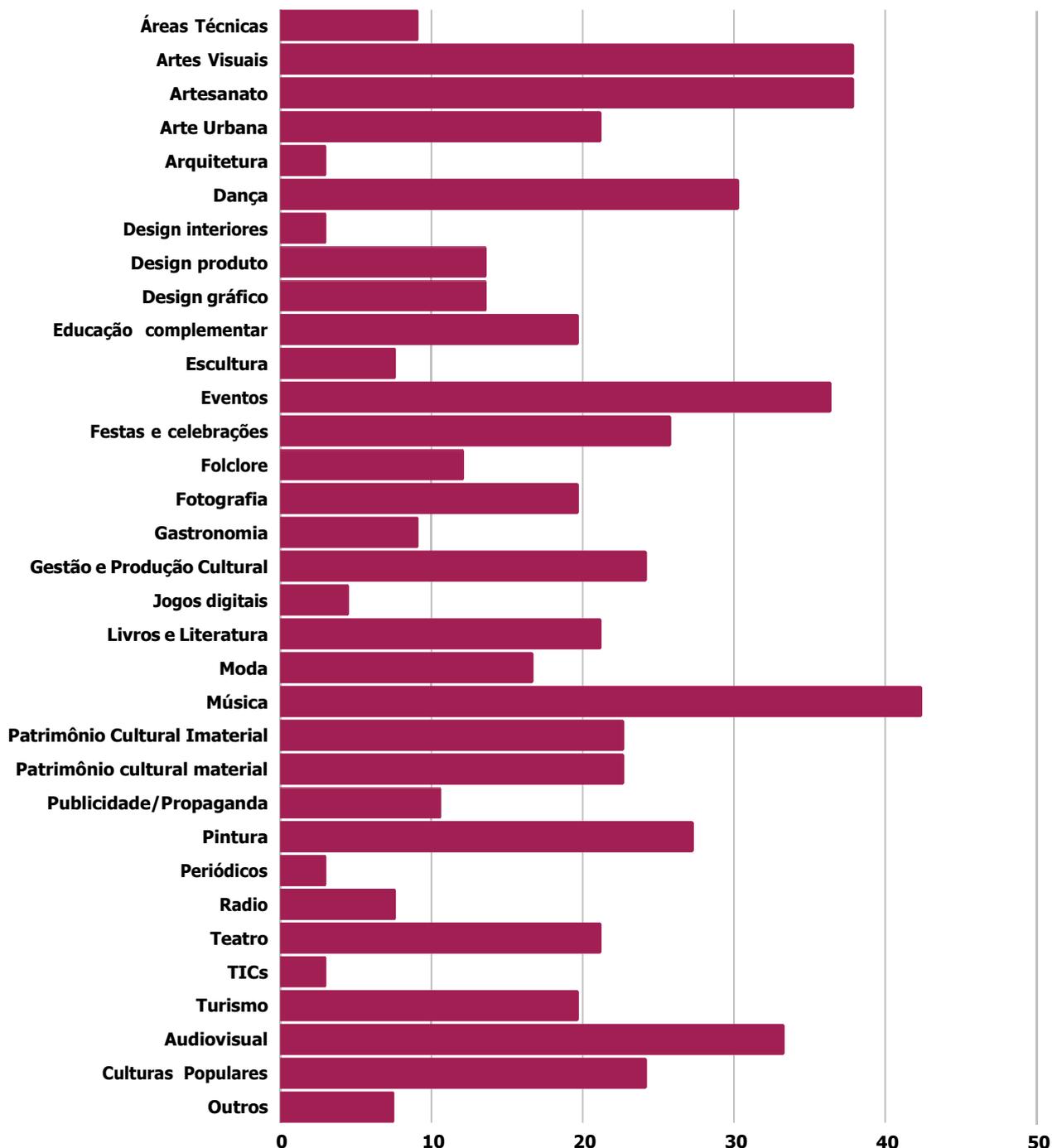
Composição jurídica das iniciativas



ANÁLISE DE DADOS

Uma das questões realizadas aos participantes, visando acessar a perspectiva relacional das iniciativas que atuam no contexto da economia criativa e solidária em Campo Grande foi "com quais setores sua iniciativa frequentemente se relaciona?"

Relacionamento da iniciativa com os demais setores culturais



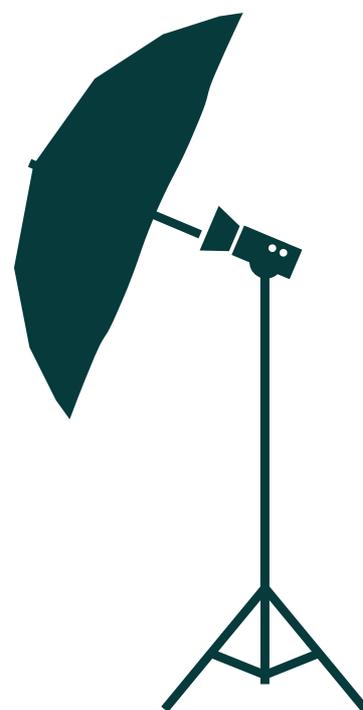
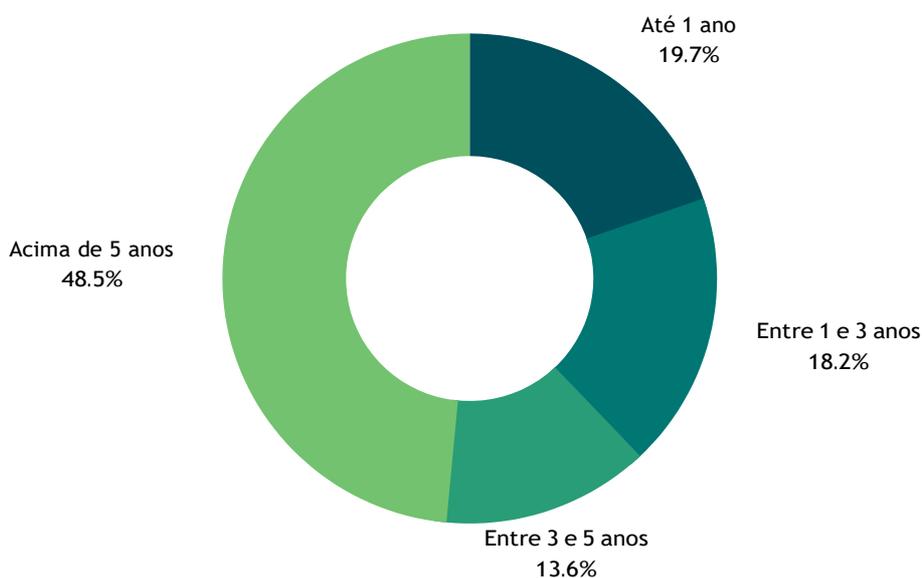
A maioria das iniciativas (42,4%) declarou se relacionar com o setor da música, seguido dos setores de Artes Visuais e Artesanato (37,9%) e Audiovisual. Também chama atenção a relação com os setores transversais, ou ainda, de apoio à economia criativa e solidária, à exemplo do setor de eventos, feiras e do turismo, o que é bastante sintomático tendo em vista que boa parte da produção desses grupos são comercializadas/distribuídas em eventos e espaços colaborativos.

Foram convidados à participar os trabalhadores da cultura, artistas de todos os setores, empreendedores criativos, empresas de produção cultural e entretenimento, coletivos, associações, fundações e quaisquer outras pessoas físicas ou organizações com atuação no contexto cultural de Campo Grande.

A iniciativa foi beneficiada por algum dos editais da Lei Aldir Blanc?

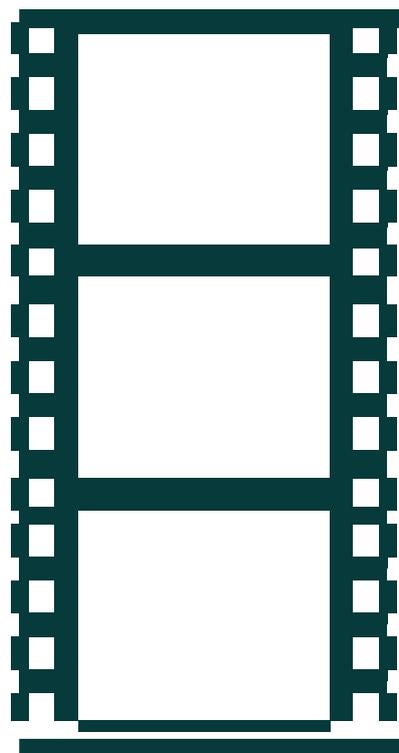


Tempo de existência da iniciativa

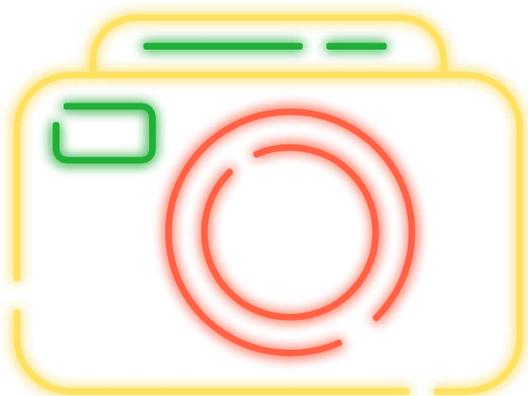


ANÁLISE DE DADOS

A iniciativa é formalmente constituída?



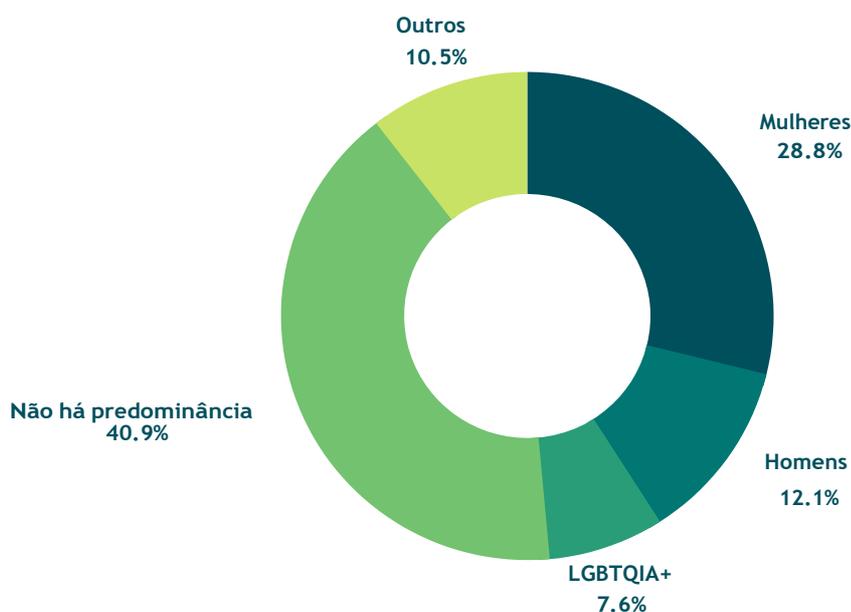
A informalidade é outra característica frequentemente presente em iniciativas que se inserem nessas economias, muito embora este estudo não considere este fato um problema, mas um resultado de um ambiente institucional altamente competitivo e insustentável pelas economias de mercado.



Ademais, boa parte das iniciativas, embora não tenham acessado diretamente os recursos da lei emergencial, o fazem de forma indireta, por meio de parcerias com outras iniciativas contempladas, o que corrobora a perspectiva relacional desta análise

DA CARACTERIZAÇÃO SOCIAL E ECONÔMICA DA INICIATIVA

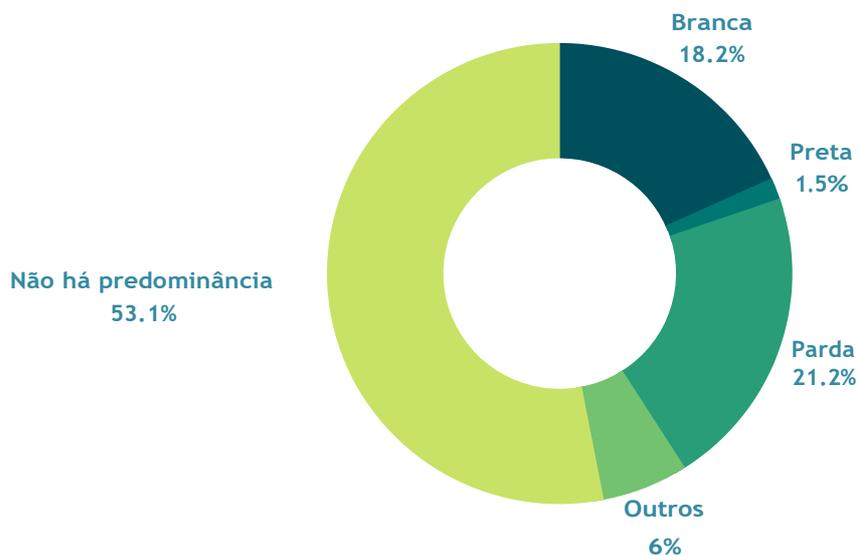
A iniciativa é composta em sua maioria por:



O questionário aplicado aos participantes buscou ainda compreender a constituição social e econômica das iniciativas, notadamente quanto aos aspectos raciais, de gênero, de renda etc. O que fica evidenciado é que as iniciativas participantes não limitam sua constituição à um determinado gênero. Cerca de 40% declaração não haver predominância de homem ou mulher na composição da equipe da iniciativa.

Semelhantemente, cerca de 53% declaração não haver predominância racial na composição da equipe da iniciativa. De certo modo, isso pode sinalizar a abertura que os empreendimentos dessa natureza dá à multiplicidade e diversidade cultural dos indivíduos que atuam na economia criativa e solidária.

Quanto à composição racial



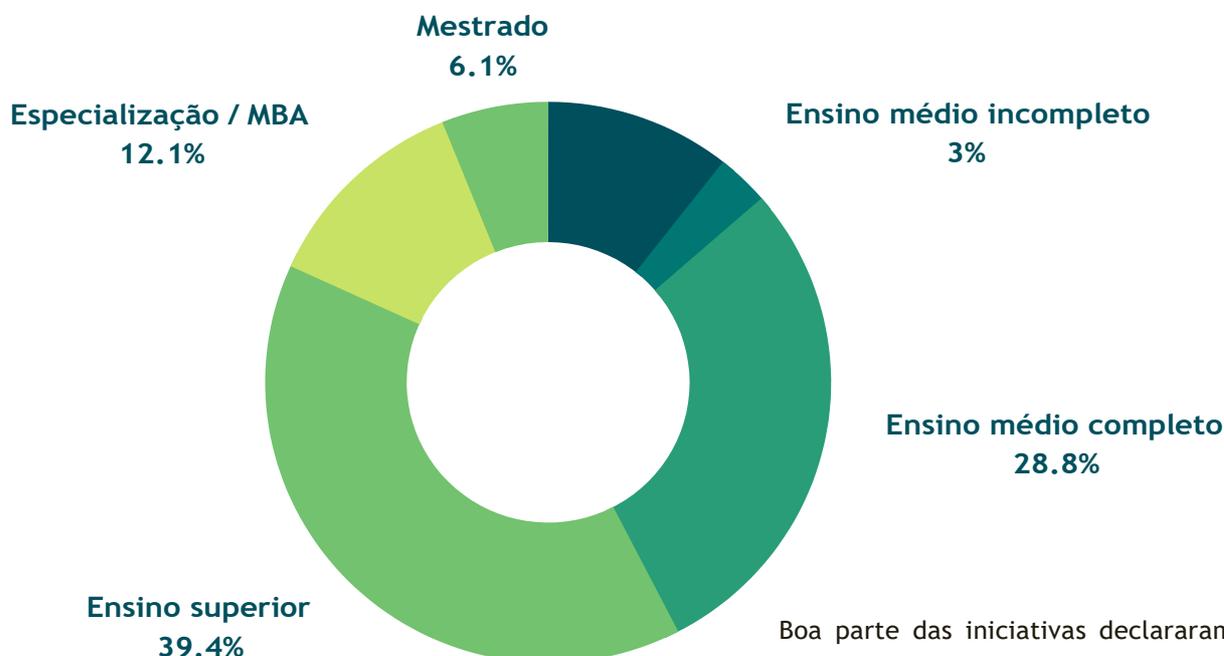
Embora não seja interesse particular deste estudo, insta rememorar o conceito de "classes criativas", que advoga que os empreendimentos inscritos na economia criativa são constituídos por profissionais altamente capacitados e com formação acadêmica.

