TEXTO PARA DISCUSSÃO

2493

A ECONOMIA CRIATIVA SOB MEDIDA: CONCEITOS E DINAMISMO DAS CLASSES CRIATIVAS

Frederico Augusto Barbosa da Silva
Mariella Pitombo Vieira
Bárbara Lopes Franco

ipea

2493
TEXTO PARA DISCUSSÃO
Brasília, julho de 2019

A ECONOMIA CRIATIVA SOB MEDIDA: CONCEITOS E DINAMISMO DAS CLASSES CRIATIVAS

Frederico Augusto Barbosa da Silva[1]
Mariella Pitombo Vieira[2]
Bárbara Lopes Franco[3]

1. Técnico de planejamento e pesquisa na Diretoria de Estudos e Políticas Sociais (Disoc) do Ipea.
2. Professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).
3. Pesquisadora na Disoc do Ipea.

Governo Federal

Ministério da Economia
Ministro Paulo Guedes

ipea **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**

Fundação pública vinculada ao Ministério da Economia, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiros – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Presidente
Carlos von Doellinger

Diretor de Desenvolvimento Institucional, Substituto
Manoel Rodrigues dos Santos Junior

Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia
Alexandre de Ávila Gomide

Diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas
José Ronaldo de Castro Souza Júnior

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais
Aristides Monteiro Neto

Diretor de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação e Infraestrutura
André Tortato Rauen

Diretora de Estudos e Políticas Sociais
Lenita Maria Turchi

Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais
Ivan Tiago Machado Oliveira

Assessora-chefe de Imprensa e Comunicação
Mylena Fiori

Ouvidoria: http://www.ipea.gov.br/ouvidoria
URL: http://www.ipea.gov.br

Texto para Discussão

Publicação seriada que divulga resultados de estudos e pesquisas em desenvolvimento pelo Ipea com o objetivo de fomentar o debate e oferecer subsídios à formulação e avaliação de políticas públicas.

© Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – **ipea** 2019

Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.- Brasília : Rio de Janeiro : Ipea , 1990-

ISSN 1415-4765

1.Brasil. 2.Aspectos Econômicos. 3.Aspectos Sociais. I. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 330.908

As publicações do Ipea estão disponíveis para *download* gratuito nos formatos PDF (todas) e EPUB (livros e periódicos). Acesse: http://www.ipea.gov.br/portal/publicacoes

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou do Ministério da Economia.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

JEL: L80.

SUMÁRIO

SINOPSE

ABSTRACT

1 INTRODUÇÃO 7

2 CULTURA, DIREITOS HUMANOS E POLÍTICAS CULTURAIS 9

3 OS VALORES DO DESENVOLVIMENTO 14

4 DA SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL À ECONOMIA CRIATIVA 19

5 OS PROFISSIONAIS DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL:
QUEM SÃO E ONDE ESTÃO 27

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 37

REFERÊNCIAS 39

APÊNDICE A 43

REFERÊNCIA 47

SINOPSE

Este texto discute e relaciona os conceitos de cultura, direitos humanos e políticas culturais no quadro da ideia de desenvolvimento cultural. Considera o desenvolvimento como um conjunto de atividades de transformação da realidade social e ambiental em interface com a dimensão cultural. Descreve o conceito de economia criativa relacionando-o com as novas formas de produção pós-industrial e faz um exercício de definição e dimensionamento das categorias sociais (classes criativas) que atuam em atividades criativas no Brasil para o período 2002-2015. Assim, mostra os dinamismos e a participação da economia criativa e da economia da cultura nos processos de desenvolvimento brasileiro. A análise da organização de classes criativas no Brasil realizada neste estudo tomou como parâmetro a classificação inspirada no estudo de Richard Florida e foi reconstruída para a realidade brasileira a partir dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) e das classificações profissionais oficiais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Ademais, expõe-se, aqui, que a classe criativa teve um crescimento importante no seu contingente, passando de 10 milhões de pessoas, em 2002, para 15 milhões, em 2015, registrando variações significativas no contingente dos grupos profissionais que lhe compõem (centro hipercriativo, hipercriativos e profissionais criativos, com aumentos de 37%, 51% e 23%, respectivamente). Ainda que seja um contingente diminuto, se comparado aos Estados Unidos, por exemplo, cuja porcentagem atinge 30% da força de trabalho daquele país, os resultados obtidos neste estudo apontam um incremento não desprezível da economia criativa no país.

Palavras-chave: economia criativa; classes criativas; desenvolvimento cultural.

ABSTRACT

This text deliberates and relates the concepts of culture, human rights and cultural policies within the idea of cultural development. It considers the development as a set of activities of transformation of social and environmental reality in interface with the cultural dimension. It describes the concept of creative economy by relating it to new forms of post-industrial production and makes an exercise to define and measure social categories (creative classes) that work in creative activities in Brazil for the period 2002-2015. Therefore, it shows the dynamics and the participation of the creative economy and the culture economy in the Brazilian development processes.

The analysis of the way that creative classes in Brazil are organized carried out in this article, took as parameter the classification inspired by the study of Richard Florida and remodeled for the Brazilian reality from the data of the PNAD and the official professional classifications of the IBGE.

It shows that the creative class has grown significantly in its quota, from 10 million people in 2002 to 15 million in 2015, registering significant variations in the contingent of the professional groups that involve it (hyper creative center, hyper creative and creative professionals, with increases of 37%, 51% and 23%, respectively). Although it is a small contingent compared to the United States, for example, whose percentage reaches 30% of the workforce of that country, the results obtained in this study point to a not insignificant increment of the creative economy in the country.

Keywords: creative economy; creative classes; cultural development.

1 INTRODUÇÃO

O trabalho que se segue tem como objetivo analisar as diferentes dimensões dos conceitos de cultura, desenvolvimento e economia criativa, explicitando os referenciais teóricos e as relações existentes entre estes conceitos. Nesse sentido, o argumento central deste texto é que tais conceitos – cultura, desenvolvimento e economia criativa – são histórica e socialmente construídos, sendo dimensões altamente dinâmicas do fenômeno econômico.

Outro argumento norteador do texto é que desenvolvimento envolve o contexto cultural, e este condiciona o primeiro. Não há relação causal entre cultura e desenvolvimento: nem a cultura causa o desenvolvimento nem é consequência dele, como várias correntes de pensamento, sobretudo de matriz econômica, apontam. Cultura e desenvolvimento são dimensões dos processos sociais, estruturando relações e classes sociais. As formas do desenvolvimento são interdependentes em relação aos valores culturais. Os modos de vida, a comunidade de valores ou a cultura estão estreitamente ligados às estruturações institucionais e sociais. Dessa forma, o "desenvolvimento é o conjunto de transformações socioeconômicas, políticas e culturais que possibilitam o bem-estar social, a sua expressão em diferentes modos de vida e formas participativas de organização política" (Silva e Araújo, 2010, p. 11), e, assim, além de ser orientado culturalmente, tem na própria cultura uma de duas dimensões, e na economia criativa, considerando os múltiplos segmentos e atividades, operadores práticos.

As economias pós-industriais são crescentemente caracterizadas pela participação da economia criativa em seus processos de desenvolvimento. A percepção das mudanças na estrutura econômica e social vem dos anos 1960, mas, nas décadas de 1990 e seguintes, a economia criativa passou a ser tema de atenção por diferentes governos, que gradual e consistentemente passaram a incoporá-la em suas agendas de ação.

A economia criativa, com diferentes nomes e enfoques, tem sido objeto de intensa reflexão e tentativas de delimitação. O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) têm estimulado a ideia por meio de discussões e pesquisas. A abordagem interessa aos países em diferentes posições de desenvolvimento, padrões tecnológicos, organização econômica e proteção social por dar respostas específicas a problemas relacionados às insuficiências do desenvolvimento e da própria proteção social.

Também no Brasil, a economia criativa tem sido tratada como alternativa aos ciclos de baixo crescimento econômico, desemprego, exclusão social, degradação urbana e da qualidade de vida. Embora recentes, as políticas de economia criativa despertam crescente interesse entre os atores da sociedade civil e de diferentes estados, municípios e do Distrito Federal. Em 2011, foi criada a Secretaria da Economia (SEC) como uma agência do Ministério da Cultura (MinC), com o objetivo de coordenar esforços de pesquisa e na implementação de políticas públicas organizadas em torno do conceito de economia criativa. Data do mesmo momento histórico o esforço de construção e em seguida o lançamento do Plano de Gestão da Economia Criativa da SEC. O Plano SEC é constituído por um rol extenso de ações e setores e teve como orientação básica a transversalidade na implementação das políticas e a interdependência entre setor público, setor privado e sociedade civil.

O conceito de economia criativa foi usado, pela primeira vez, no Australian Report 1994 Creative Nation e desenvolvido na Inglaterra, refletindo mudanças da economia global, cujos eixos deslizam da produção de bens para os setores de serviço. As atividades criativas são abrangentes, englobando as indústrias culturais, a produção cultural e artística, as atividades de diferentes mídias e as tecnologias da comunicação. Além disso, é composta por uma grande variedade de segmentos que têm impactos sociais, efeitos multiplicadores na economia dos territórios onde se desenvolvem e nos comportamentos culturais. Todas essas características dotam o conceito de economia criativa de fluidez, fazem com que ele configure políticas públicas sempre as relacionando com insumos, capacidades e institucionalidades locais. A criatividade pode ser definida como processo de geração de ideias e ações não completamente previstas nas matrizes e nos paradigmas e formas de resolução de problemas vigentes. Evidentemente, os conceitos de criatividade e inovação não são sinônimos, pois se referem a instrumentos de ação.

Além desta introdução, o texto é organizado em mais cinco seções, sendo a seção 2 uma discussão do conceito de cultura, direitos humanos e políticas culturais. A seção 3 trata do tema desenvolvimento como um conjunto de atividades de transformação da realidade social e ambiental a partir do uso dos diferentes recursos e de sua interface com a dimensão cultural. A seção 4 analisa as origens do conceito de economia criativa relacionando-o com as novas formas de produção pós-industrial. E a seção 5 faz um exercício de definição e dimensão das categorias sociais (classes criativas) que atuam em atividades criativas no Brasil para o período 2002-2015 por região. Essa última

parte oferece uma base empírica para a percepção dos dinamismos e da participação da economia criativa e da economia da cultura nos processos de desenvolvimento. Os dados foram construídos a partir de conceito operacional específico de economia criativa, as *classes criativas*, conforme se detalhará mais à frente, para agenciar ou costurar as reflexões conceituais tecidas nas seções anteriores. Por fim, na seção 6, apresentam-se as considerações finais.

2 CULTURA, DIREITOS HUMANOS E POLÍTICAS CULTURAIS

O conceito de cultura se refere aos modos de vida, saberes e crenças, modos de fazer e de expressão individual. Evidentemente, as culturas também podem se caracterizar pela presença de crenças em fundamentos indiscutíveis, por práticas contrárias e discriminatórias em relação a escolhas alternativas de vida, modos de ser, viver e a padrões éticos de convívio. Por exemplo, algumas culturas são intolerantes a regiões da criatividade e da diversidade, com exemplos sistemáticos de intolerância religiosa, étnica, de gênero e de orientação da identidade sexual.