DA CARACTERIZAÇÃO SOCIAL E ECONÔMICA DA INICIATIVA

Em paralelo ao entendimento dos setores criativos presentes na indústria, Richard Florida propôs um modelo de análise do mercado de trabalho nas Indústrias Criativas, em uma perspectiva ocupacional. Florida (2011) cunhou o termo "classes criativas" para denominar grupo de ocupações profissionais, artísticas e científicas - que lançam mão do elemento criativo, nele contido o simbólico como principal ativo da produção. Para o autor, a classe criativa "é formada por pessoas que agregam valor econômico por meio de sua criatividade" (FLORIDA, 2011, p.68). Essa nova estrutura de classe, como grupo central de profissionais criativos, reúne uma vasta gama de profissionais: desde a tecnologia da informação à trabalhadores do sistema financeiro

Todavia, a proposição de Florida (2011) não apresenta-se consensual entre os estudiosos da EC. Greffe (2013) afirma que o trabalho de Florida - que fundamenta o conceito de "classes criativas" - possui fragilidades por evocar, comumente, a causalidade para validar a hipótese lançada. Dentre as fragilidades observadas estão: as características que efetivamente determinam o sentido de "classe"; a hipótese levantada - circundada de vínculos frágeis e que impossibilitam sua afirmação, entre outras. Greffe questiona, ainda, como é possível afirmar que os "conhecimentos dos artistas beneficiam automaticamente os trabalhadores criativos?" (GREFFE, 2013, p.331), ou seja, questões que precisam ser melhor discutidas em estudos do tema.

Sobre o grau de escolaridade dos profissionais envolvidos na iniciativa

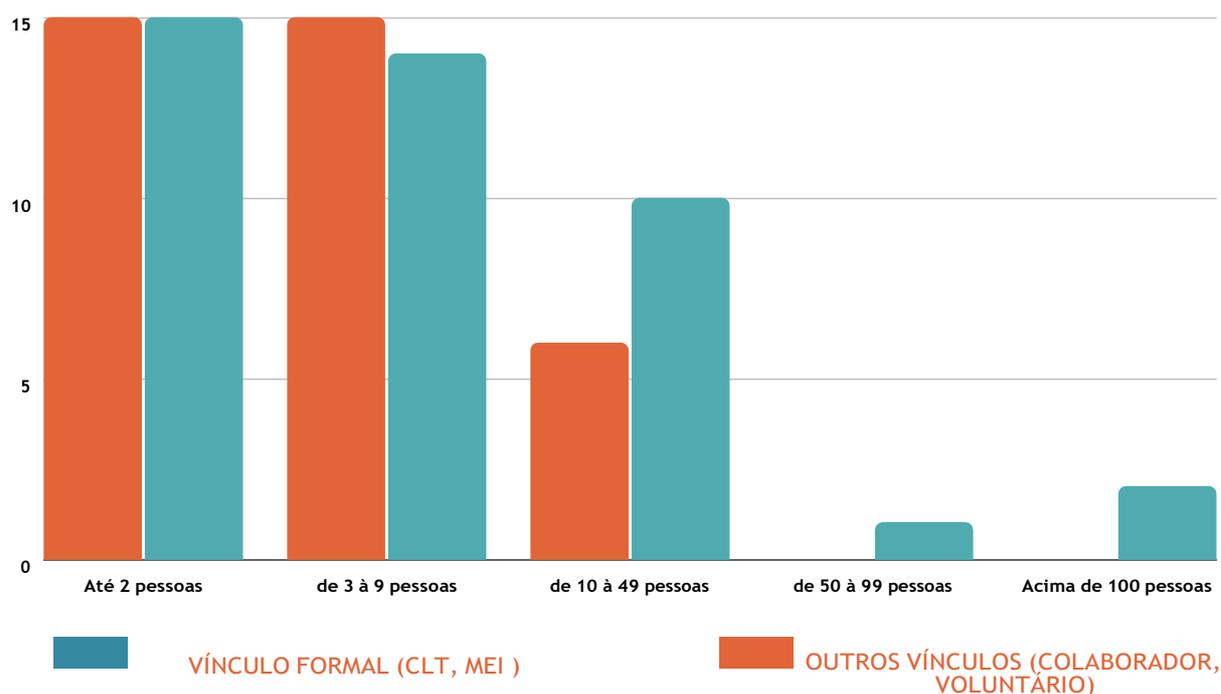


Boa parte das iniciativas declararam ter sua equipe composta, em sua maioria, por profissionais com nível superior completo.

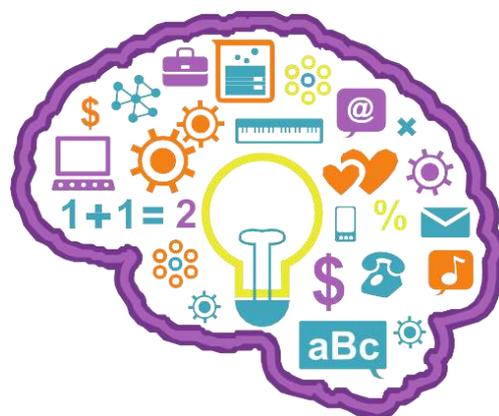
DA CARACTERIZAÇÃO SOCIAL E ECONÔMICA DA INICIATIVA

ESTE BLOCO TEVE POR OBJETIVO APREENDER QUESTÕES RELACIONADAS À ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO NO ÂMBITO DAS INICIATIVAS PESQUISADAS

PROFISSIONAIS DIRETAMENTE ENVOLVIDOS NA INICIATIVA



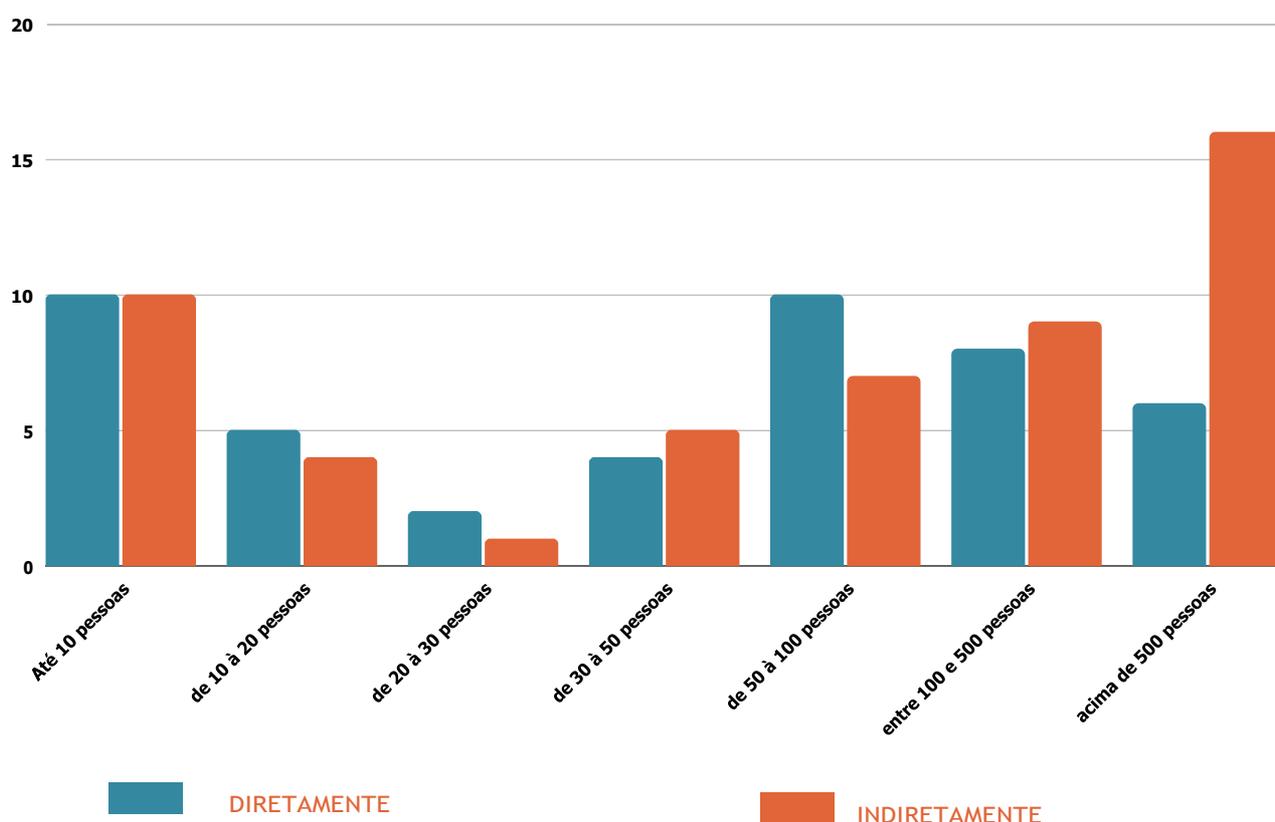
A MAIOR PARTE DAS INICIATIVAS POSSUEM ATÉ 2 (DUAS) PESSOAS FORMALMENTE CONTRATADAS (CLT, MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS ETC). DE OUTRO MODO, CONSTATA-SE GRANDE PARTICIPAÇÃO DE COLABORADORES NO PROJETO (VOLUNTÁRIOS ETC)



DA CARACTERIZAÇÃO SOCIAL E ECONÔMICA DA INICIATIVA

A MAIOR PARTE DAS INICIATIVAS DECLARARAM TER ATÉ 10 PESSOAS COMO PÚBLICO-ALVO DIRETO E OUTRAS DECLARAM ATENDER ATÉ 50 PESSOAS DIRETAMENTE. CHAMA ATENÇÃO A DIMENSÃO DO PÚBLICO INDIRETO DAS INICIATIVAS, QUE PARA MUITAS DELAS SUPERAM 500 PESSOAS.

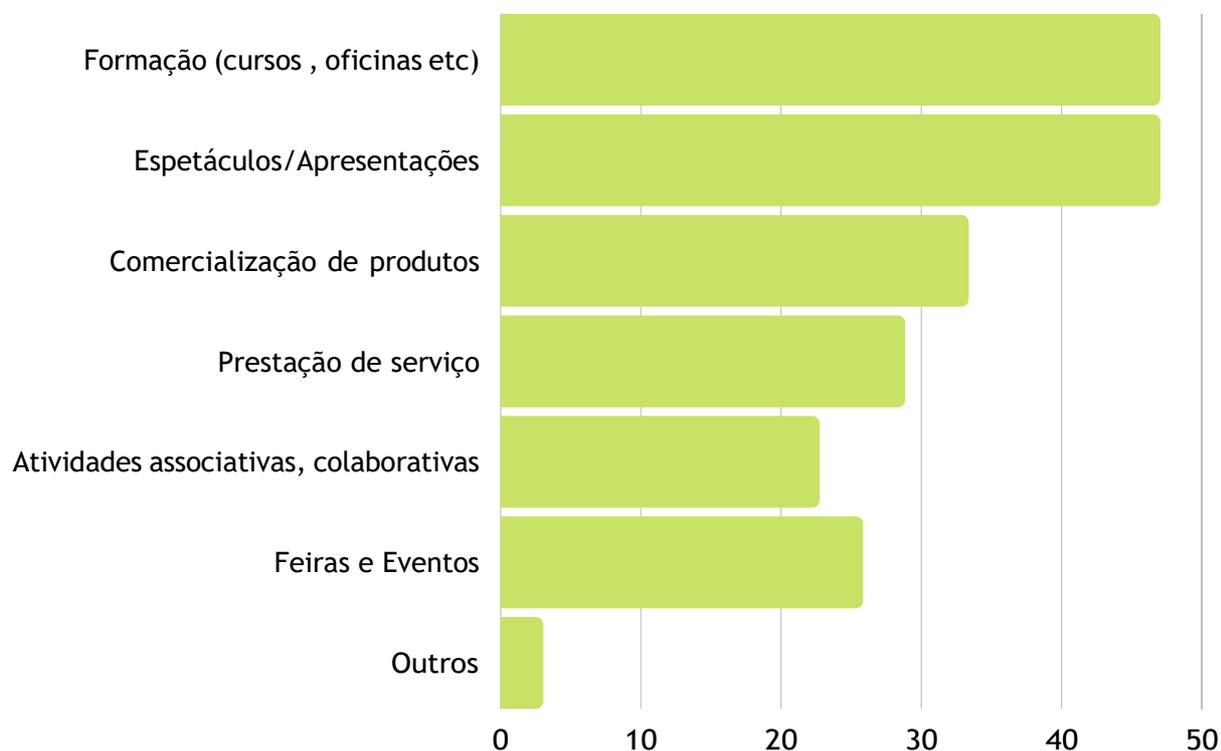
TOTAL DE PESSOAS BENEFICIADAS PELA INICIATIVA



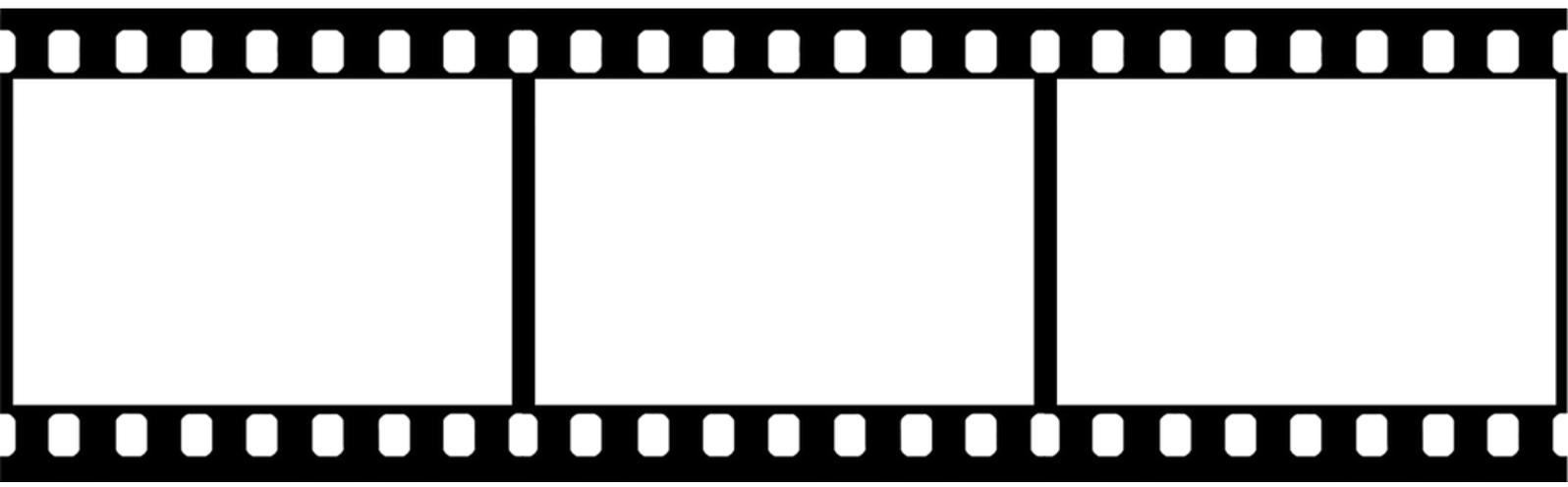
UMA QUESTÃO FUNDAMENTAL QUE PRECISA SER ENFRENTADA EM INICIATIVAS INSCRITAS NOS SETORES CULTURAIS, CRIATIVOS E SOLIDÁRIOS É JUSTAMENTE A CAPACIDADE QUE ESSES PROJETOS TÊM DE INCLUIR PESSOAS - DIRETA E INDIRETAMENTE - E INCENTIVAR DINÂMICAS ECONÔMICAS ESPECÍFICAS E RELACIONAIS PARA ALÉM DO SOCIAL E DO ECONÔMICO, FATO CONSTANTEMENTE ESQUECIDO NA LITERATURA E NA MENSURAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS



Principal tipo de atividade exercida pela iniciativa

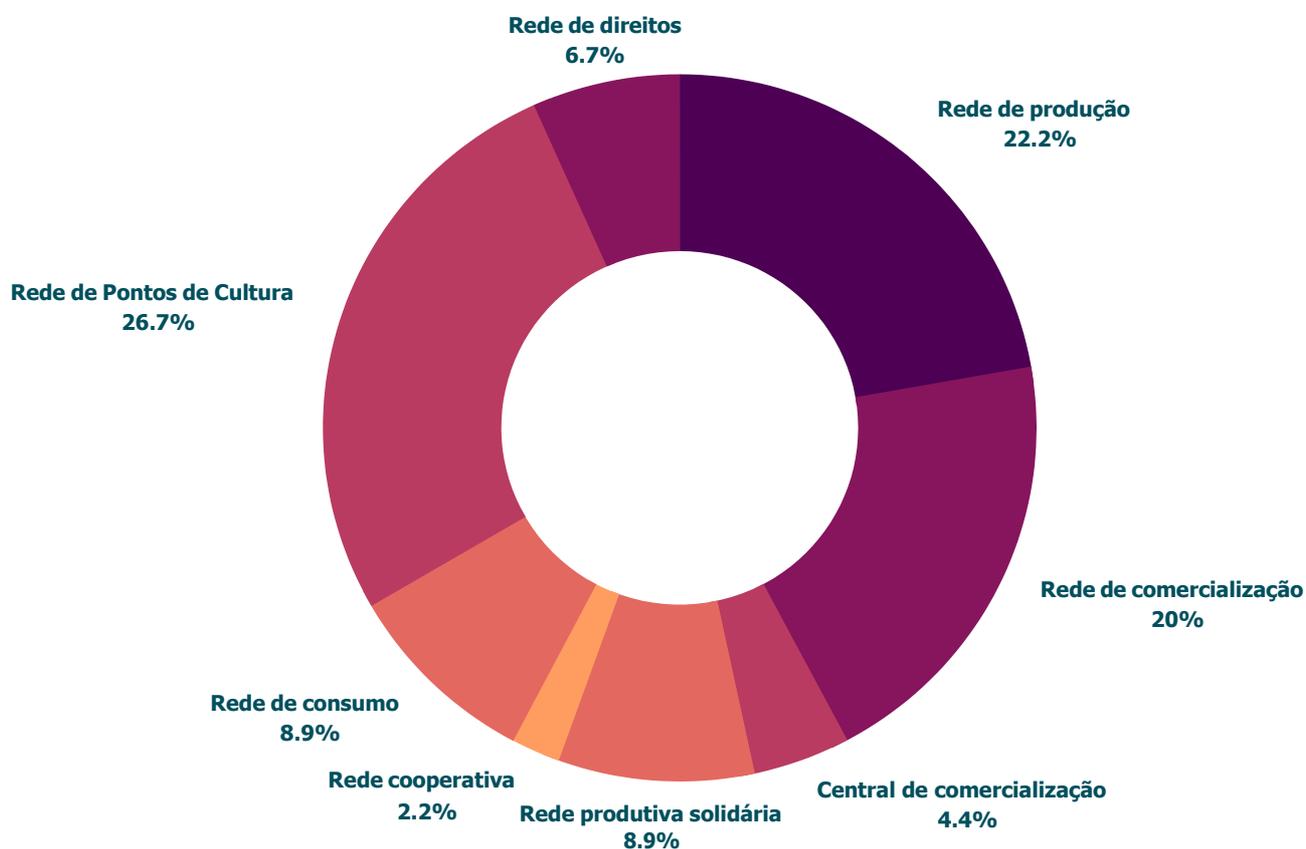


Quanto ao tipo de trabalho exercido, as iniciativas declararam atuar em ações de formação (de público/plateia, por meio de oficinas, cursos, palestras etc., juntamente com ações de espetáculos e apresentações, seguida de produção e comercialização, prestação de serviços, feiras e eventos.



ORGANIZAÇÃO E ATUAÇÃO EM REDES CRIATIVAS E SOLIDÁRIAS

Participação das iniciativas em alguma Rede



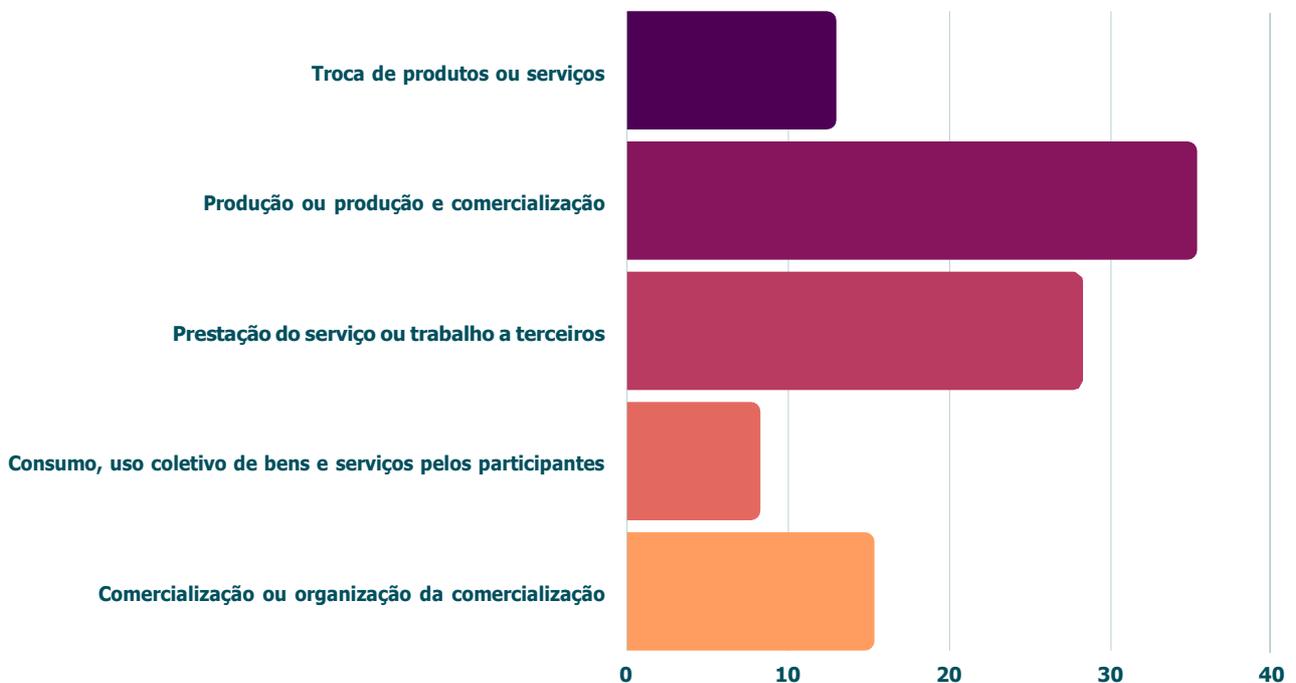
A organização em rede tem se revelado

estratégica para empreendimentos inseridos nos setores criativos e solidários, tendo em vista que essa articulação fortalece a atuação desses projetos, seja no acesso ao mercado, seja nos processos produtivos, seja na promoção, difusão e criação de políticas públicas para o setor.

O objetivo deste bloco é justamente compreender as relações existentes entre as iniciativas e as redes com as quais participa/colabora. Cerca de 22% das iniciativas declararam participar de alguma rede de produção e 20% de comercialização. Destaque para iniciativas da Rede de Pontos de Cultura, política pública integrante do Programa Cultura Viva, criada durante a primeira gestão do ex-presidente Lula.

ORGANIZAÇÃO E ATUAÇÃO EM REDES CRIATIVAS E SOLIDÁRIAS

Tipo de atuação/organização produtiva da iniciativa



Insta lembrar que a sistematização proposta neste relatório levou em consideração apenas as iniciativas que declararam possuir algum relacionamento em rede e com atuação produtiva/econômica

Cerca de 45,5% das iniciativas declararam atuar na produção e/ou comercialização de produtos (artesanato, gastronomia etc).

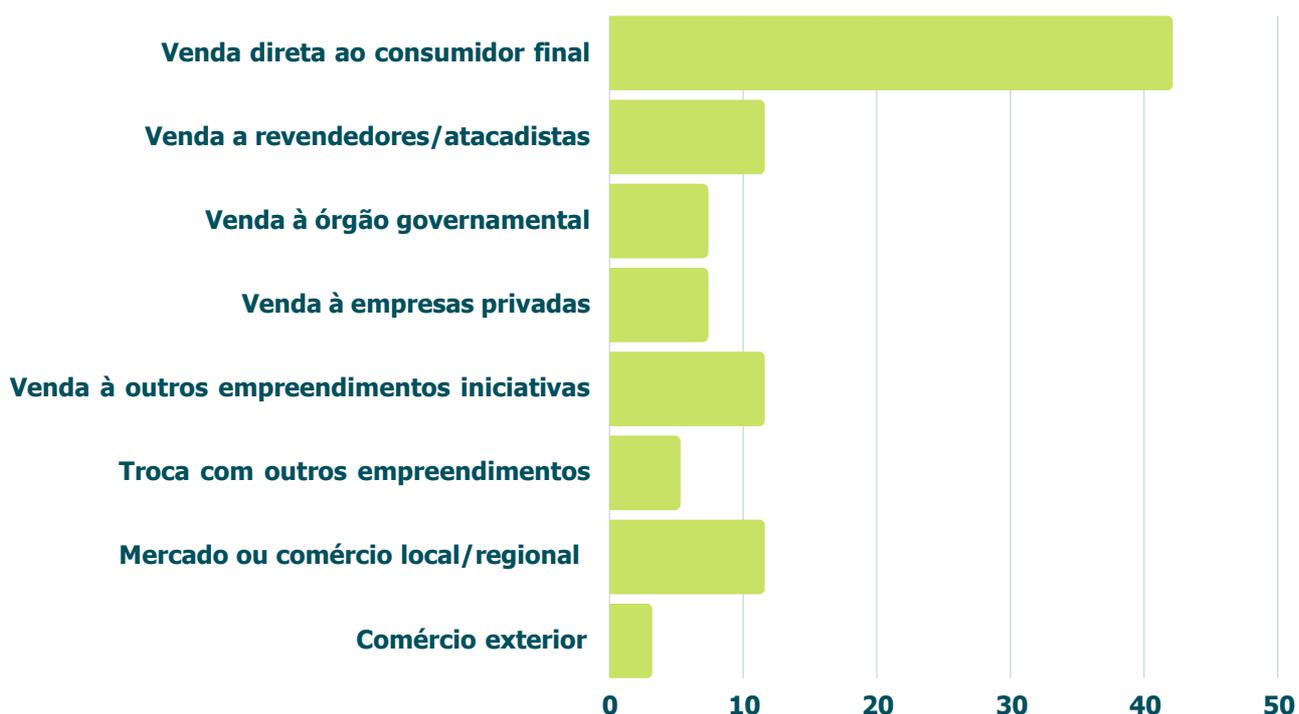
Destaque também para as iniciativas que atuam prestando algum tipo de serviço (36,4%).

Destaque para a existência de iniciativas (10,6%) que produzem com a finalidade de consumo e/ou uso coletivo pelos participantes.

Das iniciativas que declararam atuar com processos produtivos, cerca de 60% realizam a venda de seus produtos diretamente ao consumidor final, seguidos da comercialização no mercado local/estadual e também para revendedores e/ou atacadistas

A produção e comercialização de produtos são características presentes tanto na economia criativa quanto nas iniciativas de economia solidária. Ocorre que, por definição, na economia solidária a produção e comercialização devem prestigiar ações coletivas, recíprocas e solidárias entre seus participantes. Já a economia criativa não implica necessariamente relações associativas, podendo ocorrer individualmente.

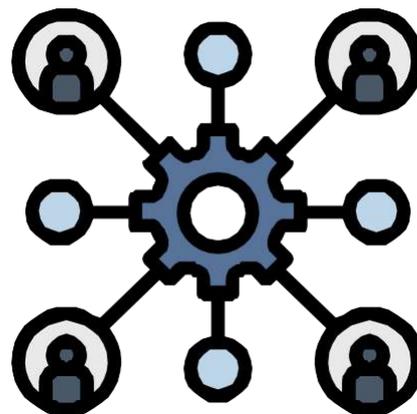
Comercialização dos produtos da iniciativa



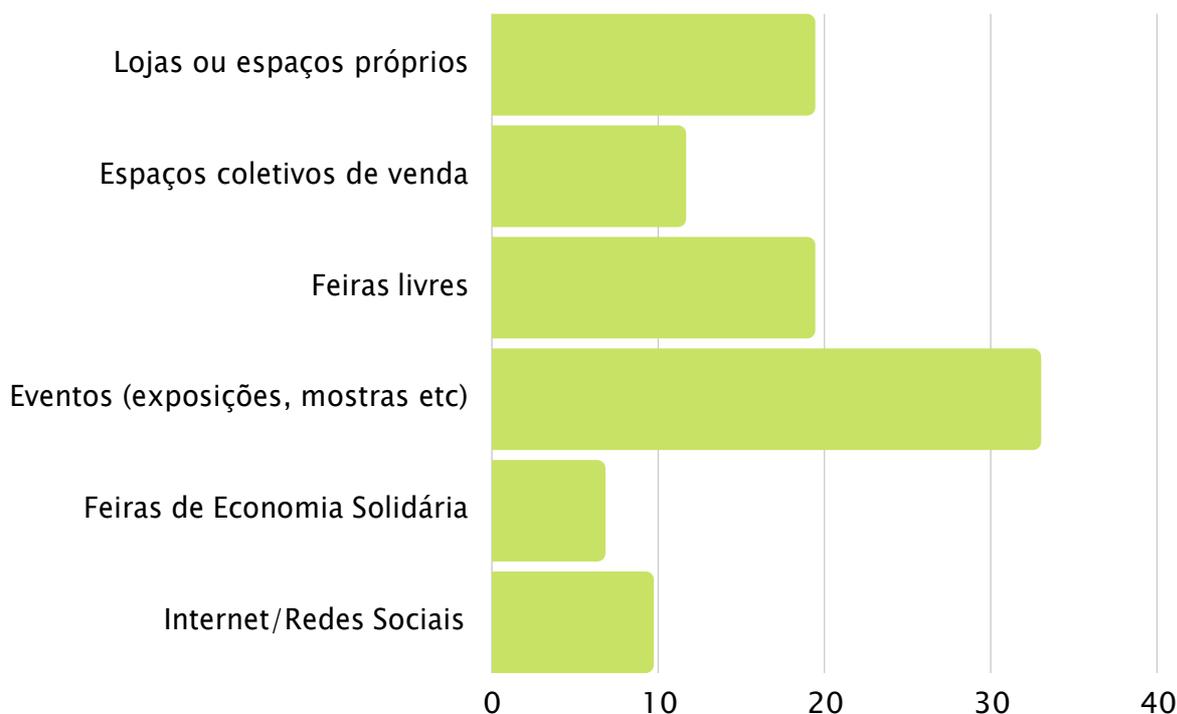
Vale destacar que 16.7% das iniciativas declararam realizar a comercialização de sua produção para outras iniciativas/projetos e também nos mercados e centros de comercialização da cidade (16.7%).