A cultura contém uma imensa potência criativa que sempre se refere a formas mais ou menos tradicionais de expressão das identidades coletivas e individuais, que expressam modos de vida e culturas cívicas delineadas. Ao contrário do que se pode imaginar, as culturas não são estacionárias, e as identidades culturais são internamente múltiplas, abertas às fricções e às transformações decorrentes de contatos históricos, disponíveis às trocas e aos fluxos de experiências compartilhadas.

Muitas etnografias, muitos estudos culturais e muitas pesquisas das ciências sociais mostram que as identidades culturais não são fixas ou fechadas, mas são permanentemente negociadas entre os grupos e ajustadas às demandas feitas pelos regimes de historicidade. Dessa maneira, a cultura, tomada de forma geral, não é o objeto de ação e incentivo por parte do poder público ou dos mercados. Não existe, pelo menos não naturalmente, uma cultura que deva ser acessível ou levada de forma específica aos indivíduos, que deva ser reconhecida ou resgatada em sua legitimidade. As culturas são históricas, e, portanto, os valores que devem ser preservados e transmitidos são objeto tanto de escolhas tácitas quanto ético-políticas no quadro das dinâmicas sociais, políticas, econômicas e institucionais (Weber, 1974; 1982; 1992a; 1992b).[1]

1. Ver também Passeron (1995).

A ideia dos direitos humanos e culturais oferece um vocabulário que nos permite elaborar contextos discursivos e valores de uma cultura cívica compartilhada, tolerante, aberta, criativa e crítica. No rol dos direitos humanos, podem-se destacar três gerações ou dimensões de direitos, sendo eles: civis, sociais e transgeracionais (Bucci, 2006; Fonte, 2013; Gotti, 2012). Os direitos civis (direitos de primeira geração) estão relacionados à liberdade de consciência, expressão e organização política. Os direitos sociais (direitos de segunda geração) expressam os direitos à proteção e à participação nas riquezas coletivas. Estes são prestacionais e impõem o dever de ação do Estado. Finalmente, a terceira geração de direitos, os direitos transgeracionais, direciona as preocupações políticas e cívicas para que as ações contemporâneas se voltem para o futuro, de forma que os direitos e os recursos atuais dos patrimônios ambientais, culturais, tecnológicos ou institucionais sejam sustentáveis e, assim, possam ser usufruídos pelas gerações futuras. A preservação da diversidade ambiental e cultural são valores centrais, mas também são desafiadoras para a atuação coletiva e estatal.

Nessa perspectiva, os direitos civis exigem a limitação da atuação estatal, de modo a garantir as liberdades. Os direitos sociais, por sua vez, impõem o dever de ação, prestação e proteção por parte do Estado. Os direitos transgeracionais são difusos, não têm como referência um coletivo específico, um Estado ou uma nação, ou um conjunto delimitado de recursos, mas se referem a direitos de todos. Portanto, exigem formas de atuação política e institucional diferenciadas, sem reducionismos disciplinares ou teóricos.

Ao se considerar a cultura em seus aspectos dinâmicos e na escala das diversidades culturais subjetivamente vividas, também se deve considerar que o conceito de cultura será sempre objeto de controvérsias. Os sujeitos que vivem a cultura, os seus símbolos e os recursos cognitivos e materiais referem-se a significados diferentes ao utilizar esse conceito.

O conceito de cultura já serviu para expressar identidades nacionais, referindo-se a conquistas literárias, filosóficas e artísticas ou para expressar conquistas humanas universais, como tecnologias, materialidades e arranjos institucionais civilizados.[2] Esse

2. Heinich (2001) apoia-se nos estudos de Norbert Elias para apontar que o termo *zivilisation* em alemão tem sentido ligeiramente pejorativo, ligado às aparências, à superficialidade e à leviandade por oposição aos sentidos positivos do termo *kultur*, associado à interiorização, à profundidade de sentimento, à leitura e à formação da personalidade individual. Por sua vez, ingleses e franceses tomariam o termo *civilização* como tema de orgulho nacional, que se estenderia aos progressos do Ocidente e da humanidade, ao refinamento dos costumes, à civilidade, ao autocontrole cortês, por oposição à barbarie. O conceito francês deu margem à ideia de *perfectibilidade* e o alemão, à de *bildung*. Assinala, ainda, que enquanto a noção de civilização apaga diferenças entre povos, o de cultura se apoia nas diferenças nacionais.

conceito também já ancorou estratégias políticas coloniais, civilizatórias e desenvolvimentistas, assim como teve seus usos políticos no contexto de regimes autoritários, republicanos e democráticos.[3] Entretanto, normalmente, os governos enunciam regimes de ação sobre diferentes dimensões do conceito, mas nem sempre as proposições são harmonizadas com as operações próprias da implementação.

A política cultural é uma categoria de intervenção pública como o são a educação, a saúde, a assistência social, a previdência ou o meio ambiente. Nesse sentido, a cultura, com todas as ambiguidades e os significados do conceito, tem materialidade institucional, enfrentando problemas análogos a outras áreas de políticas públicas. A área sofre com questões relativas à insuficiência de recursos financeiros e de gestão e, assim, com a necessidade de mobilizar fontes de recursos adicionais, empregando-as com maior produtividade e eficiência. No entanto, a cultura enfrenta problemas que exigem um tratamento conceitual e político diferenciado, especialmente pelo fato de ser constituída por uma dimensão comunitária, que é múltipla, local e dinâmica, acoplada a escalas territoriais muito diversificadas. Pode-se dizer que os mercados simbólicos são, a um só tempo, nacionais e internacionais, mas também urbanos, localizando-se nas regiões das cidades e nos bairros rurais, abrangendo pequenas cidades e ecossistemas muito variados. Se a cultura tem tantas dimensões, camadas e territorialidades diferenciadas, enfatizaremos algumas ideias passíveis de serem discutidas como princípios reguladores das políticas públicas de cultura, que têm nos mercados simbólicos seu objeto (Bourdieu, 1971).

Em primeiro lugar, o conceito de cultura que embasa a política cultural não deve ser restritivo, visto que deve se relacionar ao campo das artes, do patrimônio e dos fluxos de conhecimento. Assim, as políticas culturais deveriam ser direcionadas ao campo

3. Os diferentes usos políticos do conceito de cultura podem ser ilustrados por um amplo conjunto de autores. Edward Said (1990), em seu clássico *Orientalismo*, apresenta extensa evidência de como a orientalização de povos e comunidades não europeias produziu narrativas associando esses povos a barbárie, domínio da sensualidade e da emoção, ausência de racionalidade e pensamento sistemático, autoritarismo, avareza, orgulho e tendências para a violência. No contexto do mundo ibérico, Richard Morse, em *O espelho de Próspero* (1988), discute as possibilidades de desenvolvimento nacional e democracia popular no contexto das escolhas da cultura política moderna, no qual convivem os princípios do republicanismo e as narrativas marxistas de emancipação nacional-popular. No pensamento social brasileiro, podemos destacar Sérgio Buarque de Holanda, que, em *Raízes do Brasil* (1936), discute sobre as possibilidades da democracia à luz da reorganização das classes sociais, dos partidos políticos e do Estado patrimonialista no quadro das transformações econômicas e culturais no início do século XX. Também se pode resgatar o pensamento de Gilberto Freyre (2003), ácido crítico da sociedade escravocrata, mas também de seus sucedâneos urbano-industriais, marcados pela impessoalidade. Embora Freyre tenha de fato usado a expressão democracia racial, que se presta a mal entendidos e marca equivocadamente a apropriação da obra, apresenta análises e percepção aguda das violências étnicas, de gênero e sociais.

das artes, destinadas à ampliação do repertório de opções e ao enriquecimento das experiências individuais e sociais, valorizando a diversidade de opções culturais sobre uso de tecnologias, bem como lidar com o meio ambiente, a própria saúde, a educação, a morte, o envelhecimento etc. Portanto, aqui cabe a defesa da cultura como área de atuação política que amplia as possibilidades discursivas e valorativas das políticas sociais (Dworkin, 2005). Ou seja, a cultura é parte da estrutura de valores sob as quais as sociedades escolhem viver e da sua economia política.

Em segundo lugar, é necessário enfatizar que o diagrama conceitual que justifica as políticas culturais não é evidente por si mesmo, pois não se trata de traduzir demandas sociais em problemas e objetivos de política de forma linear. A reflexão parte da constatação evidente da heterogeneidade do objeto das políticas culturais. Outros países também conhecem a mesma característica decorrente da história de formação do campo. As políticas públicas são desafiadas por essa característica, que torna a unidade mais simbólica do que efetiva e direcionada. Os programas são fragilmente articulados, tanto em razão da natureza estrutural do campo de ação quanto das dificuldades institucionais no processamento de problemas que direcionariam as ações para objetivos conjunturalmente convergentes.

É importante assinalar que essas características das políticas culturais – sobretudo a dificuldade de encontrar uma definição precisa para a categoria *cultura* – e uma delimitação exata para os problemas que são as referências estáveis das políticas públicas da área não impedem, hipoteticamente, o processamento político de problemas. A tradução dos problemas abrangidos por cada sentido do conceito permitiria a formulação e a implementação de ações coordenadas, parcialmente convergentes e capazes de aglutinar esforços e recursos institucionais. Aliás, a constituição de outras políticas também implica denso trabalho de classificação, delimitação, construção histórica e social de problemas e implementação de decisões. Na verdade, o conceito de cultura está carregado de ambiguidades e imprecisões que derivam de sua indexação histórica aos diferentes campos institucionais. Seja como for, tal conceito unifica fatos que podemos qualificar como culturais, agregando ações, discursos, práticas administrativas e despesas orçamentárias absurdamente heteróclitas, mas, paradoxalmente, mantendo uma grande dose de fluidez e imprecisão.

Contemporaneamente, os papéis do poder público nas políticas e nas garantias de direitos culturais têm se transformado. As ideias convergem no sentido de associação

entre ação pública e formação de uma cultura comum.[4] O objeto da ação por parte das políticas culturais são os valores cívicos compartilhados, ou seja, a liberdade de expressão, da proteção de escolhas de modos de vida, individuais ou coletivas, o igual acesso e respeito por formas de vida vividas e a preservação e ativação da diversidade cultural. Todas essas dimensões estão ligadas aos direitos humanos e à experiência democrática.

As políticas públicas culturais, por sua vez, lidam com os múltiplos circuitos culturais (agente criativo, produção, difusão, circulação e comunicação com os diferentes públicos) que constituem a cultura. Assim, a ideia central é que não se podem desconsiderar os efeitos simbólicos, econômicos e sociais das políticas culturais, e a potencialização desses efeitos seria um dos méritos da ação pública no âmbito da economia criativa. A área é uma multiplicadora de empregos e geradora de renda e tem na liberdade de criação e na diversidade, no desenvolvimento de capacidades e no enriquecimento da vida pessoal e coletiva objetivos interdependentes (Vieira e Silva, 2017). De maneira ampla, os objetivos gerais que guiam outras políticas sociais se aplicam às políticas culturais, que também são consideradas como meios para enriquecer a existência das pessoas e criar igualdade social (Silva e Araújo, 2010).

A produção de uma cultura comum envolve pressuposições. A principal delas é que a estrutura de base – as instituições – deve ser bem organizada, ou seja, pautada em ideias de justiça, liberdade, igualdade e equidade. Do contrário, configuram-se culturas múltiplas, contraditórias e antagônicas, decorrentes das desigualdades e das exclusões sociais. A estrutura comum de valores que organizam as instituições é o quadro de fundo por onde deslizam diferenças e antagonismos. O desacordo a respeito de valores

4. Cultura comum é a cultura compartilhada, o senso comum, a cultura ordinária, que é de todos, a estrutura de valores que forma a base do convívio, a cultura cívica e política, as tradições, os costumes valorizados. Conforme define Raymond Williams (1958, tradução nossa), "a cultura é comum: esse é o primeiro fato. Cada sociedade humana tem sua própria forma, seus próprios propósitos, seus próprios significados. Cada sociedade humana expressa seus significados comuns, nas instituições, nas artes e na aprendizagem. Inventar a sociedade é descobrir significados e caminhos comuns, e seu desenvolvimento resulta do debate e da crítica ativa sob as pressões da experiência, do contato e da descoberta, inventando seus limites e fronteiras". Jean-Claude Forquin afirma, ao preparar a discussão a respeito do currículo na educação escolar, que "o pleito em favor de uma 'cultura comum' no contexto democrático repousa em Williams sobre a recusa de duas concepções simétricas e opostas, uma e outra abusivamente simplificadoras: a noção depreciativa de 'cultura de massa', por um lado; a noção polêmica de 'cultura de classe', ou mais exatamente 'cultura burguesa' e de 'cultura operária', por outro lado" (Fourquin, 1993, p. 35). Afirma ainda que as mudanças nas técnicas mudaram as formas de produção e difusão cultural, o que tornaria necessário o acesso de todos aos recursos e às formas de expressão disponíveis, sendo que "(...) cada geração, no interior de um mesmo país, recebe de herança uma certa tradição intelectual e artística que representa sempre muito mais do que o produto de uma única classe social" (*op. cit.*, p. 36).

e os modos de vida pressupõem, em uma sociedade pluralista, o reconhecimento da pertinência da pluralidade e da positividade do conflito.

A descrição da estrutura de classes e da distribuição de poder social é um dos elementos centrais para que se possa entender o lugar e os sentidos da economia criativa nas políticas culturais e nas ações de política pública a serem desenvolvidas. A economia criativa é passível de diferentes leituras, e em torno do conceito se organizam interesses e orientações ideológicas distintas; além disso, ela tem expressão na estrutura das classes sociais e decorre das mudanças estruturais da economia e da sociedade. Direcionar recursos e a ação pública para as classes e as frações das classes criativas tem impactos importantes na dinâmica econômica, social e política.

Para examinar a estrutura, a dinâmica e a distribuição da economia ou das classes criativas, deve-se levar em conta os diferentes ritmos dos processos de urbanização, industrialização, mudanças tecnológicas, diferenciação produtiva e da divisão do trabalho.

Antes de seguir na descrição empírica das classes criativas (seção 4), percorreremos brevemente o sentido sociológico da economia criativa, ou seja, sua dimensão de estruturação social, o que justifica tratá-las como classes criativas no contexto das classes sociais, bem como as divergências conceituais que envolvem o desenvolvimento do termo.

3 OS VALORES DO DESENVOLVIMENTO

A ideia de desenvolvimento deita raízes na acepção iluminista de progresso e de civilização, escudada sob o signo de uma metafísica linear e universalizante, típica do projeto civilizador da modernidade. O desenvolvimento se relacionava com a crença de que as sociedades e os homens se transformam e são capazes de direcionar essas transformações, com reformas e mesmo revoluções. Os conceitos de *perfectibilidade*, presente entre iluministas franceses, e de *bildung*, entre os alemães, por exemplo, expressam essa possibilidade de desenvolvimento de capacidades humanas, entre as quais as cognitivas, mas também as estéticas, econômicas e sociais. As sociedades que não são capazes de criar condições para o autodesenvolvimento pessoal e a reflexividade seriam sociedades sem história, primitivas e simples (Eagleton, 2005; Silva e Araújo, 2010).

O desenvolvimento e o humanismo caminham juntos, na medida em que mesclam os valores relativos às liberdades individuais e a busca pelo aprimoramento das condições sociais que possibilitem o bem-estar das coletividades. Nesse contexto discursivo e valorativo, estão a ampliação das riquezas, a expansão das instituições democráticas e as possibilidades que elas conferem aos indivíduos no que se refere ao autodesenvolvimento, ao enriquecimento de suas qualidades de argumentação, apreciação estética, autonomia pessoal e opinião política. Mesmo que os projetos políticos associados a essa visão sejam muito variados e, por vezes, até antagônicos, gravitam em torno da noção ampliada de desenvolvimento.

Partimos aqui do pressuposto de que não há relação causal entre cultura e desenvolvimento: nem a cultura causa o desenvolvimento nem é consequência dele, como várias correntes de pensamento, sobretudo de matriz econômica, apontam.[5] Cultura e desenvolvimento se referem a processos sociais, e não a variáveis, são fenômenos complexos e multidimensionais, razão pela qual não há sentido em se dizer que um gera ou obstaculiza o outro. Ambas as dimensões estão envolvidas e se referem a uma realidade e a um porvir de realizações, construídas socialmente, a que se deve almejar e alcançar.

Para embasar nosso argumento, definimos o desenvolvimento como um conjunto de transformações socioeconômicas, políticas e culturais que possibilita o bem-estar social, a sua expressão em diferentes modos de vida e formas participativas de organização política. Referimo-nos, portanto, à ideia de desenvolvimento integral (Silva e Araújo, 2010). Cultura e desenvolvimento relacionam-se, desse modo, com os ideais de respeito às liberdades individuais e de organização da sociedade, de forma a garantir as condições para que as liberdades sejam realizadas em um contexto de promoção da diversidade e de respeito democrático pelo pluralismo de opiniões e pela diferença.

Entretanto, as economias se transformam, e os padrões de organização produtiva permitem maiores ou menores regulações sociais, bem como proteção das atividades e dos homens envolvidos com o moinho produtivo. No passado, a fábrica e todo um conjunto

5. Diferentes matrizes de pensamento economicista engendraram mitos sobre a relação entre cultura e desenvolvimento, assentados em pressupostos de que a cultura seria uma espécie de variável que obstaculiza ou potencializa os destinos da sociedade, forjando uma ideia de que sociedades estariam mais ou menos predestinadas a se desenvolverem a depender do conjunto de valores e crenças que lhes caracterizassem. São ilustrativos dessa corrente economistas como Harrison e Huntington, que se dedicam, em sua obra *A cultura importa* (2002), a investigar a maneira como a cultura afeta o grau de desenvolvimento das sociedades, tomando-a explicitamente como variável explicativa para a compreensão dos diferentes graus de desenvolvimento das sociedades.

de máquinas, tecnologias, fluxos de mercadorias, recursos financeiros e humanos eram núcleo em torno do qual se organizavam as instituições sociais e os conflitos. Todavia, as sociedades industriais, centradas na empresa e no assalariamento, foram, aparentemente, superadas (Deleuze, 1992). Não é irrelevante lembrar que a reflexão a respeito das sociedades pós-industriais enfatiza tipos estruturais diversos, com ampliação dos serviços e das atividades relacionadas ao conhecimento. Talvez as sociedades industriais jamais tenham sido universais, mas a sua ideia colonizou a imaginação, e o mito condicionou as análises e o que se tornou possível falar sobre as economias (Méda, 1999).

Um grande número de interpretações diz que o trabalho, especialmente na sua forma de assalariamento, perdeu a centralidade como noção e como categoria objetiva organizadora das relações sociais.[6] Disso decorreria a decadência das formas de atuação do Estado como componente das relações econômicas, seja na atenuação das falhas de mercado, seja como distribuidor de bem-estar. O trabalho, como dimensão estruturante das relações estruturais, ou categoria sociológica e econômica, teria se desmanchado no ar. Doravante – a partir de certo momento –, as sociedades são descritas como sociedades do conhecimento, da pesquisa e das comunicações e mesmo do lazer e da ociosidade. Esse movimento não é novo.

O que nos interessa é o regime de produção de sujeitos históricos contemporaneamente (Touraine, 1970). A sociedade industrial integra categorias econômicas e sociais; o conceito de classes sociais, como conceito estruturante, é o ponto de síntese tanto da interpretação quanto dos jogos sociais vividos objetiva e subjetivamente. Esse conceito permite organizar a inteligibilidade dos conflitos sociais e econômicos em torno de questões relativamente bem delimitadas. Assalariamento, proteção e integração institucional na cidadania são temas recorrentes que organizam e articulam o debate político da questão social com a da democracia.

Entretanto, os desdobramentos da transição de uma sociedade salarial e organizada para outra mais heterogênea estruturalmente – ou desorganizada – impõem desafios analíticos e práticos (Offe, 1989). Do ponto de vista analítico, desafiam a imaginação sociológica para a descrição de novas forças sociais. Do ponto de vista prático, impõem

6. Alguns expoentes da reflexão sobre a perda da centralidade do trabalho como categoria explicativa são: Offe (1989a; 1989b), Kurz (1992) e Habermas (1978).

a pergunta a respeito do que é possível e desejável fazer e em que regime de ação social. O trabalho assalariado protegido não oferece a estruturação empírica que permite estabelecer regularidades normativas (Sennet, 1999).

A sociedade pós-industrial, tal como definida por Daniel Bell (1977), caracteriza-se pelo avanço do setor de serviços e das atividades de informação. A estruturação das classes sociais em uma sociedade pós-industrial é diferenciada, assim como os conteúdos das mentalidades, dos comportamentos e da ação política. Se não é possível afirmar que a sociedade de classes desapareceu, ela não tem os mesmos conteúdos das sociedades industriais. Os intelectuais que atuam nas profissões criativas são especialistas e técnicos ligados à gestão de processos e produção, coleta de informações, organização e processamento, bem como interpretação e avaliação de informações que passam a ser o nó górdio da estruturação de classes.[7]

Nesse contexto, a escolarização e a especialização passam a ser elementos fundamentais e oferecem, estrutural e ideologicamente, os argumentos e as explicações – conexões causais – para justificar permanente inovação, aumento de produtividade e desenvolvimento. Tecnologia, flexibilidade, criatividade e inovação são objetivos centrais para este novo grupo, o qual Richard Florida (2004) vai denominar de classe criativa. Contudo, ao contrário de Bell (1977), que associa a cornucópia da sociedade pós-industrial a padrões hedonistas de consumo, lembrando os seus riscos ambientais e éticos, ambas associadas a padrões de crescimento econômico contínuos em quadro de restrições de recursos, Florida vai acentuar os desafios da classe criativa e sua ligação com sociedades mais tolerantes e potencializadoras da diversidade.

Antes de nos voltarmos a Florida, vale apresentar rapidamente as reflexões de Alain Touraine (1970) sobre a sociedade pós-industrial. Esta não é para o autor, assim como não era para Bell (1977), a expressão do fim das ideologias e da luta de classes. A descrição e as condições que estas adquirem, isto é, as ideologias ou as mentalidades e as classes, mudam, assim como o regime de historicidade e das lutas políticas. Na verdade, os conflitos e a política ganham formas e diferenciações, multiplicando os atores e os objetivos políticos.