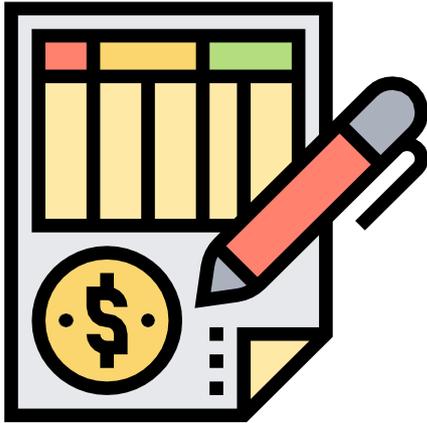
Insta registrar que 51.5% das iniciativas declararam que o principal espaço de comercialização de seus produtos são as feiras e eventos. Daí a importância de uma agenda articulada entre esses setores, com vistas à cooperação e desenvolvimento mútuo. As feiras livres, realizadas pelas próprias iniciativas também ganharam destaque entre as respostas obtidas no levantamento.



Principais espaços de comercialização



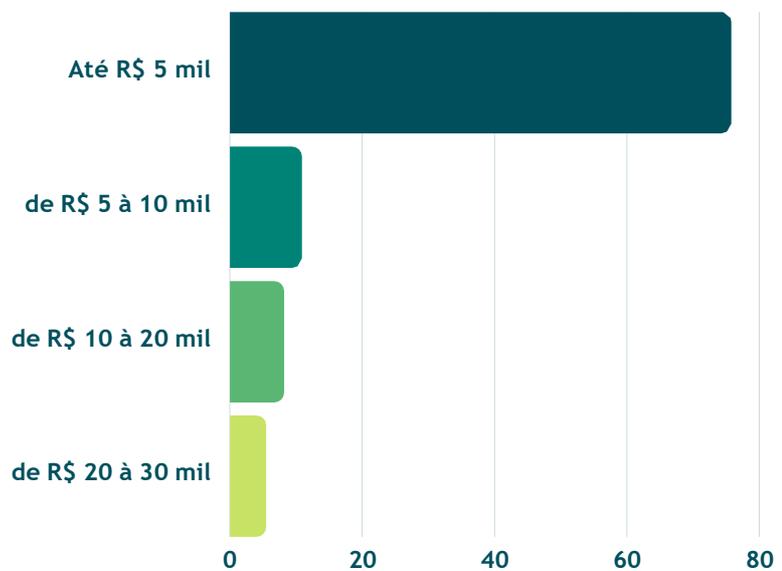
As iniciativas que estão inseridas na economia criativa e solidária operam tradicionalmente por meio de colaborações, sobretudo nas vendas de produto. O advento da crise sanitária global, entretanto, fez com que essa realidade fosse momentaneamente modificada, tendo em vista a impossibilidade de acesso direto ao consumidor, por meio de feiras livres por exemplo.



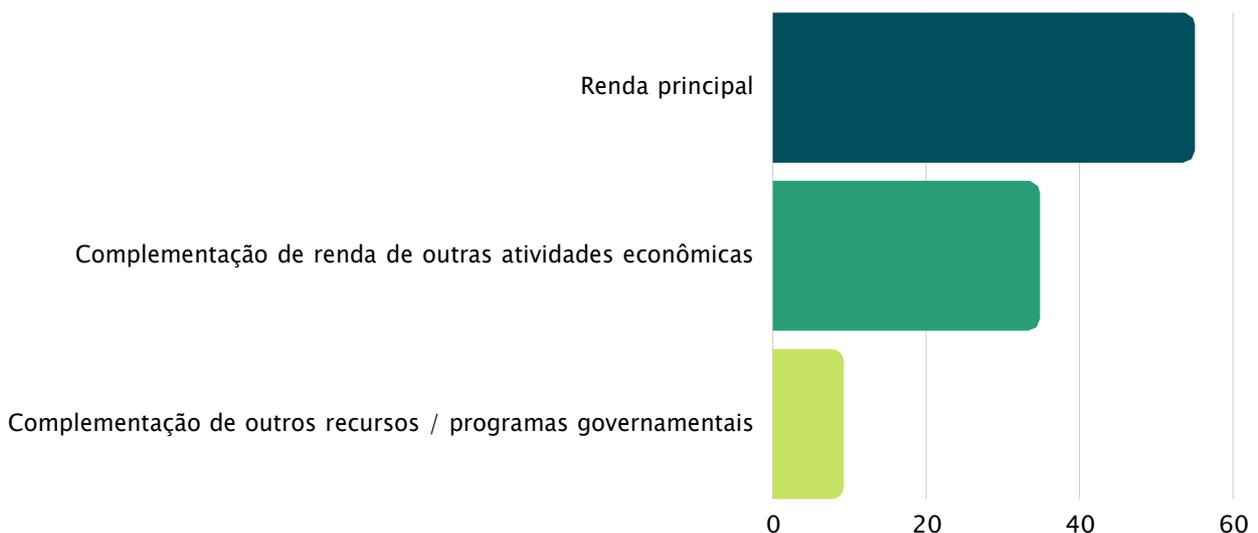
Cerca de 42.5% das iniciativas faturam até R\$ 5 mil reais/mês, ou seja, um indicativo de que o comportamento econômico desses projetos ainda é artesanal, colaborativo e potencialmente sustentável, vez que inexistem, ao menos nas iniciativas participantes, produção em larga escala, cujas características remeteriam diretamente à economia industrial.

Faturamento mensal das iniciativas

Questionou-se ainda qual a representação dos rendimentos auferidos no âmbito da iniciativa para a composição da renda de seus participantes. Cerca de 51.5% dos participantes declararam que os recursos obtidos constituem a renda principal dos participantes, enquanto 34.8% declaram ser uma complementação da renda.



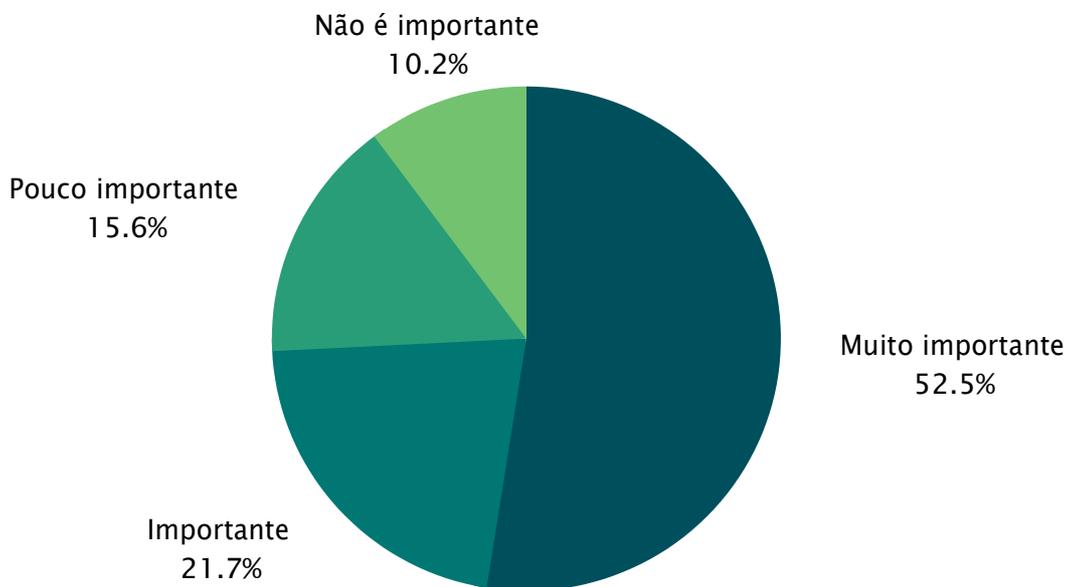
Representação dos rendimentos auferidos pela iniciativa



PROCESSOS CRIATIVOS, REDES DE POLÍTICAS PÚBLICAS, DINÂMICA ESPACIAL E ARTICULAÇÃO TERRITORIAL

O objetivo deste bloco de questões foi o de captar a percepção das iniciativas quanto à sua importância para a cidade, seus aspectos criativos de produção, sua identidade, trajetórias, relações com o cotidiano entre outros.

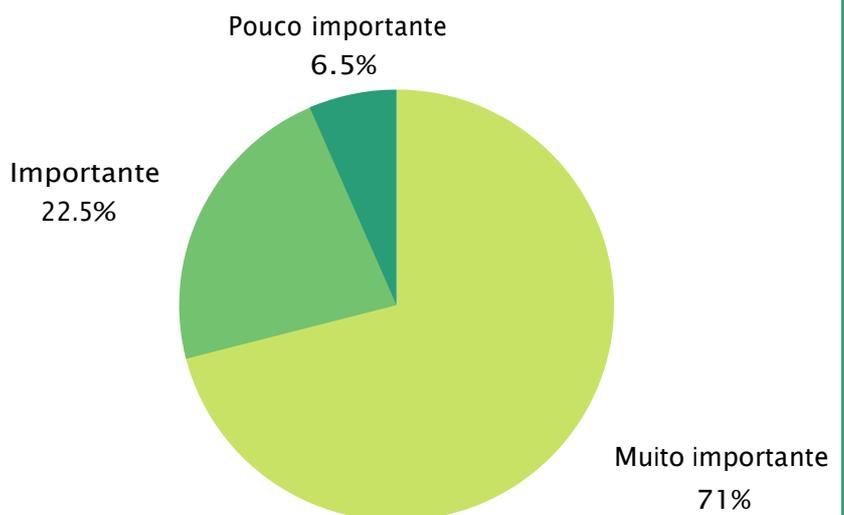
Percepção da importância econômica das iniciativas para a cidade de Campo Grande



O percentual de iniciativas que declaram sua iniciativa "importante" ou "muito importante" para o contexto econômico da cidade de Campo Grande foi, somados, de 74.2%, o que é bastante representativo para os setores da economia criativa e solidária.

Do mesmo modo, cerca de 93.5% das iniciativas se percebem "importantes" ou "muito importantes" para a cultura da cidade, nos seus mais diferentes aspectos.

Percepção da importância cultural das iniciativas para a cidade de Campo Grande

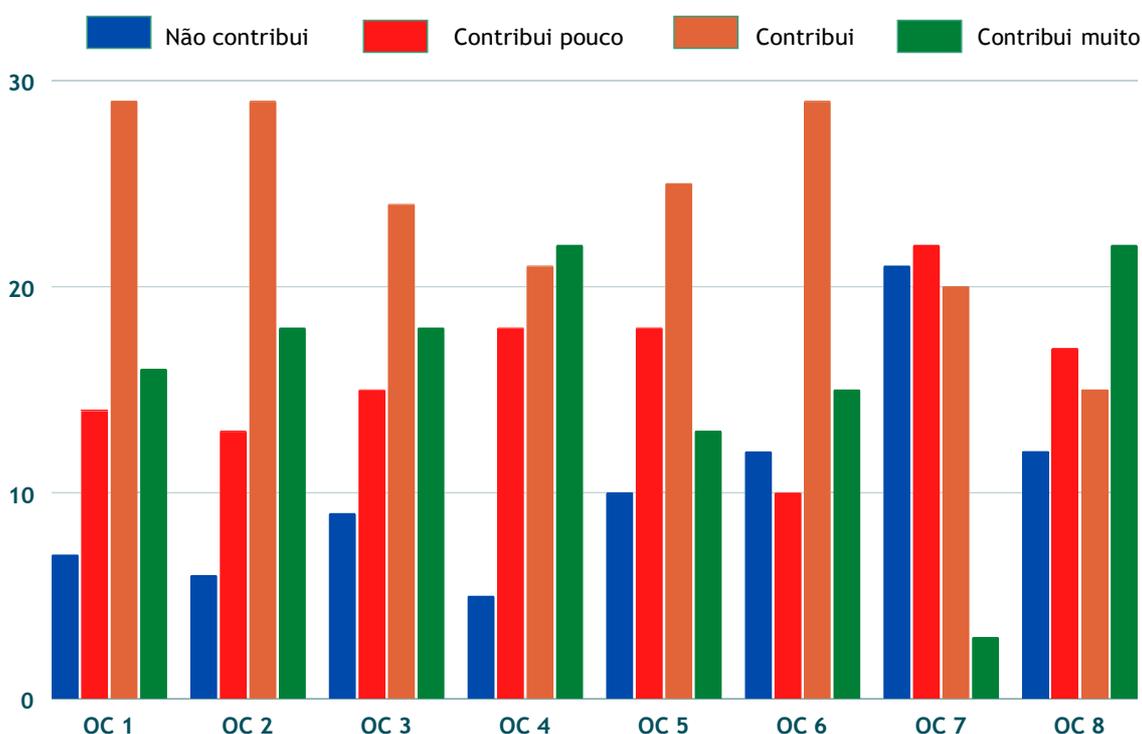


PROCESSOS CRIATIVOS, REDES DE POLÍTICAS PÚBLICAS, DINÂMICA ESPACIAL E ARTICULAÇÃO TERRITORIAL

Questionou-se, ainda, se existe alguma articulação entre os profissionais (artistas, empreendedores criativos, trabalhadores da cultura etc) do respectivo setor de atuação visando alcançar interesses comuns. Caso houvesse, a iniciativa deveria assinalar os itens principais da articulação existente. Esse tipo de questão ajuda a compreender a dinâmica ocupacional dos profissionais do setor no sentido da formação de classes e a forma como se organizam.

Para a maior parte das iniciativas que responderam a questão, a maior contribuição ocorre no sentido da composição de agenda de eventos da cidade (participações em feiras, festivais, circuitos etc.), bem como na preservação da memória e do patrimônio material e imaterial. Contudo, questões relacionadas ao trabalho ainda são muito precárias, inexistindo ações coletivas efetivas para a conquista de direitos ou construção de políticas públicas para o setor, o que sinaliza um percurso longo de articulação a ser trilhado pelos profissionais da economia criativa e solidária.