7. "A classe criativa também é composta por profissionais criativos que trabalham numa vasta gama de setores em que predomina o conhecimento especializado" (Florida, 2011, p. 69). Apesar das características da criatividade e transversalidade da atuação, não há dúvidas no que se refere aos conteúdos específicos dos conhecimentos dos profissionais criativos, isto é, eles são especializados.

A centralidade da indústria e da produção econômica e do conflito entre capital e trabalho se desloca. As atividades relacionadas à programação da produção e do consumo, assim como os conflitos relacionados à produção de novos grupos de especialistas, técnicos encarregados da gestão e planejadores ganham relevo e clivam as relações de classes dotando-as de outras estruturações. Como as lutas sociais deixam de ser apenas econômicas, passam a se concentrar em outras reivindicações sociais e a multiplicá-las na forma de movimentos sociais com identidades diferenciadas, como as demandas por reconhecimento, meio ambiente, consumo sustentável, políticas sociais, questões feministas, étnicas, sexuais etc.

As reivindicações passam a ser mais localizadas e concretas, com sentidos comunitaristas, embora seus conteúdos ainda sejam gerais. Por esta razão, o autor compreende que um dos objetivos dos novos movimentos é a democratização e a transparência dos processos decisórios. A criatividade social é descrita por Touraine (1970) a partir de regimes de historicidade, isto é, as questões públicas tratadas podem ser generalizadas. Para Florida (2004; 2011), a criatividade relaciona-se com novas tecnologias, atividades produtivas e intervenções nos contextos urbanos. Enquanto os valores cívicos do primeiro autor se relacionam às novas questões sociais e à localização de regimes de historicidade – formação de sujeitos –, estabelecendo, assim, os direitos humanos como princípio unificador e mobilizador das lutas sociais,[8] os valores preconizados por Florida se relacionam às necessidades de empregabilidade, às novas formas e às necessidades do trabalho.

Caberia às instituições políticas zelar para que os sentidos da cidadania compusessem um ou outro modelo de personalidade cívica, ou incentivar sua hibridização, associando a dimensão do reconhecimento e do igual respeito a opções de vida com a possibilidade de incentivos às atividades cujas vantagens estivessem exatamente na perspectiva de valorização da diversidade cultural e das habilidades criativas. Ambas as perspectivas convergem para a valorização da liberdade de expressão e das proteções sociais e ambientais no contexto da diversidade cultural e natural. Nesse sentido, os dois autores convergem na atenção aos regimes de ação históricos e na criatividade com

8. Essa formulação é tardia. Os primeiros trabalhos de Alain Touraine ligavam os sujeitos históricos a regimes de ação específicos, associando princípios de identidade, princípios de oposição e projetos sociais. A ação se organiza a partir de problemas e situações específicas. As crises contemporâneas e a reflexão a respeito de problemas difusos do meio ambiente, poluição, energia atômica, comunicações, transnacionalização das forças produtivas etc. exigem que as identidades sejam traduzidas em uma arquitetura simbólica que produza sujeitos históricos desterritorializados, mesmo que localizados.

responsabilidade individual e coletiva e divergem, talvez pela tradição cultural a partir da qual se expressam, no foco dado ou às ideias ou ao trabalho. Um deles enfatiza uma perspectiva generalizante dos direitos humanos e de suas questões, e o outro foca a expressão empírica e local do labor criativo. Ambos apontam, repetimos, os valores cívicos do respeito à diversidade e à criatividade. Não precisamos optar entre as perspectivas.

Por essa razão, construímos a estatística das classes criativas e sua evolução entre 2002 e 2015. Essa construção não permite que se façam opções interpretativas ou políticas, delas não decorre, pelo menos não linearmente, o desenho de políticas públicas. As estatísticas servem para orientar a reflexão a respeito de realidades emergentes e dos problemas colocados pelas formulações de Daniel Bell, Alain Touraine e Richard Florida. Esse dimensionamento, entretanto, recoloca desafios quanto à territorialidade da economia criativa e à potencialidade dessa dimensão da realidade como objeto de intervenção pública.

4 DA SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL À ECONOMIA CRIATIVA

4.1 Economia criativa e trabalho artístico: valores e singularidades

A economia criativa se configura inicialmente como mais uma metáfora para adjetivar as transformações do capitalismo contemporâneo,[9] que, por sua vez, se reorganiza a partir da inclusão de fatores produtivos de natureza simbólica, um conjunto de ideias e valores que qualificam a economia. Assim, ideias como criatividade, inovação, autonomia, flexibilidade e empreendedorismo são constantemente acionadas para qualificar a consolidação de um modo de organização econômica que vem se estruturando fortemente na expansão do domínio estético/cultural (Lipovetsky e Serroy, 2015). Interessante notar é que tal ideário surge a partir de categorizações nativas forjadas pelos próprios agentes (Estado, organismos internacionais, agências de desenvolvimento, *think tanks*, consultores etc.) que estruturam as atividades e os negócios relacionados à economia criativa. Nesse contexto, foram sendo criadas demandas de profissionalização de carreiras criativas e oferta de formação, ambas justificadas pelas novas necessidades econômicas. Inclusive, tem-se registrado no Brasil um progressivo aumento de oferta de cursos, escolas especializadas e empresas de consultoria em economia criativa.

9. Sobejam expressões com o propósito de apreender o fenômeno da mutação do modo de produção capitalista: economia do *conhecimento*, *cognitiva*, *informacional*, *simbólica*. O que parecem ter em comum é o reconhecimento da dimensão imaterial (conhecimento, criatividade, estética etc.) como fatores estratégicos de produção no capitalismo contemporâneo (Lipovetsky e Serroy, 2015; Urry e Lash, 1987).

A literatura mostra que o artista, tal qual o conhecemos hoje, é um sujeito histórico relativamente recente. Ainda que a autonomia da consciência do artista e da arte já desponte como conquista da cultura burguesa no Renascimento, é somente no bojo do movimento romântico europeu, no século XIX, que a ideia moderna de artista se consolida (Wranke, 2001). Geralmente identificada por uma individualidade idiossincrática, provida de dons e talentos extraordinários, florescidos ainda na tenra infância, a figura do artista foi sendo construída pelo imaginário cultivado pelo romantismo, cujo legado é a identificação do artista à imagem do gênio criador, excêntrico, à frente do seu tempo, incompreendido e inconformado.[10]

Nas ciências sociais e humanas, já se elaborou um expressivo volume de conhecimento (seja de viés filosófico, seja sociológico) orientado para se construir uma ontologia da figura do artista, ou para se pensar o seu papel social e ainda os modos de produção social desse sujeito. Tal legado teórico, por um lado, ajudou a reiterar a noção mitológica da figura do artista (a ideia de gênio criador de Kant, por exemplo), bem como, por outro lado, ofertou outras possibilidades interpretativas sobre a construção social da genialidade, como o fez Norbert Elias (1995) ao traçar a trajetória de Mozart. O referido autor minimiza, assim, o caráter de imanência ao gênio predestinado para enfatizar o processo social (em uma dimensão micro e macrossociológica) que tornou possível a existência de uma figura de tamanha excepcionalidade.

No momento interessa realizar uma análise dos valores que vigoraram e que estão presentes ainda hoje na conformação do imaginário da figura do artista e, por extensão, sobre o trabalho artístico. Seguindo as pegadas de Nathalie Heinich (2005), a análise dos valores, para além da sua dimensão normativa, serve-nos aqui como matéria a ser descrita e analisada, uma vez que eles denotam características próprias às sociedades, servindo, assim, de indicador para compreensão de determinadas dinâmicas sociais.

Quando se imagina o ofício do artista, geralmente vem à mente a imagem de seres dotados de talento quase místico, respondendo a uma espécie de chamamento (*vocatio*) divino, e que lhes cabe dar vida a suas criações como que guiados por um ato

10. Em sua obra *L'élite artiste*, Nathalie Heinich (2005) trata do tema do estatuto do artista a partir das representações sociais na literatura francesa. Debruçada sobre a problemática do lugar simbólico ocupado pelo artista no imaginário social, Heinich elabora uma tipificação bastante ilustrativa sobre o papel do artista (o boêmio, o excêntrico, o engajado etc.), oferecendo um interessante panorama sobre ressignificações, rupturas e continuidades históricas que possibilitaram a construção social dos regimes de valor que conformam esse sujeito histórico.

de inspiração quase epifânico. Evidentemente, esta é uma caricatura que exagera na figura para realçar determinados traços. Como se sabe, são poucos os artistas hoje que descrevem sua prática de criação aos moldes da caricatura descrita anteriormente. Ao contrário, virou quase um truísmo reconhecerem o seu ofício na fórmula *90% transpiração e 10% inspiração*. Contudo, a questão de uma quase inevitabilidade da vocação aponta para uma compreensão do trabalho como uma missão, como um caminho de autorrealização e de intensa satisfação pessoal.

Imagem forjada no movimento romântico, o tipo vocacional do artista,[11] nos termos de Heinich (2005), foi uma figura histórica que manteve regularidade e que povoa o imaginário social ainda hoje. Mas não resta dúvida de que a imagem do sujeito criador e inovador ainda é marca do *status* social do artista. Como observa Pierre-Michel Menger (2009a), sociólogo francês especializado no trabalho artístico, na história social das artes, o artista é tratado como um inovador em uma dupla dimensão: estética e social, isso porque é capaz de mobilizar novas aspirações sociais e visões de mundo, reforçando, assim, a ideia de artista *avant la lettre*, uma espécie de antena que capta os sinais e antecipa tendências de um novo tempo que está por vir.

Se, no que se refere à dimensão ontológica do artista, ainda permanece certa romantização, no que concerne ao modo de organização do fazer artístico, sua especificidade pode ser interpretada tanto em uma perspectiva positiva quanto em uma negativa, dependendo da lente com a qual se escolha observar. *Grosso modo*, o mercado de trabalho artístico é identificado pelas características descritas a seguir.

1. Autonomia do artista, sujeito livre das constrições e hierarquias que organizam o mundo corporativo, portanto, dono do seu tempo, gozador de certa liberdade para poder conduzir a sua criação.
2. Dinamismo na configuração das relações trabalhistas, uma vez que são atividades geralmente desempenhadas por empreitadas (ou por projetos) e que portam um alto índice de rotatividade (o grau de substituição que um elenco de uma companhia de teatro pode passar é um exemplo).
3. Alta variação salarial entre os trabalhadores e renda desigualmente repartida (a disparidade salarial entre os artistas é facilmente identificada pela expressiva desigualdade dos ganhos obtidos entre os artistas de renome e os demais sem tamanha evidência, por exemplo).

11. Ao historiar a conformação do regime vocacional, Heinich (2005, p. 125) esclarece que é no romantismo que arte e vocação tendem a se confundir em uma dupla dimensão: de um lado, a arte torna-se a encarnação da própria vocação e de outro lado, o modo normal do exercício da criação.

Como observa Menger (2009a), o mercado do trabalho artístico é idiossincrático porque seus indicadores mais importantes (salários, relações contratuais, formação, distribuição de renda) têm muitas especificidades e singularidades quando comparados com outros mercados laborais. Ainda assim, tal cenário não é o suficiente para comprometer as representações e o prestígio associado ao *métier* artístico. Ao contrário, a principal tese desse sociólogo francês é a de que o trabalho artístico é modelado pelo princípio da incerteza, condição esta que se torna a fonte de satisfação a ser obtida pelo resultado do trabalho a ser realizado (porque imprevisível), ao mesmo tempo que se apresenta como uma prova a ser enfrentada.

Menger (2009a) desenvolve, então, seu argumento ao postular que o trabalho artístico é marcado pela imprevisibilidade, na medida em que o artista inicia seu ato de criação sem saber exatamente como terminará, isto é, a incerteza é a condição para invenção criadora e inovação. Nesse sentido, o trabalho artístico se distingue dos demais por portar uma alta dose de risco, incerteza, imprevisibilidade, distanciando-se, assim, de atividades meramente rotineiras, burocráticas e previsíveis. Segundo ainda o autor, é nesse ponto, qual seja, de distanciamento da rotina, que reside o teste a ser enfrentado pela atividade artística. Mas, como que em um tom quase que idealizador e mistificador da criação artística, Menger (2009b, p. 23) afirma que é a incerteza mesma que concede ao trabalho artístico a "espessura de humanidade" e seus altos índices de satisfação. Todavia, seriam mesmo esses traços atributos exclusivos dos artistas?

Talvez resida nesse princípio da incerteza a fonte do charme e da originalidade que atravessa o mundo da criação artística e que o torna tão atraente a ponto de ser tomado como modelo ideal para o modo de organização do trabalho contemporâneo. Guiado pela imprevisibilidade e pela experimentação, portanto, avesso à rotinização dos modelos clássicos de trabalho, o modo de organização produtiva orientado pela lógica da criação artística serve de matriz inspiradora para a defesa de ambientes de produção ideal para a criatividade, liberdade e realização profissional.

Mesmo que marcados por rupturas e ressignificações históricas, alguns valores do fazer artístico parecem ter ganhado certa estabilidade, e hoje são celebrados e requisitados pelas práticas das categorias profissionais que constituem a chamada economia criativa. Criatividade, autonomia, inovação, flexibilidade e autorrealização são valores

exemplares da matriz (pragmática e normativa) do trabalho artístico que prevaleceram historicamente e que hoje se constituem em um quadro valorativo que orienta a ação dos trabalhadores que compõem a economia criativa.

Parte-se, aqui, da hipótese de que o imaginário predominante sobre a natureza do trabalho das chamadas classes criativas ancora-se, em grande medida, nas habilidades e competências próprias do fazer artístico. Talvez não fosse exagero afirmar que as classes criativas são produto de um processo social contemporâneo, cunhado por Shapiro (2007) e Heinich e Shapiro (2013), de artificação. Movidas pelo interesse de desvelar o processo de mudança social mais amplo, que aponta para o crescimento da atividade artística em uma dinâmica marcada pela transformação da não arte em arte, as referidas autoras construíram um sugestivo modelo interpretativo para compreender o modo como pessoas, coisas e lugares ganham o *status* de artístico.

O processo de valorização das classes criativas passa por procedimento similar, na medida em que as habilidades de criação, inovação e originalidade, portanto típicos do fazer artístico, são celebrados e invocados a ser desempenhados por esses profissionais. Ademais, o ideal da organização do trabalho artístico é fonte de inspiração para os modelos que organizam a atividade laboral dos trabalhadores criativos. Como ressalta Shapiro (2007, p. 136),

> o ideal do trabalho artístico – autônomo, expressivo, exigente, fonte de realização pessoal – é um modelo cada vez mais invocado em uma sociedade em que o nível global de formação aumenta, a intelectualização das operações de produção é cada vez maior e as formas de exercício da autoridade se distanciam da estrita subordinação hierárquica.

Como veremos mais adiante, a dinâmica do trabalho que anima os mercados profissionais da economia criativa, bem como o perfil dos profissionais, é fortemente inspirada pelos valores que constituem trabalho artístico. Nesse sentido, é um desafio reelaborar ou, pelos menos, recolocar os termos do debate.

Ser reconhecido como artista contemporaneamente significa invocar os valores que acabamos de descrever sumariamente, mas também impõe deslocamentos importantes no uso social daqueles valores. Em primeiro plano, as artes foram tematizadas no quadro das sociedades capitalistas e industriais; ser artista nesse contexto implicava ressignificações da arte e dele próprio na apenas em relação ao que se imaginava sobre o artista genial e expressivo de períodos anteriores,

mas também sobre as representações a respeito da arte liberada do seu peso econômico. O artista passou a se relacionar com a sociedade salarial (capitalista e industrial) e com a forte complexificação da divisão do trabalho de produção, circulação e difusão das atividades culturais, bem como da organização do trabalho cultural em unidades empresariais. A imagem do artista e da arte passa a deslizar por novas realidades da indústria e da organização da cultura.

Pode-se falar de um segundo plano, que é o da reestruturação produtiva e financeirização das economias e, como desdobramento, da crise da sociedade salarial no contexto da mundialização das economias, das mudanças tecnológicas e da configuração de uma sociedade de serviços. Enfim, os valores relacionados ao artista são reapropriados para contextualizar mudanças na situação do trabalho. As novas economias exigem flexibilidade, multicapacidade, criatividade e forte senso de oportunidade a novos empreendimentos. Esses valores passam a ser associados não apenas ao artista, mas se estendem a trabalhadores criativos.

Entretanto, o assalariamento e a proteção do trabalho implicam processos de institucionalização das relações sociais pelo Estado e expressam certas condições dos mercados de trabalho. O trabalho flexível, sem carteira ou por conta própria, é uma característica do mercado de trabalho brasileiro, não é novidade e sempre caracterizou o mercado de trabalho cultural. Também não se pode dizer que a heterogeneidade é uma novidade contemporânea dos mercados de trabalho. Nossa hipótese, na linha de Richard Florida, é que a economia criativa é um sintoma dessa heterogeneidade e, ao mesmo tempo, a articulação de representações a respeito de dinamismos das economias e que coloca desafios para a ação pública. As economias estão perdendo o eixo do assalariamento como referência, padrão predominante de um capitalismo organizado, e passaram a lidar com economias de nicho, mercados segmentados e novos mercados de atividade que mobilizam a criatividade – capital cultural – como fator de produção.

4.2 Economia criativa: discursos em trânsito

Muito tem sido escrito sobre economia criativa desde que o termo surgiu, na década de 1990, e não é intenção deste estudo retomar esse debate já relativamente consolidado, ainda que não consensual. É um conceito que já nasce sob o signo da imprecisão, sobretudo no quesito relativo à abrangência dos setores produtivos a serem contemplados nesse guarda-chuva conceitual. Mas se não há consenso sobre a definição do que seria

a economia criativa, cabe ressaltar alguns aspectos sobre a produção de conhecimento daí originada para entender o caráter escorregadio desse "conceito-marca", como bem cunhou Gibson e Klocker (2004, p. 423).

O conceito de economia criativa, derivado da ideia de indústrias criativas, ampliação, por sua vez, do conceito de indústrias culturais, nasce primeiro no mundo institucional das políticas governamentais (australiana e inglesa) e migra para o campo acadêmico, no qual passa a conhecer um crescente exercício de formulação e ressignificação conceitual. Portanto, é uma categoria nativa que nasce do discurso tecido por agentes sociais vinculados ao mundo econômico e político, mas que, em uma direção inversa, vem sendo apropriado e reelaborado pelo mundo acadêmico por meio da produção de uma profusa literatura especializada e da fabricação de especialistas-celebridades. O trânsito estreito estabelecido entre esses agentes sociais tem gerado um modo singular de circulação do conhecimento, no qual o discurso e os conceitos que lhe são derivados (cidades, bairros, classes, *clusters* criativos) vêm sendo apropriados para usos políticos por governos, mediante a implementação de políticas públicas na área da economia criativa.

Nesse sentido, é a partir desse quadro institucional que o edifício teórico acerca desse recente fenômeno vem sendo construído. Cabe ressaltar algumas definições do conjunto de especialistas emergentes. Reis (2008, p. 22) apresenta um quadro sintético das tendências mencionadas a seguir. Richard Caves (2001), por exemplo, restringe a economia criativa às clássicas indústrias culturais, às artes e ao entretenimento. John Howkins (2002) inclui, além dessas, os setores ligados às novas tecnologias e a vincula à questão da propriedade intelectual, em um claro alinhamento à definição estabelecida por um agente social não acadêmico, qual seja, o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) do governo britânico, um dos primeiros agentes a tecer, de forma normativa, o conceito. David Throsby (2008) o dilata mais um pouco, pois, além de considerar a criatividade como dínamo da produção e dimensão da propriedade intelectual, o diferencia sutilmente dos demais autores ao postular que os bens e os serviços criativos possuem significado simbólico. Uma terceira definição apontada por Reis (2008) é a de Hartley (2005), que uniria cultura e tecnologia: "a ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com indústrias culturais (escala de massa), no contexto das novas tecnolo-

gias de mídia (TICs) em uma nova economia do conhecimento, para o uso dos novos consumidores-cidadãos interativos" (Reis, 2008, p. 21).[12, 13]

Mas haveria bens e serviços culturais destituídos de significado simbólico? Eis mais uma das ciladas que essa malha conceitual evoca.

Richard Florida, por sua vez, analisa a emergência dessa nova organização econômica, não a partir de setores produtivos (as indústrias), mas tomando como chave analítica da produção de classes, a partir de indicadores estatísticos concentrados no mercado de trabalho e delineado pelo fenômeno que ele cunha de *classes criativas*.

A literatura gerada sobre economia criativa, boa parte dela em forma de manuais voltados para boas práticas de negócios criativos, exorta o valor da criatividade (estampado em boa parte dos títulos) como uma espécie de ativo imprescindível para fazer girar a engrenagem dessa nova economia. Segundo os especialistas, a noção de criatividade nucleia, dessa forma, o *modus operandi* da chamada economia criativa. Para Richard Florida (2004), é a ascensão da criatividade humana o motor propulsor que fez mover os novos modos de organização econômica. Muitas vezes embaralhada com as noções de conhecimento e inovação, a criatividade, nos termos de Florida, é um elemento que os antecede, pois atua como uma espécie de dínamo que gera a produção de conhecimento e inovação, entendidos por ele como produtos que derivam da criatividade.

Portanto, há uma antecedência posta no valor da criatividade, uma vez que é considerada como elemento organizador das transformações sociais e econômicas experimentadas nas últimas décadas. Sob a ótica de Florida, estamos presenciando uma mudança nas estruturas produtivas e nas classes sociais, conformada por um *ethos* cria-

12. Texto original em inglês: "*The ideia of the creative industries seeks to describe the conceptual and practical convergence of the CREATIVE ARTS (individual talent) with Cultural Industries (mass scale), in the context of NEW MEDIA TECHNOLOGIES (ICTs) within a NEW KNOWLEDGE ECONOMY, for the use of newly INTERACTIVE CITIZEN-CONSUMERS*" (Hartley, 2005, p. 5; grifos do autor).