Percepção da importância da iniciativa em temas específicos de preservação da memória e da cultura de Campo Grande

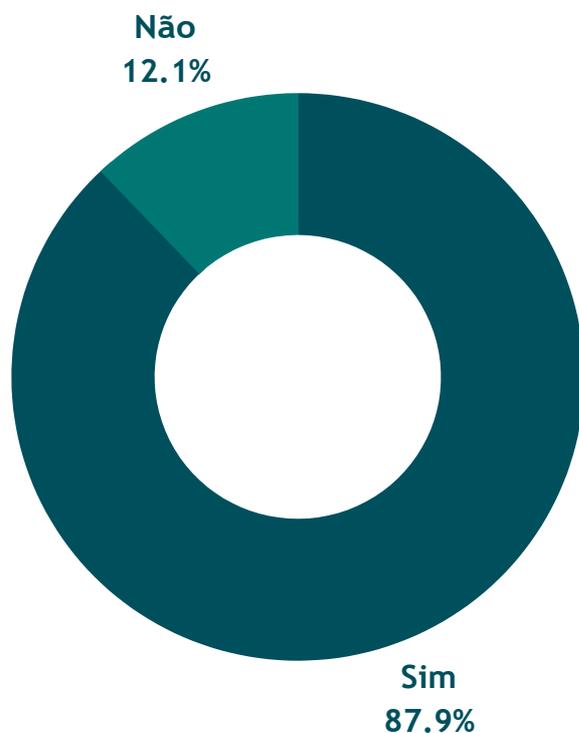


Legenda

- OC 1 - Ajuda a atingir objetivos comuns da política pública cultural
- OC 2 - Ajuda a atingir objetivos comuns de outras políticas públicas (turismo, educação, desenvolvimento etc)
- OC 3 - Formação e capacitação para os setores de trabalho cultural e criativo da agenda de eventos (feiras, festivais, circuitos etc)
- OC 4 - Preservação da memória, das tradições e do patrimônio cultural material e imaterial
- OC 5 - Promoção de ações colaborativas, associativas, solidárias
- OC 6 - Promoção do desenvolvimento sustentável e inclusivo
- OC 7 - Promoção de ações dirigidas à capacitação tecnológica e/ou articuladas à Tecnologia da Informação
- OC 8 - Composição da agenda de eventos (feiras, festivais, circuitos etc) no município

PROCESSOS CRIATIVOS, IDENTIDADES E DIMENSÃO SIMBÓLICA

Relação da iniciativa com o cotidiano, histórias, tradições, comunidades, identidades etc.

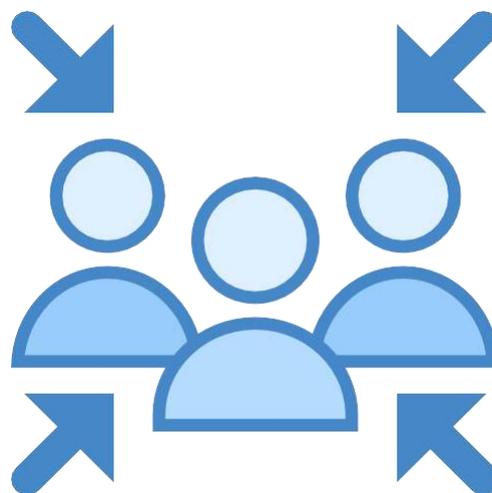


Ora, se a economia criativa é a economia do simbólico, ou ainda, intensiva em símbolos, parece sintomático reconhecer que sua produção está diretamente relacionada com os aspectos identitários, de memória, de tradição e de relação com as histórias de vida daqueles que à produzem.

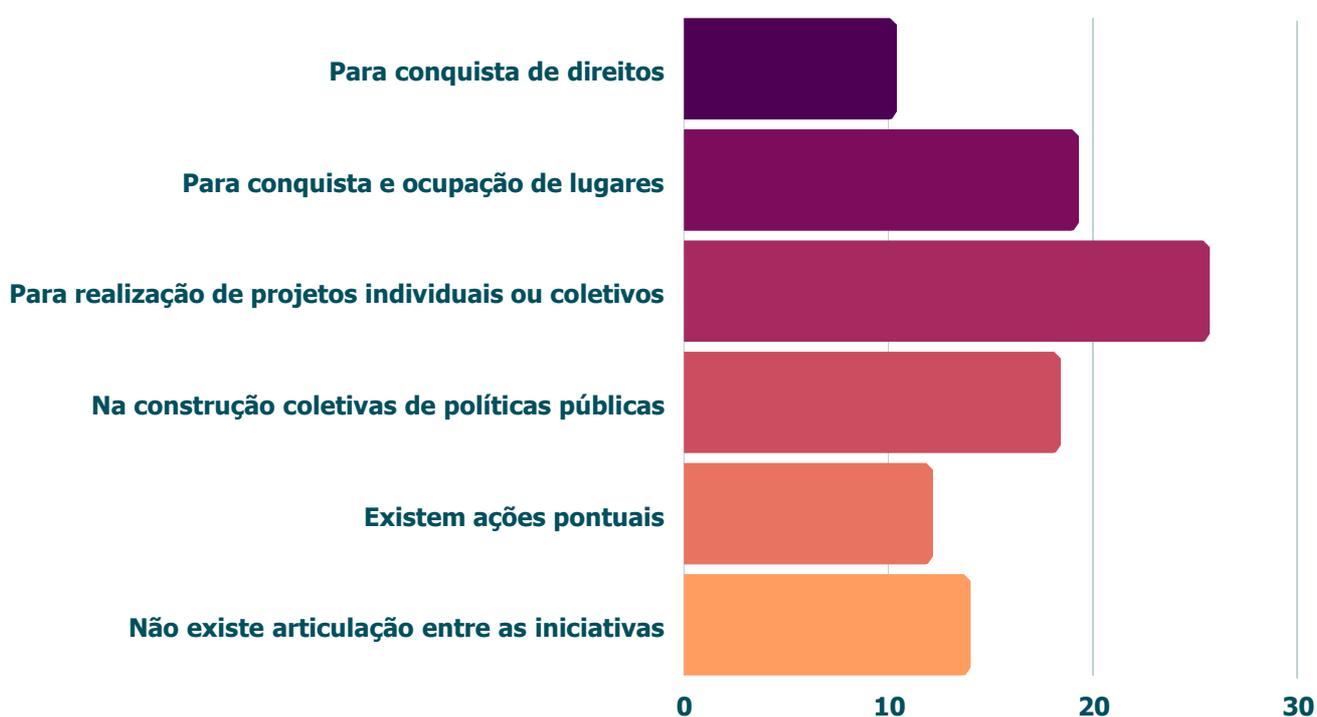
Cerca de 88% dos participantes declararam que sua iniciativa possui relação com o contexto: histórias, tradições, comunidades. Isso sinaliza a presença e influências da dimensão simbólica na constituição da economia criativa da cidade de Campo Grande.

ARTICULAÇÃO EM REDES

Ainda explorando a dimensão de articulação entre as iniciativas presentes na sociedade civil, instituições de apoio, ensino e pesquisa, bem como o poder público, identifica-se que a maior parte das ações de rede, quando existentes, ocorre para a realização de projetos individuais ou, eventualmente, coletivos. Do mesmo modo, constatou-se que essas ações ocorrem de forma pontual, o que fragiliza a consolidação das relações de trabalho e produção entre as iniciativas no contexto de grupos minimamente articulados.

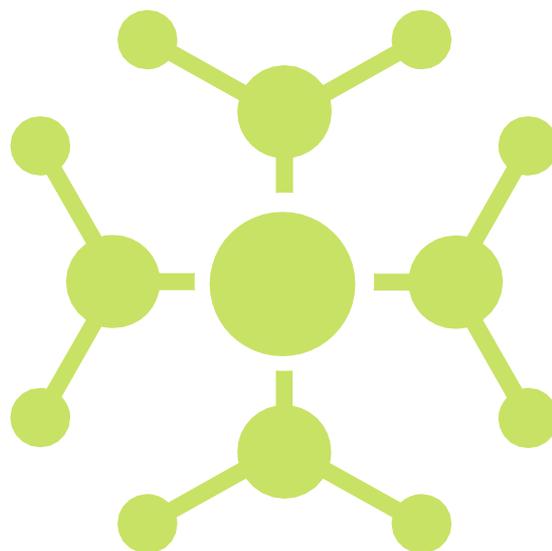


Articulação entre os profissionais criativos do setor

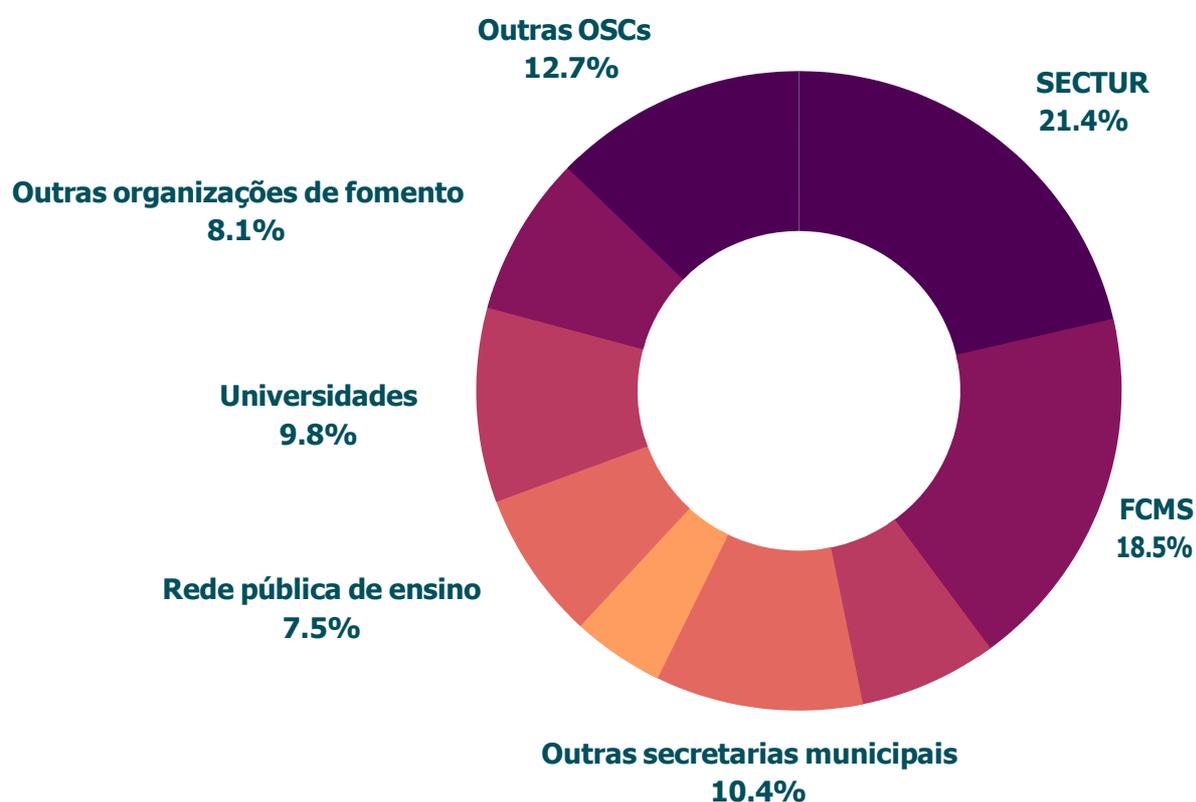


ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL

Novamente, uma boa política pública só pode ser efetivamente levada à efeito quando construída colaborativamente, ou seja, a partir da percepção dos múltiplos atores que a constituem. Quando questionadas sobre as relações institucionais, cerca de 21.4% das iniciativas declararam ter algum tipo de relacionamento com a Secretaria de Cultura e Turismo do município, seguido da Fundação Estadual de Cultura (18.5%) e demais instituições de apoio, ensino e pesquisa.



Relacionamento institucional das iniciativas

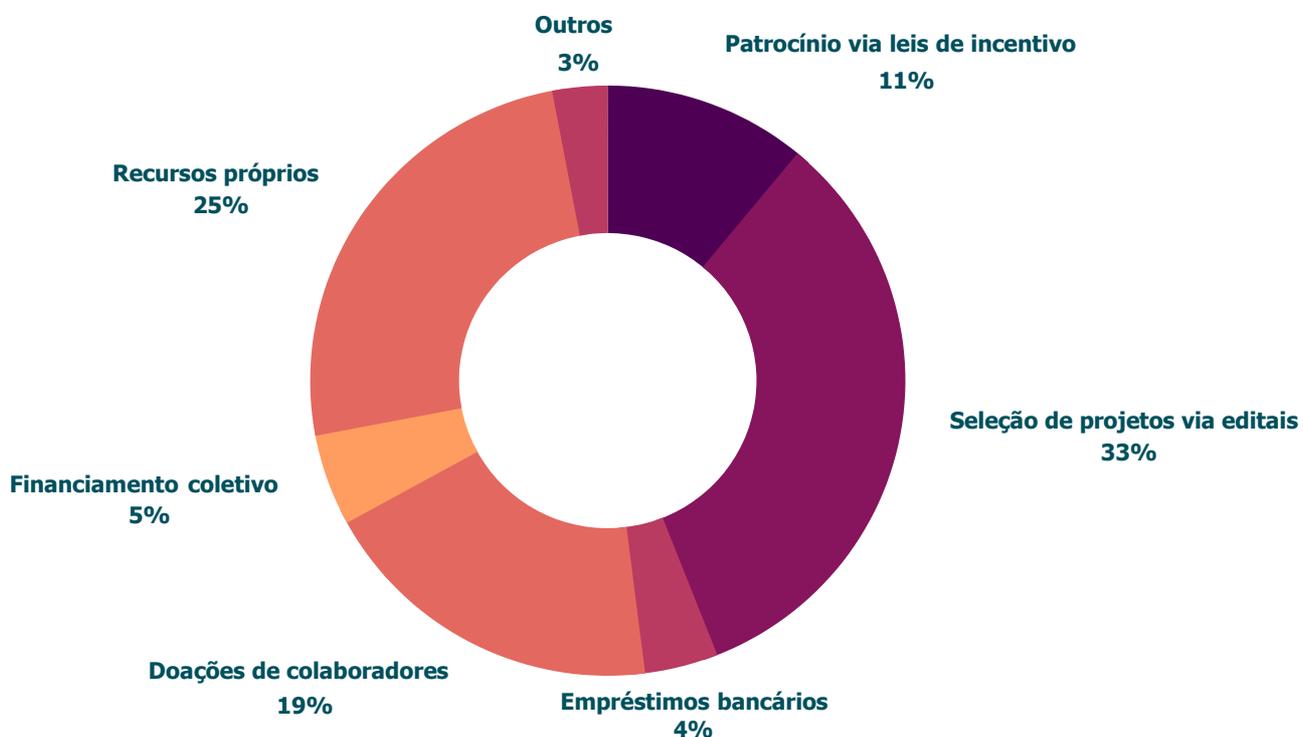


FOMENTO / FINANCIAMENTO DAS INICIATIVAS



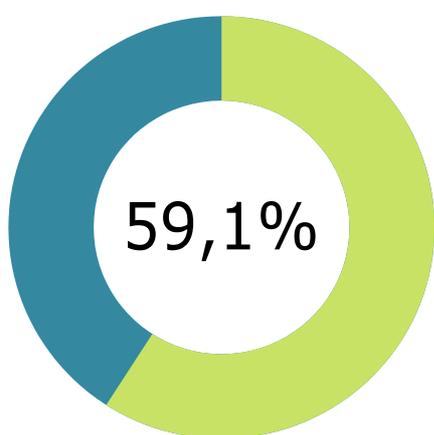
Quanto aos aspectos de manutenção e acesso à recursos, a maioria das iniciativas declararam ter como principal fonte de financiamento os editais de seleção pública de projetos (33%), seguido da utilização de recursos próprios (25%) e da doação de colaboradores (19%).