13. Interessante ressaltar que Hartley aponta questões importantes na associação entre *creative arts* e *cultural industries* (artes criativas e indústrias culturais). O autor assinala a escala de produção e circulação e o caráter crítico adotado pela Escola de Frankfurt a respeito do termo; também lembra da associação com a arte pública, subsidiada ou patrocinada, e de sua derivação da filosofia moderna do *civic humanism* (humanismo cívico). Escreve: "Shaftesbury, Reynolds e outros construíram uma ideologia intelectual para a arte 'pública', que a vinculou a uma comunidade de gosto capaz de compreendê-la e apreciá-la, combinando-a com o público político" (Hartley, 2005, p. 6). Lembramos que essa linha de argumentação tem correspondência, embora não de forma direta, com a questão da cultura comum e da cultura política.

tivo que reordena as motivações e as disposições para o estabelecimento de certo tipo de relação valorativa com o trabalho e com os laços sociais. Já se assinalou a porosidade do conceito, tendo em vista que se se considerar a ideia de criatividade como todo o engenho da criação humana pouco restaria a não ser abarcado por essa noção.

Os usos mais correntes da ideia de criatividade no contexto da economia criativa remetem à dimensão artística do termo e à capacidade de inovação produtiva, seja de tecnologias, seja de processos, seja de produtos, pois na sua maioria realçam a criatividade como um ato criador que porta invenção e inovação.

5 OS PROFISSIONAIS DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: QUEM SÃO E ONDE ESTÃO

Como apresentado na seção anterior, a definição de fronteiras entre campos profissionais dessa nova economia é desafiada pela imprecisão conceitual e empírica. Sua estratégia de delimitação é um tanto diversa. O conceito de economia criativa de Richard Florida permite identificar as classes criativas, e não apenas um rol de segmentos que comporia a economia criativa. Florida oferece um arcabouço analítico que tem servido de base para o debate em torno da questão da reorganização no mundo do trabalho a partir do fenômeno das sociedades pós-industriais, como já havia sido elaborado por Daniel Bell.

A sociedade pós-industrial tem sido associada ao conhecimento e à informação, e por esta razão é construída sob o signo de criatividade, flexibilidade e adaptabilidade a contextos diferenciados. As transformações da economia e as necessidades de aumento de produtividade e flexibilidade no uso de recursos produtivos passaram a interpelar valores semelhantes. Autonomia, flexibilidade e criatividade – que, no contexto da regulação das relações entre capital e trabalho (e da garantia de direitos sociais) ou do capitalismo organizado, eram negativamente identificadas aos negócios, às habilidades práticas gerenciais, aos valores e interesses do capitalista – são, agora, estimuladas e incorporadas na descrição das estruturas e das qualidades do mercado de trabalho. Mas tudo isso deve ser apresentado com as devidas considerações e o devido cuidado. Como já apontou Richard Sennet, esses valores positivos podem vir associados à grande dose de sofrimento e insegurança existencial (Sennet, 1999; 2004).

O que caracteriza as artes são a multifuncionalidade, a flexibilidade e a intermitência. Não há dúvidas de que o trabalho artístico é criativo. As dúvidas aparecem quando vemos que a autonomia e a flexibilidade podem ter um sentido negativo, isto é, implicam não apenas liberdade e possibilidades de invenção e autoinvenção, mas simplesmente precarização das condições de trabalho. Nesse sentido, processos de qualificação, desenvolvimento de capacidades e formação no campo da criatividade devem significar a ampliação não apenas de competências e habilidades profissionais, mas a internalização de múltiplos patrimônios de repertórios e de possibilidades de reorganização e da potencialização dos capitais sociais na forma de trabalho em rede.

A denominada economia criativa envolve uma grande variedade de ocupações, e delimitar suas fronteiras torna-se um desafio. Cabe observar que um dos legados do esforço analítico em prol da economia criativa é a classificação dos seus segmentos produtivos. A primeira classificação foi elaborada pelo governo britânico e inclui as seguintes atividades: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, *design*, *design* de moda, cinema, *software*, *softwares* interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus, galerias, além das atividades relacionadas às tradições culturais. A partir desse primeiro esquema classificatório, derivaram tantos outros (institucionais quanto acadêmicos), a exemplo da UNCTAD (2012), da UNESCO (2009), de Throsby (2008) e até mesmo o MinC o fez no esboço de um plano para desenvolvimento do setor em 2011. Ainda que guardem pequenas diferenças no ordenamento classificatório, todos eles incluem as artes, as clássicas indústrias culturais e o tema mais recente das tecnologias de informação e comunicação.

A suspeita de que o Brasil tem um patrimônio de criatividade, ou, contrariamente, uma carência, pode ser objeto de nossas reflexões e de levantamentos estatísticos futuros. O mais importante no momento é que mapear os territórios da criatividade permite a descrição e a redescrição da potência criativa empírica do local – isso foge do espaço estatístico, mas também permite uma percepção mais precisa do que já existe em termos de atividades criativas. Como aponta Florida (2004; 2011), o índice de criatividade que determinados espaços apresentam é um poderoso recurso para atração das chamadas classes criativas.

Assim, pode-se dizer que os conceitos de economia da cultura e de economia criativa não se confundem. As diferenças não são apenas de extensão ou restrição das atividades criativas que compõem um e outro. Pesquisa e desenvolvimento, engenharia ou atividades de educação, por exemplo, não compõem as economias da cultura, e a razão é simples. Estas se organizam em torno das indústrias culturais e das artes do espetáculo.

As economias criativas, por sua vez, não são apenas mais abrangentes, pois não se organizam em torno do que se chama artes, cultura e mídias, mas do conjunto de atividades criativas de produção da economia pós-fordista. Esta abrange as novas tecnologias, ou melhor, as atividades da criatividade, que são seu fundamento, e todo o conjunto de atividades criativas relacionadas ao declínio da sociedade organizacional ou da sociedade salarial. Neste ponto, deve-se abrir um parêntesis. As atividades criativas são diferentes, embora possam conter alguns dos seus elementos, da ascensão de um setor de serviços. A reflexão de Florida se refere à constituição de uma classe criativa e não apenas à de um rol de atividades classificadas assim.

Dizer que as economias criativas não se organizam em torno das artes não significa que estas não sejam um dos seus componentes fundamentais. No capítulo *A nova estrutura de classes* (Florida, 2011, p. 69-70), Richard Florida faz uma longa lista de componentes do núcleo hipercriativo. Deste núcleo, fazem parte cientistas, professores, poetas, artistas, *designers*, editores, personalidades culturais e formadores de opinião. Existem também os profissionais criativos que detêm conhecimento especializado, como profissionais de tecnologia da informação, profissionais da saúde e administradores de empresa, que, dependendo de suas atuações, podem se aproximar do núcleo hipercriativo, ao se dedicarem a inovações ou a criação de novas formas de exercer a profissão.

As atividades das classes criativas estão descritas no quadro 1. São caracterizadas pela presença de capacidades intensivas de resolução criativa de problemas. No núcleo hipercriativo, estão as profissões ligadas às artes e ao patrimônio cultural, estético e histórico; no conjunto dos hipercriativos, em geral, estão as atividades ligadas às ciências exatas e à educação; e entre os profissionais criativos estão aqueles ligados à gerência, ao planejamento e aos serviços de cuidados pessoais e mediação de interesses.

Por não conter somente atividades essencialmente criativas, mas também de gestão e apoio, é que a economia criativa não é facilmente capturável nas estatísticas de emprego e de atividades disponíveis no Brasil. Nessa perspectiva, é difícil induzir aqui qual o critério usado para estruturar seu argumento. Aparentemente, trata-se da pressuposição de níveis de escolaridade, mas evidente a criatividade, embora social e economicamente constrangida ou potencializada pelo diploma escolar, não se limita ao capital cultural (escolaridade).

Seja como for, é possível imaginar que os setores criativos têm entre seus componentes os mais escolarizados (diploma universitário ou pós-graduação), mas, como a situação objetiva do emprego exige um ajustamento entre capital cultural e função, seria difícil construir a classe criativa pelo diploma e não a partir das atividades. Desse modo, é provável encontrar a classe criativa nos serviços assistenciais, na agricultura, nos hospitais, nas atividades bancárias e elétricas ou na infraestrutura, mas seria difícil totalizá-las em estatísticas.

Se, para Richard Florida,[14] a classe criativa é composta por um núcleo hipercriativo e profissionais criativos, neste trabalho optamos por fazer uma ligeira adaptação, separando os hipercriativos em um núcleo de atividades ligadas às políticas culturais do MinC, mas adicionando atividades ligadas aos esportes (na definição de Florida: profissões ligadas às artes, ao *design*, ao entretenimento, aos esportes e à mídia), e outro grupo ligado às atividades culturais mais gerais (quadro 1). Mantivemos a classe trabalhadora, de serviços e agricultura e separamos a burocracia pública e privada como grupo de *status*, e não diretamente ligado às classes. Nossa classificação está descrita no quadro 2.

QUADRO 1
Classe criativa

Núcleo hipercriativo	Hipercriativo	Profissionais criativos
Profissões ligadas às artes, ao *design*, ao entretenimento, aos esportes e à mídia Técnicos em biblioteconomia Técnicos em museologia Técnicos em artes gráficas Cinegrafistas Fotógrafos Bailarinos de danças populares Músicos e cantores populares Palhaços, acrobatas e afins Apresentadores de espetáculos Modelos Técnicos esportivos Atletas profissionais Árbitros desportivos	Profissões ligadas à computação e à matemática Profissões ligadas à arquitetura e à engenharia Profissões ligadas às ciências biológicas, naturais e sociais Profissões ligadas à educação, ao treinamento e à biblioteconomia	Profissões gerenciais Profissões ligadas aos negócios e às operações financeiras Profissões ligadas ao direito Profissões técnicas e profissões ligadas à área de saúde Vendas e gerenciamento de vendas de alto nível

Elaboração dos autores.

14. Florida (2004) reconhece a forte influência de Daniel Bell (1977) nas suas formulações, mas também de outros autores, a exemplo de Jane Jacobs (2000), que já havia enfatizado a importância dos contextos urbanos, das condições culturais de interação e das sociabilidades abertas para o florescimento da criatividade. Essa última dimensão da criatividade e do trabalho é fortemente presente nas formulações a respeito da economia criativa.

QUADRO 2
Classes sociais

Trabalhadores urbanos	Trabalhadores de serviços	Trabalhadores rurais
Profissões ligadas à construção e à extração Profissões ligadas à instalação, à manutenção e ao reparo Profissões ligadas à produção Profissões ligadas ao transporte	Profissões de apoio à área da saúde Profissões ligadas à preparação de alimentos e a outros serviços relacionados à alimentação Profissões ligadas à assistência pessoal Profissões menos qualificadas na área de vendas e trabalhos afins Profissões de apoio na área administrativa Profissões ligadas ao serviço social e comunitário Profissões ligadas à segurança	Profissões ligadas ao cultivo da terra Profissões ligadas à pesca Profissões ligadas ao trabalho florestal Profissões ligadas à criação de animais

Elaboração dos autores.

Os dados apresentados por Richard Florida (2004) para os Estados Unidos, de 1999, indicam uma participação percentual de 30% das classes criativas no total de trabalhadores daquele país. Para o Brasil, o número é expressivo, mas não alcança nem de perto a dimensão daqueles apresentados por Florida. Em 2002, a classe criativa de trabalhadores das categorias definidas como criativas no Brasil atingia 10 milhões de pessoas, número que salta para, aproximadamente, 15 milhões de trabalhadores, em um aumento de 3% na participação.

A tabela 1 mostra a composição de classes em termos absolutos. As três últimas juntas compõem a classe criativa. A classe de serviços era constituída de 32,4 milhões de trabalhadores em 2002, e dá um salto para 41,3 milhões em 2015. O trabalho na agricultura cai de 16,3 milhões de trabalhadores, em 2002, para 13,3 milhões, em 2015, e as burocracias privada e pública também crescem no decorrer dos anos. Para a classe trabalhadora também se percebe um aumento dos seus números totais: sai de 18,8 milhões de trabalhadores, em 2002, e vai para 23,1 milhões, em 2015. As divisões da classe criativa também tiveram dinamismo positivo: os profissionais criativos, que eram em torno de 7,1 milhões em 2002, atingem o número de 8,8 milhões em 2015; o centro hipercriativo era de 303 mil, em 2002, e vai para 417 mil, em 2015; e os hipercriativos saem de 2,8 milhões, em 2002, para quase 6,0 milhões, em 2015.

TABELA 1
Composição de classes no Brasil

Ano	Agricultura	Burocracia privada	Burocracia pública	Classe de serviços	Classe trabalhadora	Profissionais criativos	Centro hipercriativo	Hipercriativos
2002	16.306.044	857.916	883.450	32.405.455	18.829.843	7.176.401	303.674	2.804.070
2007	16.769.571	935.463	873.170	38.339.073	21.510.849	8.140.676	370.318	3.880.191
2011	14.720.347	859.691	967.621	40.763.904	23.594.942	8.221.797	424.334	5.152.241
2015	13.312.120	1.179.721	1.100.978	41.382.417	23.198.461	8.840.102	417.157	5.930.351

Fonte: PNAD/IBGE.
Elaboração: Núcleo de Gestão de Informações Sociais (Ninsoc)/Disoc/Ipea.

Se fosse possível, e não o é, classificar a estrutura social pelos dados construídos para as classes, seríamos uma sociedade de serviços. De acordo com a tabela 2, para o ano de 2015, a classe de serviços se constitui em 43,4% dos trabalhadores; a dos trabalhadores, 24,3%; e a criativa (profissionais criativos mais centro hipercriativo mais hipercriativos), por 15,9% – portanto, um pouco maior do que os trabalhadores da agricultura.

TABELA 2
Composição de classes no Brasil
(Em %)

Ano	Agricultura	Burocracia privada	Burocracia pública	Classe de serviços	Classe trabalhadora	Profissionais criativos	Centro hipercriativo	Hipercriativos
2002	20,5	1,1	1,1	40,7	23,7	9,0	0,4	3,5
2007	18,5	1,0	1,0	42,2	23,7	9,0	0,4	4,3
2011	15,5	0,9	1,0	43,0	24,9	8,7	0,4	5,4
2015	14,0	1,2	1,2	43,4	24,3	9,3	0,4	6,2

Fonte: PNAD/IBGE.
Elaboração: Ninsoc/Disoc/Ipea.

A tabela 3 mostra a perda de trabalhadores na classe da agricultura e o aumento da burocracia privada (38%), da burocracia pública (25%), da classe de serviços (28%) e da classe trabalhadora (23%). Os hipercriativos mais que dobraram no período, enquanto que o centro hipercriativo teve um aumento de 37% em relação a 2002 e os profissionais criativos registraram aumento de 23%.

TABELA 3
Variação de cada classe no Brasil
(Em %)

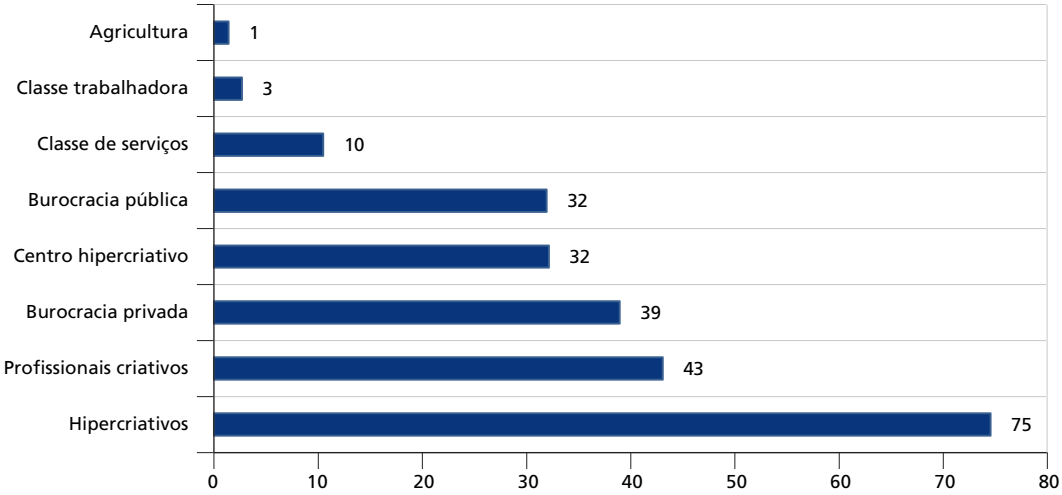
Ano	Agricultura	Burocracia privada	Burocracia pública	Classe de serviços	Classe trabalhadora	Profissionais criativos	Centro hipercriativo	Hipercriativos
2002	100	100	100	100	100	100	100	100
2007	103	109	99	118	114	113	122	138
2011	90	100	110	126	125	115	140	184
2015	82	138	125	128	123	123	137	211

Fonte: PNAD/IBGE.
Elaboração: Ninsoc/Disoc/Ipea.

O centro hipercriativo tem a maior escolaridade média (13,8 anos de estudos), em contraste à classe trabalhadora, que possuía a média de 7,8 anos de estudos em 2015 e à classe de serviços, de 9,3 anos de estudos, enquanto na agricultura a escolaridade é de 4,7 anos. As burocracias pública e privada apresentam escolarização média elevada,

ambas com mais de 12,0 anos de estudos. Deve-se registrar que a escolarização aumentou no período para todas as classes. O gráfico 1 mostra a participação percentual de pessoas com escolaridade superior em cada classe. Entre os hipercriativos, 75% têm ensino superior, enquanto na classe trabalhadora essa porcentagem é de 3% e na classe de serviços, de 10%.

GRÁFICO 1
Proporção de trabalhadores com nível superior
(Em %)



Fonte: PNAD/IBGE.
Elaboração: Ninsoc/Disoc/Ipea.

O dinamismo das classes varia muito de região para região, mas o foco deste texto será apenas a classe criativa. De acordo com a tabela 4, a participação das classes criativas, entre 2002 e 2015, aumenta na região Norte, de 4,1% para 6,9%, e na região Nordeste, de 18,6% para 20,4%; diminui na região Sudeste, de 52,2% para 48,1%, e na região Sul, de 17,1% para 16,3%; e aumenta ligeiramente na região Centro-Oeste, de 8,1% para 8,3%. A concentração é evidente, dadas as características sociodemográficas e socioeconômicas.

TABELA 4
Classes criativas no Brasil por região

Região/ ano	Classe criativa				Profissionais criativos				Centro hipercriativo				Hipercriativos				Classe criativa			
	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015
Norte	4,1	5,9	6,7	6,9	5,1	5,6	5,7	5,3	5,9	5,6	4,8	5,4	4,1	5,9	6,7	6,9	4,1	5,9	6,7	6,9
Nordeste	18,6	17,0	20,9	20,4	20,3	20,1	18,4	17,6	22,1	24,1	21,2	18,1	18,6	17,0	20,9	20,4	18,6	17,0	20,9	20,4
Sudeste	52,2	52,3	48,3	48,1	51,5	50,2	51,4	51,7	51,0	43,5	50,9	54,1	52,2	52,3	48,3	48,1	52,2	52,3	48,3	48,1

(Continua)

(Continuação)

Região/ ano	Classe criativa				Profissionais criativos				Centro hipercriativo				Hipercriativos				Classe criativa			
	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015	2002	2007	2011	2015
Sul	17,1	16,8	15,7	16,3	15,5	16,6	16,4	17,1	15,8	19,0	17,8	15,6	17,1	16,8	15,7	16,3	17,1	16,8	15,7	16,3
Centro-oeste	8,1	7,9	8,4	8,3	7,6	7,4	8,1	8,4	5,1	7,8	5,4	6,8	8,1	7,9	8,4	8,3	8,1	7,9	8,4	8,3
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

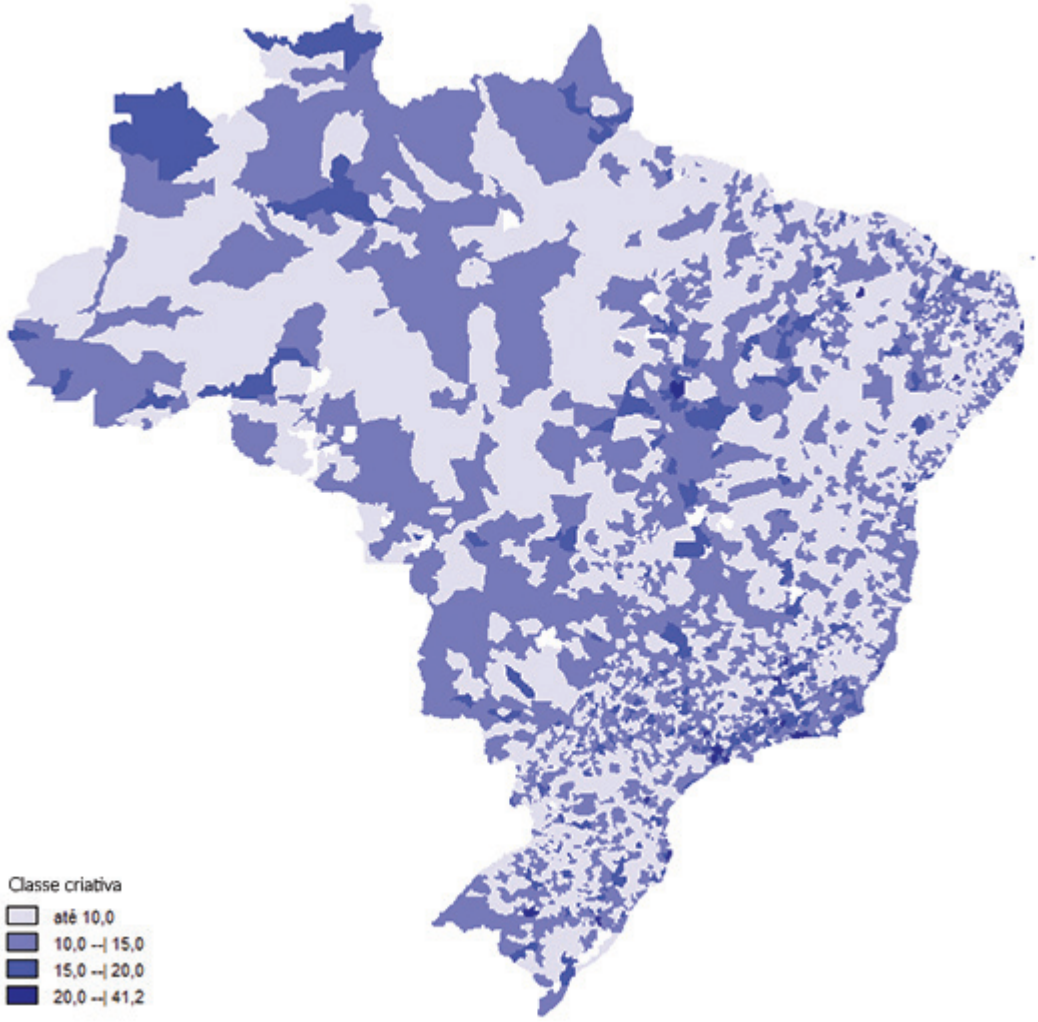
Fonte: PNAD/IBGE.
Elaboração: Ninsoc/Disoc/Ipea.