Fontes de financiamento / manutenção da iniciativa



ECONOMIA CRIATIVA E PROCESSOS COLABORATIVOS

Realização de atividades colaborativas com outras iniciativas



Quase 60% das iniciativas participantes declararam realizar ações em perspectiva colaborativa. A ideia de colaboração também circunscreve tanto os ideais da economia criativa como da economia solidária, embora não se confunda com elas. De todo modo, estudos relevantes apontam a importância das ações em rede e colaborativas para o sucesso dessas iniciativas.

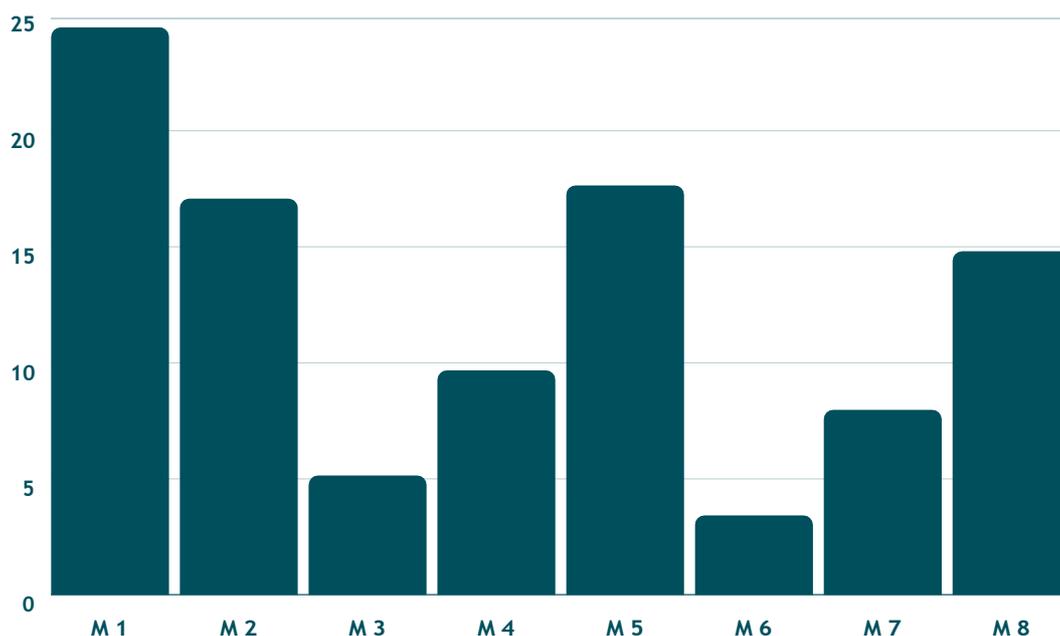
Dentre as colaborações citadas, destacamos as parcerias entre grupos (formais e informais), outros projetos aprovados no âmbito dos editais públicos, feiras e eventos de economia criativa, colegiados setoriais, coletivos de artistas, outras secretarias municipais e participação em festivais, à exemplo do América do Sul e de Inverno de Bonito.

ECONOMIA CRIATIVA E PROCESSOS COLABORATIVOS

Qual(s) a motivação de existência da iniciativa?

- Quando questionada do porquê da existência da iniciativa, a maioria delas respondeu a possibilidade de geração alternativa de renda, acrescida do fortalecimento e preservação da identidade, memória e do patrimônio cultural.
- Destaque também para uma motivação comum à quase todas as iniciativas, qual seja, democratizar o acesso à cultura e a arte por meio de diferentes plataformas: cursos, oficinas, espetáculos etc.

Motivação de existência da iniciativa

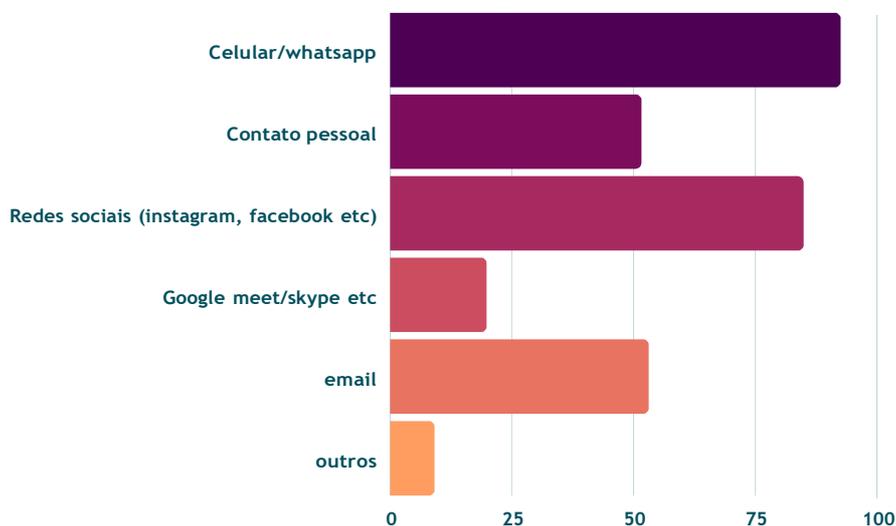


Legenda

- M 1 - Possibilidade alternativa de geração e autonomia de renda
- M 2 - Disponibilizar acesso gratuito à cultura (formação, fruição, consumo)
- M 3 - Autogestão e exercício da democracia
- M 4 - Incentivar as políticas públicas do setor
- M 5 - Fortalecimento e preservação da identidade, memória e tradições culturais
- M 6 - Produção ou comercialização de produtos orgânicos e sustentáveis
- M 7 - Motivação social, filantrópica ou religiosa
- M 8 - Formação de arranjos alternativos de produção cultural

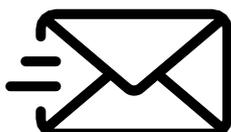
COMUNICAÇÃO E GESTÃO

Canais de comunicação da iniciativa



Constata-se que as iniciativas realizam suas comunicações predominantemente por meio de redes sociais (84.8%) e por meio de aplicativos de mensagem (92.4%), além do contato pessoal e de e-mail, bem como, plataformas de reuniões online, como o google meet.

O advento da pandemia no ano de 2020 fez com que as iniciativas passassem a utilizar ainda mais as redes sociais e canais digitais de comunicação, tanto para apresentações culturais, quanto para comercialização de seus produtos



**A IMAGINAÇÃO
MOVE A CIDADE**



ALGUMAS INICIATIVAS INSERIDAS NA ECONOMIA CRIATIVA E SOLIDÁRIA DE CAMPO GRANDE

A seguir, apresenta-se os resultados da etapa mais aprofundada desta pesquisa. Esta etapa envolveu além da pesquisa documental, uma série de entrevistas realizadas com os coordenadores/responsáveis por cada iniciativa que aceitou o convite para participar.

Infelizmente, pelo tempo disponível para realização deste relatório, seria impossível investigar e abordar a totalidade das iniciativas que enriquecem a cidade, com seus múltiplos arranjos, relacionamentos, fazeres e sentidos.

De todo modo, buscou-se contemplar a diversidade de setores criativos e solidários de Campo Grande, beneficiados direta ou indiretamente pelos recursos da Lei Aldir Blanc.

Além das iniciativas culturais e de suas respectivas contribuições simbólica e econômica, contemplou-se, também, as instituições de ensino e pesquisa que atuam como parcerias estratégicas no contexto institucional, particularmente, a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

O objetivo desta seção é justamente apresentar algumas iniciativas que enriquecem Campo Grande no contexto social, cultural e econômico, iluminando os caminhos para se pensar a "capital morena" como uma Cidade Criativa.

Foram entrevistadas as iniciativas:

- ♦ Faixa Paraguaia: tecendo a nossa história;
- ♦ Eco linhas;
- ♦ República das Arteiras;
- ♦ Vitriini do Mato;
- ♦ Cinema: memória e patrimônio cultural;
- ♦ Evoé: história do teatro em Campo Grande;
- ♦ Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da UFMS



FAIXA PARAGUAIA: TECENDO A NOSSA HISTÓRIA

@faixaparaguaia
@claudmedeiros

- economia criativa
- identidade e memória
- Pantanal e territorialidades

A iniciativa "Faixa Paraguaia: tecendo a nossa história" é uma das ações concebidas no âmbito do projeto "Sapicuíá Pantaneiro", realizado desde o ano de 2003 inspirado no pantanal sul-mato-grossense, idealizado por Claudia Medeiros.

O Sapicuíá Pantaneiro é nasceu em 2003 com o objetivo de resgatar, desenvolver e incentivar o artesanato da região do Pantanal de Mato Grosso do Sul, preservando a natureza, a cultura e suas tradições. O projeto foi selecionado em 2011 como Ponto de Cultura, pela Fundação de Cultura de MS, no âmbito do Programa Cultura Viva, vinculado ao extinto Ministério da Cultura. Além da faixa paraguaia, o Sapicuíá concebeu oficinas pedagógicas utilizando o couro e a lã de carneiro para produção de laços, chicotes, alforjes e cobertores, entre outros.



A produtora cultural, Claudia Medeiros atua há mais de 18 anos na temática da cultura pantaneira. Além da vasta experiência como produtora, Claudia também é consultora e palestrante em cultura e economia criativa.



Faixa Paraguaia - Arquivo do projeto

"
A faixa paraguaia ainda não é formalmente reconhecida como patrimônio cultural de MS e do Pantanal. Esse é o meu objetivo.

Campo Grande tem uma das maiores colônias paraguaias do Estado, o que contribui para a importância do projeto



Oficinas de formação do projeto

Entre março e abril a oficina Faixa Paraguuaia - tecendo nossa história formará, presencialmente, 10 faixeiras em Campo Grande. “Resolvemos criar a videoaula porque acreditamos que tal saber tradicional deva ser difundido ao máximo devido sua potência como símbolo cultural e, também, oportunidade de complementação de renda com a produção e comercialização das faixas paraguaias para as artesãs”, explica Claudia.

A videoaula completa tem 120 minutos de duração ou também pode ser feita em 10 módulos separadamente. Nelas, Claudia Medeiros ensina como preparar o tear, como tecer, material utilizado, além de dar dicas de como construir seu próprio tear, entre outros segredos fundamentais da arte da faixa paraguaia.

Este projeto também tem o apoio da Lei Aldir Blanc, por meio da SECTUR/FMIC/PMCG.

FAIXA PARAGUAIA: TECENDO A NOSSA HISTÓRIA

As videoaulas do projeto estão disponíveis para acesso no canal da Faixa Paraguuaia, no youtube.

”

Na segunda metade do século XIX, a Guerra do Paraguai, a exploração da erva-mate por meio da Companhia Matte Larangeira e a pecuária foram os fatos históricos que contribuíram para a presença e a permanência de paraguaios no sul do, então, Mato Grosso. Após o ciclo da erva mate e da charqueada, a mão de obra paraguaia foi absorvida para o trabalho nas fazendas. E, como herança cultural deste período, hoje, a faixa paraguaia além do caráter utilitário, passou a ser artesanato de referência cultural e, também, sinônimo de um peão bem paramentado. O uso da faixa enrolada na cintura tem o objetivo de dar sustentação à coluna do peão nas longas cavalgadas, uma vez que o seu trabalho implica em extensas jornadas no campo pantanal adentro.



ECO LINHAS

@ecolinhas

- reaproveitamento
- sustentabilidade
- geração de renda
- inovação social

Eco Linhas é um negócio social, criado no ano de 2019 por Isabel D. Muxfeldt (design e artesã). A iniciativa é acompanhada pelo programa de aceleração de negócios de impacto socioambiental do Living Lab - Sebrae MS.

A eco linhas trabalha com materiais reutilizados que seriam descartados, como: calças jeans, camisetas, sacos de cebola, batata, laranja, big bags de açúcar, lona de caminhão, cinto de segurança, dentre outros.

Através do artesanato sustentável, transforma-se estes descartes em produtos de moda e brindes corporativos. Além disso, Isabel atua na prestação de assessoria e na realização de oficina em comunidades com ênfase na geração de renda.

"Transformar um produto que iria para o lixo em um produto sustentável e desejável" (Isabel Muxfeldt)



Ecobag de Embalagem de cebola reutilizada, com Estamparia artesanal em lona de caminhão



”

Nossas parceiras são mulheres (costureiras e artesãs) de bairros periféricos que trabalham em suas casas complementando renda familiar com as peças confeccionadas para a Eco Linhas

Por ser um negócio social, a Eco Linhas atua em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Atende especificamente aos objetivos:



Na imagem abaixo, uma Nécessaire feita de calça jeans reutilizada, com estampa artesanal na lona de caminhão. Detalhe com flor de crochê no fio da embalagem de batata e laranja



Arquivo do projeto



REPÚBLICA DAS ARTEIRAS

@republicadasarteirascg
@ivanigrance

- economia criativa
- economia solidária e colaborativa
- trabalho em redes



O coletivo “República das Arteiras” foi idealizado por três costureiras da periferia de Campo Grande com o apoio da ONG Instituto de Desenvolvimento Evangélico – IDE, a partir de um projeto que agregava costureiras de variadas especialidades, dando-lhes visibilidade. O coletivo funcionou de 2018-2020 em um espaço empresarial na Incubadora municipal Mário Covas, atendendo prioritariamente criadores de moda autoral dentro do conceito de produção Slow Fashion, antagônico ao sistema de produção Fast Fashion. Neste período foi possível desenvolver uma rede colaborativa entre diversos profissionais, desde prestadores de serviços da confecção, estamparia e bordados a produtores de moda, estilistas, designers, fotógrafos, modelos entre outros ligados ao universo da cultura e moda de Campo Grande MS.

Esta rede colaborativa contribuiu com o lançamento de diversas marcas de moda autoral campo-grandense, proporcionando aos seus criadores e empreendedores o atendimento necessário e especializado para a confecção de coleções exclusivas e personalizado.

”

Detectei em minha pesquisa [de mestrado] que o forte de Campo Grande é a costura por facção, de escala. Sob medidas e trabalhos pequenos não tinha gente aparecendo. Tem gente que faz, mas não estão visíveis (Ivani)

No ano de 2019 o coletivo participou de um período de oito meses de mentoria para negócios sociais, promovido pelo Livinglab MS, onde foi idealizado um projeto de uma plataforma virtual de prestação de serviços para o setor de confecções e moda, a Plataforma TECER. Este projeto visa conectar consumidores das mais diversas modalidades de costura à costureiras e demais profissionais deste setor, contribuindo com a redução da invisibilidade das costureiras frente a este mercado consumidor e consequentemente o acesso ao trabalho e renda.

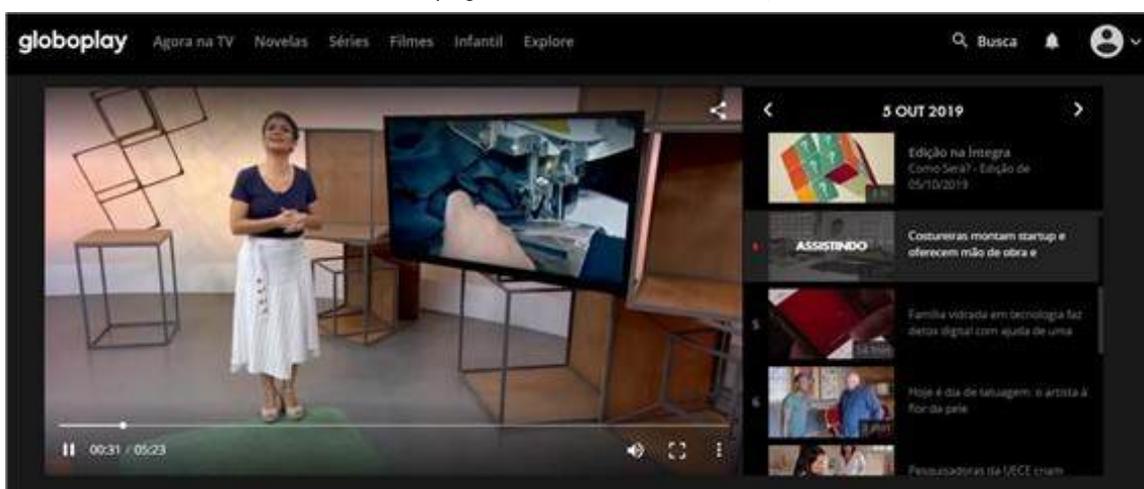


Ivani Marques da Costa Grance - Fundadora e coordenadora da Plataforma TECER

“Ao final do ano de 2019 o projeto da Plataforma Tecer concorreu a uma vaga no Programa Centelha, onde os contemplados receberiam um fomento de R\$60.000,00 para o desenvolvimento de um “MVP” (Produto Mínimo Viável) de um projeto inovador. A Plataforma TECER ficou em 31º lugar sendo a terceira suplente caso houvesse desistências de algum outro projeto contemplado. Com o início da crise sanitária provocada pela covid19, houve desistência de alguns projetos e fomos incluídas no Programa Centelha – MS. Em agosto de 2020 fomos inseridas no programa, com a empresa Plataforma TECER formalizada como ME, tendo o início do período de doze meses de desenvolvimento do MVP em fevereiro de 2021”, comenta Ivani.

"Vendemos serviço. O nosso cliente é criador de moda autoral, que vende em espaços colaborativos. O meu serviço é o produto deles."

Matéria exibida no programa "Como Será" da Rede Globo, em 2018





Matéria exibida no programa " Como Será" da Rede Globo, em 2018

Atualmente desenvolvemos a Plataforma TECER com uma equipe formada pela coordenadora do projeto, um profissional em TI e desenvolvimento de projetos, uma UI/UX designer JR e Visual designer, uma gestora de projetos e um assistente administrativo. O atendimento às encomendas de costura pela República das Arteiras permanece sendo feito por duas das costureiras fundadoras, sendo uma das quais a coordenadora da Plataforma TECER. Cabe ressaltar que manter o funcionamento da República permite o contato e interlocução com o público alvo da Plataforma TECER, que de outra forma seria mais dispendioso.

**“
Não participamos
diretamente dos editais
públicos. Mas meus
clientes que aprovaram
projetos, na Aldir Blanc por
exemplo, me trazem o
serviço. Desse forma,
também acabamos
acessando esses recursos**

Participação na Primeira Maratona de Negócios Sociais do Livinglab MS em dez/2018



**Fundadoras da República das
Arteiras:
Ivani Marques da Costa
Grance
Priscila Manoela Rodrigues
(deixou o coletivo no início da
pandemia)
Maria de Fátima Pereira**

VITRINI DO MATO

@vitriedomato

- economia criativa
- economia solidária e colaborativa
- Plataforma on-line que reúne produtos de empreendedores locais

Nos últimos anos vem crescendo o movimento “compre do pequeno/compre de quem faz”, que incentiva o consumo de produtos de empreendedores locais. Inspirado por essa tendência, e também buscando uma alternativa para ajudar artistas e artesãos atingidos pela pandemia da Covid-19, o empresário Fábio Castro de Brito criou a Vitrine do Mato, uma plataforma colaborativa para empreendedores locais.

Financiada com recursos da Lei Aldir Blanc, por intermédio da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (Sectur) e da Prefeitura Municipal de Campo Grande, a Vitrine do Mato tem cerca de 100 produtos, como roupas, acessórios, artesanato, decoração, papelaria e produtos de beleza, feitos por designers, produtores de moda e artesãos, tudo com muito bom gosto e criatividade. Participam do site 17 marcas, todas de Mato Grosso do Sul, mas com muita diversidade de estilos e técnicas. “Não é porque o produto é feito em MS que são só coisas com bichos, natureza, aqui também tem moda urbana, design, trabalhos de qualidade em várias artes”, comenta Fábio.

”

“A pandemia afetou muito o nosso setor, que dependia de feiras, eventos, nosso forte era estar na rua, por isso a ideia de um site que reunisse esses pequenos comerciantes para vender e continuar fazendo o que a gente gosta”, explica o idealizador.

Na chamada economia criativa, a união e a colaboração são fundamentais para fazer, de pouquinho em pouquinho, resistência aos grandes conglomerados.

“Muitas vezes pagando barato em uma roupa, por exemplo, você financia práticas erradas, como trabalho escravo. Eu acho importante essa valorização porque quando os produtos são feitos manualmente você sabe de quem está comprando, como é o processo, é um produto mais exclusivo e o design agrega um valor diferente do que comprar uma peça no shopping”, defende o criador do site.



Bem-vindo, identifique-se para fazer pedidos

Meus Pedidos Minha Conta

Digite o que você procura



Carrinho vazio

Artigo 5°	Ateliê Lili Terra	Ayele Tissu	Black Drink	Bordado Livre CG	Burtiguá Saboaria	Capivaral	Chroma	
Coreafro	Dead Angel	Deunó	Maria Chiang	Moncaju	Nair Gavilan	Polca	Poppy Art	Raique Moura
Sandra Padilha	Touché	Varekai						



A loja colaborativa Vitrine do Mato está disponível pelo link: <https://www.vitrinedomato.com.br/>
A loja colaborativa tem roupas, acessórios, objetos decorativos e muito mais, tudo feito por artistas e artesãos de MS

Além do site, o projeto também contempla realização de lives nas redes sociais com diversos temas relevantes e atuais, dentre eles com a designer e consultora de moda Vanda Sol falando sobre “Tipos de Tecidos e suas Variações”, e também o “Slow Fashion na criação e produção de moda autoral de Campo Grande/MS”, com Ivani Grance e Matheus Arcanjo.

A plataforma abriu também espaço para empreendedores negros, que colocam em seus produtos muita cultura e representatividade.



CINEMA: MEMÓRIA E PATRIMÔNIO CULTURAL

@marinettipinheiro

- cinema & memória
- patrimônio cultural

"Somos seres audiovisuais, as imagens e o sons nos rodeiam, movem nossas vidas, dinamizam nossas atividades e nos levam a tempos de outrora, pois o audiovisual está em nossas mãos, a um clique, por isso, é essencial e urgente tornar o nosso patrimônio audiovisual cada vez mais visível.

É vital que possamos experimentar, compartilhar, (re)descobrir as obras cinematográfica e a arquitetura dos espaços de cinema, como a Professora Maria da Gloria falava, os espaços de sonho, a janela para o mundo.

Neste processo a formação sobre a memória, a educação patrimonial se faz necessário para o reconhecimento, entendimento e constante preservação", comenta a cineasta idealizadora do projeto, Marinete Pinheiro.

Em Campo Grande o Patrimônio Audiovisual precisa urgentemente ser criado, experienciado, emergido, pois quando nos confrontamos com as imagens e sons que rementem a nossa memória, ele se torna vivo, podendo ser visto, discutido, refletido, compartilhado, apropriado, e em suma passa a ser incontornável e imprescindíveis em nossas vidas, retomando sua dimensão e sua necessidade.

Autocine UFMS



Arquivo Ovo Filmes

CINEMA: MEMÓRIA E PATRIMÔNIO CULTURAL

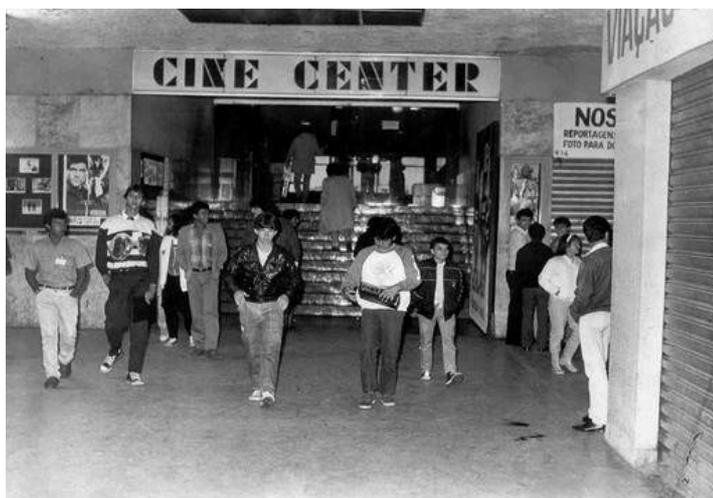
"O projeto faz uma transição entre o passado sobre os espaços de exibição de cinema, com base em arquivos pessoais, e faz uma transição para o presente, mostrando como esses espaços estão hoje."

Diante da trajetória de pesquisa bibliográfica já trilhado, considero que em Campo Grande fazer a história do cinema é trazer a memória dos filmes invisíveis, e hoje, nos dias atuais da matéria invisível, digital que se perde no formato de um aparelho eletrônico, com isso a preocupação dos agentes da memória é emergente, e a responsabilidade sobre cada pessoa que constrói a história da cidade é extremamente necessária, comenta a atual coordenadora do Museu da Imagem e do Som da Fundação de Cultura de MS, Marinete Pinheiro.



Cine Center - Arquivo jornal Correio do Estado

Autocine - Arquivo Central UFMS



Em suma o objetivo desta proposta é dinamizar o patrimônio cinematográfico de Campo Grande com a geração de atividade e produtos concretos, necessários, para entendimento e preservação da memória e história, com respeito e utilização de acervos, alcançando e expandido, e confluindo a população em especial, os interessados em cinema e preservação, com a perspectiva de expansão visto que o curta metragem proposto pode circular em diferentes espaços de festivais e mostra, que tenha um direcionamento ao patrimônio histórico e cultural

Especificamente o projeto consiste em rememorar os espaços de cinema de Campo Grande com fotografias dos lugares onde estava essas salas, trazendo o passado numa transição com o presente, em vídeo e um catálogo. Outro produto é um curta metragem com a história do primeiro filme produzido em Campo Grande "Paralelos Trágicos" de 1965 com fotografias e entrevista com Diretor Abooud Lahdo.

Santa Helena - Arquivo Histórico de Campo Grande



EVOÉ: HISTÓRIA DO TEATRO EM CAMPO GRANDE

@marrua.arte.cultura
@andreaefreire

- teatro e memória
- economia do teatro
- teatro e patrimônio

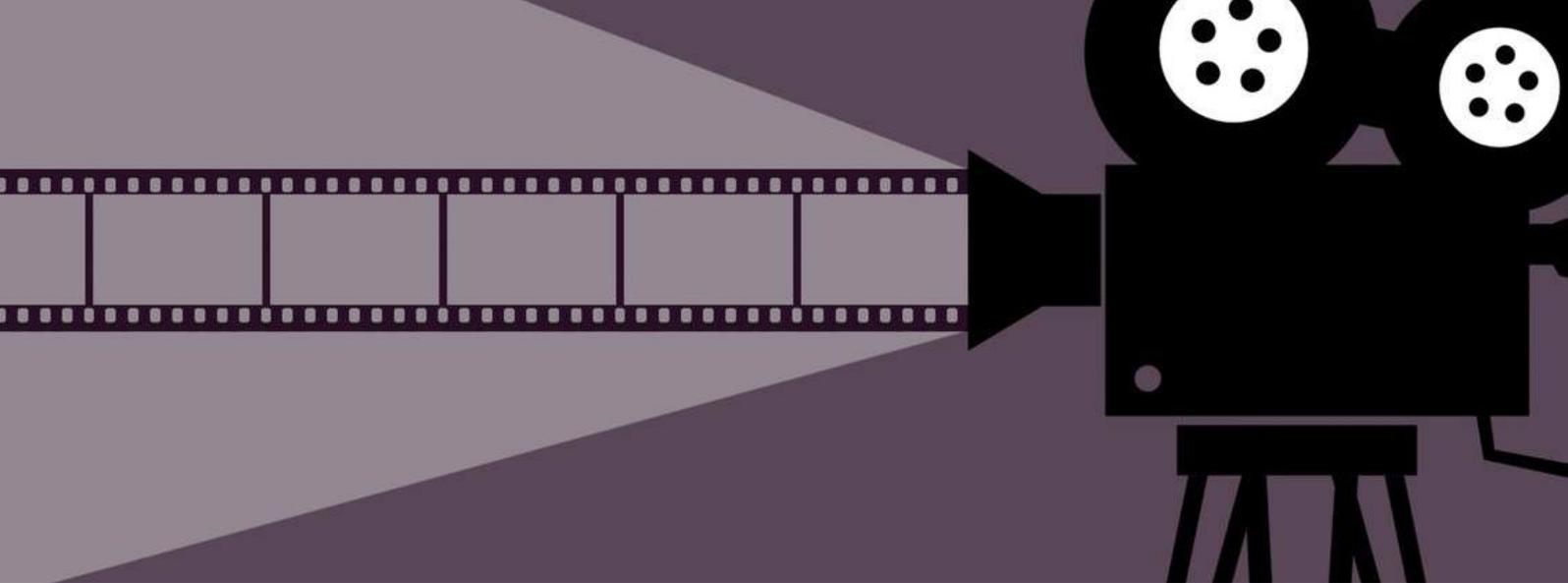
Trata-se de uma série com 4 episódios, veiculados no canal da produtora Marruá Arte e Cultura no YouTube, que apresenta um recorte da arte teatral na capital do Mato Grosso do Sul. A proposta é multidisciplinar e faz interagir as áreas do teatro, do patrimônio imaterial e da tecnologia audiovisual, envolve pesquisa e curadoria sobre do tema, buscando evidenciar nomes e acontecimentos históricos relevantes, destacando aspectos singulares da atividade teatral em Campo Grande.

Cada episódio apresenta um foco central com outros assuntos complementares, abordando no contexto histórico quem fez e faz teatro, o que faz, como, onde e para quem faz. Sua narrativa irá percorrer o despertar da sociedade local para a arte de representar, os cineteatros, os grupos amadores universitários, a censura, os festivais estudantis, a busca por uma dramaturgia própria, histórias da região encenadas, o teatro estudantil, os filhos da terra que se tornaram expressões valorosas do teatro brasileiro, os edifícios teatrais, o surgimento do teatro de grupo, os atores, os diretores, os técnicos, as organizações de classe, os festivais históricos, as dificuldades, a resistência, as leis de incentivo, o teatro infantil, o teatro na escola, o teatro empresa, o teatro de rua, o movimento teatral, os colegiados setoriais e as relações com o poder público e com a sociedade em geral, as escolas informais, os festivais locais, nacionais e internacionais que passaram por aqui, a estética dos espetáculos, a crítica, as universidades, a profissionalização, o mercado de trabalho, o público de teatro, os pontos fortes e frágeis de uma arte que teima em existir em terras fronteiriças, indígenas e pantaneiras no amor, sonho, suor e valentia de suas gentes. A estréia está prevista para o mês de maio de 2021.



Andréa Freire atua há mais de 30 anos no campo cultural. É atriz, diretora de teatro, professora e produtora cultural. Andréa já foi secretária-adjunta da Secretaria de Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação (Sectei) e também Diretora-Presidente da Fundação de Cultura de MS

a resistência, as leis de incentivo, o teatro infantil, o teatro na escola, o teatro empresa, o teatro de rua, o movimento teatral, os colegiados setoriais e as relações com o poder público e com a sociedade em geral, as escolas informais, os festivais locais, nacionais e internacionais que passaram por aqui, a estética dos espetáculos, a crítica, as universidades, a profissionalização, o mercado de trabalho, o público de teatro, os pontos fortes e frágeis de uma arte que teima em existir em terras fronteiriças, indígenas e pantaneiras no amor, sonho, suor e valentia de suas gentes. A estréia está prevista para o fim do mês de abril de 2021.

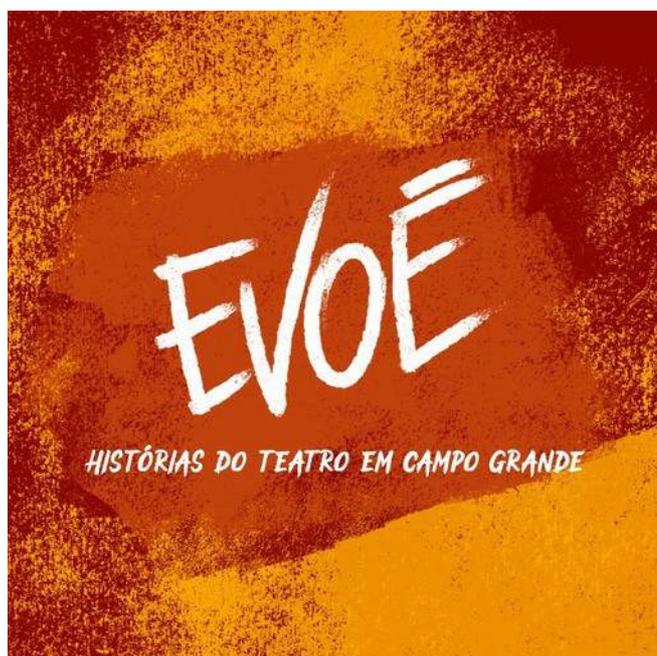


Motivada pelos estudos e textos da professora Maria da Glória Sá Rosa, carinhosamente conhecida como professora Glorinha, a série é dedicada a ela, que foi grande incentivadora do fazer teatral e formou um dos primeiros grupos de teatro da cidade, o TUC (Teatro Universitário de Campo Grande), no fim da década de 1960.

O projeto tem o benefício da Lei Aldir Blanc e da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e Prefeitura de Campo Grande, é uma realização da Marruá Arte e Cultura e tem roteiro, curadoria e direção geral de Andréa Freire, a direção artística é de Adrian Okumoto, direção de arte de Rafael Mareco, direção de fotografia e edição/finalização de Helton Perez, da produtora Vaca Azul, trilha original de Marina Peralta e assessoria de imprensa e gestão de Redes de Lucas Arruda e Aline Lira.

"O fomento público é muito importante, pois é o Estado exercendo seu papel, ou seja, dar ao cidadão o acesso à cultura e quem ganha é a sociedade ao consumir toda essa produção cultural. Esses recursos movimentam a cidade. Movimentam-se toda uma cadeia econômica. A cidade ganha muito com isso"

"
Nós falaremos de toda a singularidade que envolve o fazer teatral em Campo Grande. O projeto tem finalidade de preservação da memória do teatro na cidade, mas também com finalidade pedagógica, tendo em vista que o material produzido em vídeo serverá de apoio à professores, educadores, pesquisadores. É um material pensado para a sociedade, em uma linguagem acessível, comenta a idealizadora.



The background of the entire page is a vibrant yellow. Overlaid on this is a complex, abstract geometric pattern of black lines. These lines form a series of interconnected, irregular polygons and triangles, creating a sense of depth and structure. The lines vary in thickness and orientation, some radiating from a central point on the left side, while others form a more chaotic, web-like structure. The overall effect is that of a stylized, modern architectural or mathematical design.

**A importância das
universidades no contexto
institucional da economia
criativa e solidária**

INCUBADORA TECNOLÓGICA DE COOPERATIVAS POPULARES DA UFMS

O papel das universidades no contexto institucional das políticas públicas e no fortalecimento dos empreendimentos de economia criativa e solidária

A Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da UFMS (ITCP) é um projeto de extensão que presta serviços para o desenvolvimento em comunidades compostas por assentamentos, aldeias, quilombolas e pequenos produtores, com atividades dirigidas para organização da cadeia produtiva na agricultura familiar, sob os princípios da economia solidária e conceitos da agroecologia e da produção orgânica. O corpo técnico da ITCP/UFMS é composta por professores acadêmicos e técnicos da instituição que compõem uma equipe multidisciplinar para atender todas as demandas dos grupos incubados. Os trabalhos de incubação acontecem por um período de 60 meses com os municípios parceiros, oficializados em termo de cooperação mútua.

A incubação trabalha com um nova modalidade de trabalho, monitorado por uma equipe multidisciplinar, que auxilia os empreendedores a inserir sua produção no mercado de forma sustentável, comenta Mirian.

Com o objetivo de fortalecer a comercialização e visibilidade dos produtos da agricultura familiar dos grupos incubados, foi elaborado o projeto “Centro Tecnológico de Inovação para agricultura familiar- Mercado Escola”.

O Mercado Escola constitui-se em um espaço destinado ao ensino, pesquisa, extensão, empreendedorismo e inovação da UFMS e também ao apoio a produtores de base familiar e artesãos, com o objetivo de transformar conhecimentos científicos e tecnológicos em produção de bens e serviços para o desenvolvimento do Estado de Mato Grosso do Sul.



Arquivo do projeto.

INCUBADORA DE COOPERATIVAS POPULARES DA UFMS

O papel das universidades no contexto institucional das políticas públicas e no fortalecimento dos empreendimentos de economia criativa e solidária

No espaço de 800m² com dois pisos, no campus da UFMS, estão sendo construído laboratório de desenvolvimento de produtos, laboratório de controle de qualidade, laboratório de controle de resíduos de agrotóxicos e cozinha. Compõe também a estrutura do espaço, uma área de comercialização com 23 box para atender as famílias de agricultores familiares incubadas pelo projeto ITCP/UFMS.

Mercado Escola UFMS



Arquivo do projeto.

Feirinha Agroecológica UFMS



Arquivo do projeto.

O Mercado Escola foi desenvolvido de maneira coletiva, tendo a participação de produtores rurais, equipe técnica e acadêmicos-estagiários da Incubadora de Cooperativas. "A função social do projeto vai além de uma ação de extensão, já que o espaço do mercado será um laboratório de pesquisa, extensão, ensino contínuo e de oportunidades que podem ser soluções para as demandas de trabalho dos agricultores", comenta a coordenadora Dalva Mirian Coura Aveiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para pensar uma agenda efetiva de desenvolvimento integral a partir de políticas públicas para a economia criativa e solidária

Este relatório é fruto de uma pesquisa de preservação, memória e formação das redes híbridas de cultura a partir da intersecção entre economias desmaterializadas, intensivas em símbolos, como a Economia Criativa e Economia Solidária.

Especificamente, o projeto teve como objetivo mapear a constituição de redes de economia criativa e de economia solidária a partir dos arranjos constituídos entre setor público, iniciativa privada e, sobretudo, com os grupos artísticos e empreendedores dos diferentes setores da economia criativa em Campo Grande.

Valendo-se de uma proposta exploratória e quali-quantitativa, o projeto compreende documentação, identificação, levantamento e formação de base de dados dos empreendimentos e iniciativas culturais que constituem os principais setores da Economia Criativa, no município de Campo Grande/MS. Ao fazê-lo, o projeto mapeou algumas dessas iniciativas e catalogou-as de maneira que os resultados fossem disponibilizados por meio de relatório técnico-científico.

Ter ou não ter direito à criatividade, eis a questão.

CELSO FURTADO
CULTURA E DESENVOLVIMENTO EM ÉPOCA DE CRISE

Com efeito, a pesquisa visou estimular a reflexão para a formulação de políticas públicas; auxiliar a tomada de decisão para gestores públicos e privados; divulgar as Redes de Economia Criativa do município; articular os diferentes setores que circunscrevem a temática da Economia Criativa, à exemplo do turismo e da inovação social; além de caracterizar a economia local intensiva em bens simbólicos.

Considera-se que os objetivos foram alcançados e que este relatório certamente contribuirá para muitas outras pesquisas, inquietações e reflexões sobre o tema.

Adriano Pereira de Castro Pacheco
Pesquisador, produtor cultural e palestrante em economia criativa, governança e políticas culturais



REFERÊNCIAS E RECOMENDAÇÕES DE LEITURA

- ADORNO, T W; HORKHEIMER, M. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BARROS, J. M. A sociedade civil e a educação na proteção e promoção da diversidade cultural. In: BARROS, José Márcio; KAUARK, Giuliana (Org.). Diversidade cultural e desigualdade de trocas: participação, comércio e Comunicação. São Paulo: Itaú Cultural; Editora PUC Minas, 2011.
- BENDASSOLLI, P.F.; BORGES-ANDRADE, J.E.; GONDIM, S.M.; MAKHAMED, Y.M. Desempenho, autorregulação e competências de empreendedores de indústrias criativas brasileiras. Psicologia: Teoria e Pesquisa. V.32, n.especial, p.1-10, 2016.
- BENINI, E.A.; BENINI, E.G. A construção do trabalho associado sob a hegemonia estatal: organização, solidariedade e sociabilidade. Revista Organizações & Sociedade, v.22, n° 74, jul./set.2015, p.325-244.
- BENKO, G. A Ciência Regional. Celta: Oeiras, 1999.
- BRASIL. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações. Ministério da Cultura. 2012
- BRASIL. Termo de referência para Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais. Brasília: MDIC, 2004.
- CAMPOS, C.; PITOMBO, M. Lugares da cultura na contemporaneidade: a polis. In: BOTELHO, I. et al. (Org.). Percepções: cinco questões sobre políticas culturais. São Paulo: Itaú Cultural, 2010. p. 34-43.
- CASSIOLATO, J.; LASTRES, H. M. M. Políticas para promoção de arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas: conceito, vantagens e restrições de equívocos usuais. Rio de Janeiro: RedeSist, 2003.
- CASTELLS, M. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTRO, L. H. de. Arranjo produtivo local. Brasília: Sebrae, 2009.
- CAVES, R. E. Creative industries - Contracts between art and commerce. Cambridge: Harvard University Press, 2002.
- COSTA, E. J. M. Arranjos Produtivos Locais, Políticas Públicas e Desenvolvimento Regional. Ministério da Integração Nacional. SDR/IDESP. Mais Gráfica Editora: Brasília, 2010.
- DEHEINZELIN, L. Desejável mundo novo: vida sustentável, diversa e criativa em 2042. 1ªed. São Paulo: Ed.do Autor, 2012.
- FILHO, J.A. Sistemas e Arranjos Produtivos Locais. Planejamento e Políticas Públicas, n.36, p.171-212, 2011.
- FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Estudos e Pesquisas. Fev/2019. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>>.
- FLORIDA, R. The Rise of the Creative Class. Basic Books, 2012.
- FRANÇA FILHO, G. C. de. A problemática da economia solidária: um novo modo de gestão pública? Cadernos EBAPE, v.2, n.1, mar/2004.
- FURTADO, C. Criatividade e dependência na civilização industrial. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- FURTADO, C. Cultura e Desenvolvimento em época de crise. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- FURTADO, C. O Capitalismo Global. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- FURTADO, C. O mito do desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.
- HARVEY, D. O neoliberalismo: história e implicações. Edições Loyola: São Paulo, 2005.
- HOWKINS, J. The creative economy: how people make money from ideas. Penguin, 2013.
- KIRSCHBAUM, C.; PINA e CUNHA, M.; WOOD Jr. Indústrias Criativas e sua relevância para a Ciência da Administração. In: WOOD JR., T. et al. (Coord). Indústrias criativas no Brasil. São Paulo: Atlas, FGV-EAESP, 2009.
- LANDRY, C. The Creativity City Index. City, Culture and Society, v. 2, p. 173-179, 2011.
- LEITÃO, C. S. Indústrias criativas x economia criativa: compreendendo a disputa entre modelos de desenvolvimento com base em Celso Furtado. In: Brasil, Sociedade em Movimento. Souza, P. de (org.). 1ªed. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- LIMA, S.M.S. Polos Criativos: lugares de desenvolvimento. In: OLIVEIRA et al., (Org.). Arranjos produtivos Locais e Desenvolvimento. Rio de Janeiro: IPEA, 2017.
- MORIN, E. Introdução ao Pensamento Complexo. 4ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- OLIVEIRA, J. M. de; ARAUJO, B.C. de; SILVA, L.V. (2013) Panorama da Economia Criativa no Brasil. Texto para discussão. Rio de Janeiro: IPEA, 2013.
- PACHECO, A. P. C. Multicentric Approach Mechanisms as a Strategy for the Implementation of Public Policies - Reflections in the context of the Creative Economy. GLOBAL JOURNAL OF HUMAN SOCIAL SCIENCES, v. 19, p. 1-6, 2019.
- PACHECO, A. P. C.; BENINI, E.G. A Economia Criativa em época de crise: o desenvolvimento endógeno brasileiro na obra de Celso Furtado. REVISTA DE ECONOMIA POLÍTICA (ONLINE), v. 38, p. 324-337, 2018c.
- PACHECO, A. P. C.; BENINI, E.G ; MARIANI, M. A. P. . LA ECONOMÍA CREATIVA EN BRASIL - El desarrollo del turismo local en el pantanal sur de Mato Grosso. Estudios y Perspectivas em Turismo, v. 26, p. 678-697, 2017.
- PACHECO, A. P. C.; BENINI, E.G ; MARIANI, M. A. P. . O discurso global da economia criativa - frameworks para o desenvolvimento econômico. Revista brasileira de gestão e desenvolvimento regional, v. 14, p. 134-147, 2018b.
- PACHECO, A.P.C.; BENINI, E.G. A Economia Criativa em organizações intensivas em símbolos - uma análise da Rede MS de Pontos de Cultura. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (Online), v. 16, p. 353-366, 2018a
- PACHECO, A.P.C.; BENINI, E.G.; MARIANI, M.A.P. La Economía Creativa en Brasil - el desarrollo del turismo local en el pantanal sur de Mato Grosso. Estudios y Perspectivas em Turismo. v.26, n.3, p.678-697, 2017.
- POLANYI, K. A grande transformação: as origens de nossa época. Campus: Rio de Janeiro, 2000.
- POTTS, J.; CUNNINGHAM, S.; HARTLEY, J.; ORMEROD, P. Social network markets: a new definition of the creative industries. Journal of Cultural Economy, 2008.
- RAFFESTIN, C. Por uma geografia do poder. São Paulo: Ática, 1993.
- REIS, A. C. F (org.). Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. Itaú Cultural: Garimpo de Soluções. São Paulo, 2008.
- SANTOS, M. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. 4ªed. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SECCHI, L. Políticas Públicas: conceitos, esquemas de análise e casos práticos. São Paulo: Cengage Learning, 2016
- SINGER, P. Desenvolvimento capitalista e desenvolvimento solidário. Revista de estudos avançados, São Paulo, n° 51, 2004.
- UNCTAD. Relatório de Economia Criativa. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. UNCTAD. Nações Unidas, 2010.
- UNESCO/UNDP. Creative Economy Report: widening local development pathways. United Nations Development Programme (UNDP) and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Paris, 2013.
- WASSERMAN, S.; FAUST, K. Social Network analysis: methods and applications. New York: Cambridge University Press, 2007.
- WEBER, M. Ensaio de Sociologia. 5ªed. Editora JC: Rio de Janeiro, 1974.



Disciplinare a parte, questa era la con-
di norma, e un terreno di più. Insomma un
servizi di norme e un altro più dispo-