As classes são recortadas por inúmeras clivagens, e uma delas é a regional, como vimos, e outras se associam a questões de gênero, etnia e qualidade de inserção na ocupação laboral. A estrutura organizacional do trabalho e das corporações do mundo do trabalho é extremamente complicada. Os desafios organizacionais são imensos, dada a distribuição das categorias e classes no território, lembrando que cada município tem uma dinâmica classista específica.

A figura 1 apresenta a distribuição das classes criativas por sua participação em cada município. Em muitos deles, as classes criativas, no sentido que se tomou emprestado de Richard Florida, é inexistente. Em muitos outros municípios, essa classe criativa oscila em uma participação relativamente baixa. A configuração e a distribuição territorial[15] das classes criativas são de grande complexidade, o que torna difícil suas caracterizações sem referência a estratégias de acomodação política e institucional. É um desafio para as políticas públicas direcionadas à economia criativa reconhecer-lhe não apenas complexidades mas, sobretudo, heterogeneidades.

15. Mais informações no apêndice A.

FIGURA 1
Classes criativas nos municípios brasileiros (2010)



Fonte: Censo Demográfico 2010/IBGE.
Elaboração: Ninsoc/Disoc/Ipea.

Três elementos são considerados importantes para que a criatividade floresça: escolarização, presença de grupos étnicos e de gêneros[16] variados que fazem parte da diversidade.[17] A mestiçagem foi associada à plasticidade e à tolerância em relação à presença de

16. Os dados não permitiram perceber a presença da comunidade Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBTT).
17. A respeito dos três componentes associados às condições de florescimento da criatividade, ver Florida (2004).

grupos de formações culturais e étnicas diferenciadas. Aliás, é um dos indícios apontados por Richard Morse (1988) e Domenico de Masi (1999), inclusive quando recontextualizam autores como Gilberto Freyre.

Entretanto, não há dúvidas de que a sociedade brasileira foi forjada no racismo e na centralidade do homem nas relações de dominação, tanto no espaço produtivo quanto no espaço político, da burocracia e da cultura. Também não há dúvidas, do ponto de vista ético e, portanto, político, de que não é possível hierarquizar opressões, visto que elas se sobrepõem e multiplicam seus efeitos, além de que desigualdades econômicas sedimentam preconceitos, intolerância e violência entre grupos e indivíduos de diferentes comunidades de cultura (Fernandes, 1978; Hasenbalg e Silva, 1992).

A pergunta sobre qual ordem de opressões combater para construção da cultura cívica comum também não faz sentido (Almond e Verba, 1989). Não há uma ordem de prioridade. Não há uma opressão mais fundamental do que outra. Economia, política e ideologia fazem intersecção, o que é o mesmo que dizer que classe, raça e gênero são interdependentes e constituem o mesmo regime cultural de desumanização. Mas qual é o papel da economia criativa na reversão desses efeitos de violência simbólica?

Descritivamente, podemos mostrar qual é a expressão dessa cultura da exclusão nas classes criativas. Ali existe diversidade, não há dúvidas, mas a composição e a comparação com outras classes indicam ainda os desafios importantes para se criarem as condições de exercício da criatividade pela presença da diversidade.

Conforme a tabela 5, os negros eram 53,2% do mercado de trabalho brasileiro em 2015 – o aumento foi de 8,0% na participação em relação a 2002. Entretanto, em 2015, constituíam-se em 35,8% dos profissionais criativos, 44,2% de participação no centro hipercriativo e 36,2% dos hipercriativos. A participação aumentou em todos os anos da análise. Por sua vez, a participação das mulheres era de 42,6% no total em 2015. Entre os profissionais criativos, era de 48,0%; no centro hipercriativo, 24,7% – aqui houve diminuição na participação; e no hipercriativo, 64,6%.

No que se refere à informalidade, aponte-se a sua dimensão no mercado geral, 41,4% em 2015, queda de cinco pontos em relação a 2002 (46,5%). Entre os profissionais criativos, a informalidade era de 25,6% em 2015; entre os do centro hipercriativo, 73,5%; e no centro hipercriativo, 30,1%.

TABELA 5
Classes criativas no Brasil por região

Classe	Profissionais criativos			Centro Hipercriativo			Hipercriativos			Total		
Ano/Grupo	Negros	Mulheres	Informais	Negros	Mulheres	Informais	Negros	Mulheres	Informais	Negros	Mulheres	Informais
2002	28,56	47,33	25,12	39,05	24,96	73,13	24,35	60,09	32,62	45,21	41,30	46,50
2007	32,04	47,37	25,50	41,50	27,90	73,47	29,50	62,88	33,24	48,96	42,28	43,89
2011	33,81	46,86	23,91	42,10	24,95	71,78	34,97	65,52	30,61	50,38	42,17	40,94
2015	35,85	48,01	25,69	44,20	24,71	73,59	36,27	64,65	30,15	53,24	42,65	41,44

Fonte: PNAD/IBGE.
Elaboração: Ninsoc/Disoc/Ipea.

É necessária certa cautela para qualquer inferência generalizante nesto ponto, exatamente pela natureza das atividades, que são mais intermitentes, e pela estrutura das atividades, que varia muito para cada contexto territorial. Qualquer generalização com a finalidade de ação de política pública deve considerar as heterogeneidades das situações concretas. Entretanto, em um olhar tradicional da proteção do trabalho, os desafios aqui são, no mínimo, significativos, especialmente com relação às garantias de direitos sociais e à regulação das relações trabalhistas, que são, no âmbito da maior parte das atividades criativas, flexíveis, intermitentes e informais. No que se refere aos dinamismos, há que se lembrar da necessidade de oferta de recursos de formação e capacitação, investimento na diversificação e dinamização das atividades, escrutínio de novos modelos de negócio e organização do fomento (Silva, Ziviani e Ghezzi, 2018).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da organização de classes criativas no Brasil realizada neste estudo tomou como parâmetro a classificação inspirada no estudo de Richard Florida e foi reconstruída para a realidade brasileira a partir dos dados da PNAD e das classificações profissionais oficiais do IBGE. Como se sabe, análises a partir de indicadores macrossociais são aproximações parciais da realidade. Ainda que limitados, os resultados obtidos aqui apontam para tendências mais globais no que se refere ao dinamismo da economia criativa no Brasil por um recorte de classes.

Pelo recorte utilizado, pôde-se perceber que a classe criativa obteve um crescimento importante no seu contingente, passando de 10 milhões de pessoas, em 2002, para 15 milhões, em 2015, registrando variações significativas no contingente dos grupos profissionais que lhe compõem (centro hipercriativo, hipercriativos e profissionais criativos,

com aumentos de 37%, 51% e 23%, respectivamente). Ainda que seja um contingente diminuto, se comparado aos Estados Unidos, por exemplo, cuja porcentagem atinge 30% da força de trabalho desse país, os resultados obtidos neste estudo apontam um incremento do segmento da economia criativa no Brasil quando observado pela dinâmica da sua classe produtiva. No entanto, os números reiteram problemas sociais, econômicos e culturais estruturantes do país: desigualdades regionais, alto grau de informalidade do mercado de trabalho e exclusões sociais (principalmente de negros – mesmo que se tenha registrado um aumento anual da sua inserção na composição das classes).

Qualquer medida de desigualdade social expressa, no fundo, os efeitos acumulados das múltiplas opressões: econômicas, estatais e culturais. O problema é que muitas vezes essa medida insinua a solução: um Estado distributivo e relações políticas hierarquizadas. A política institucionalizada torna-se o foco, inclusive para se pensar a participação social, e o Estado social transforma-se no núcleo dos objetivos e das estratégias políticas. Embora esta seja uma alternativa para superar as desigualdades, não se pode desprezar que ela minimiza a criatividade e as possibilidades humanas. Se a racionalidade da política liberal é a representação, com a organização de partidos programáticos, parlamentos que expressem diferentes posições partidárias, executivo que traduza princípios constitucionais em ações organizadas e Judiciário que proteja a legalidade e os pactos originários, é também possível dizer que essas instituições não mais são capazes de expressar e resolver as questões sociais que lhes são propostas.

A economia criativa não é uma panaceia, como se tem insinuado em muitas análises e discursos, inclusive no âmbito das políticas públicas. O mais importante é que o conceito permite a exploração de múltiplas alternativas de ação pública no âmbito das atividades econômicas, no espaço das intervenções urbanas, tecnológicas, artísticas e estéticas. Para o estímulo ao exercício da criatividade, é possível e necessário abrir um baú de possibilidades de incentivos e apoios públicos que vão desde ações sobre o espaço das cidades até reconfiguração da oferta de formação e educação. Não é necessária uma totalização ideológica, mas apenas insinuar a criatividade em múltiplas atividades humanas dispersas e locais. Por fim, podemos assinalar algumas características das novas configurações de classe que potencializam e desafiam a ideia da economia criativa, conforme escrito a seguir.

1. As classes sociais têm nova forma e, assim, os padrões de ação reflexiva devem considerá-las, inclusive corroboramos com Touraine (1970) na necessidade de ancorar a ação no cuidado com as pessoas, pois estas vêm em primeiro lugar, tendo os direitos humanos como precedência.

2. A orientação valorativa para a flexibilidade de capacidades é interessante, mas a estrutura do trabalho e das classes ainda exige regulações e proteções.
3. O potencial criativo das economias ainda não foi aproveitado de forma sistemática, e é necessário forte investimento em formação profissional e escolarização, em pesquisa inovadora, além de ser importante o apoio intensivo das políticas públicas para os desenvolvimentos tecnológicos e cuidados sociais. Também há uma grande margem para ações e ocupação criativa das cidades, ações com conteúdos econômicos nas cidades, nos seus serviços e fluxos, mas também na melhoria da qualidade de vida urbana através da arte, da estética e de atividades lúdicas.

REFERÊNCIAS

ALMOND, G.; VERBA, S. **The civic culture revisited**. Londres: Sage Publications, 1989.

BELL, D. **O advento da sociedade pós-industrial**: uma tentativa de previsão social. São Paulo: Cultrix, 1977.

BOURDIEU, P. Le marché des biens symboliques. **L'Année Sociologique (1940/1948)**, v. 22, n. 3, p. 49-126, 1971.

BUCCI, M. P. D. O conceito de política pública em direito. *In*: BUCCI, M. P. D. **Políticas públicas**: reflexões para um conceito jurídico. São Paulo: Saraiva, 2006.

CAVES, R. E. **Creative industries**: contracts between art and commerce. Harvard University Press, 2001.

DELEUZE, G. *Post-scriptum* sobre as sociedades de controle. *In*: _____. **Conversações**: 1972-1990. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

DWORKIN, R. Um Estado liberal pode patrocinar a arte? *In*: _____. **Uma questão de princípio**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. São Paulo: Unesp, 2005.

ELIAS, N. **Mozart, a sociologia de um gênio**. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

FLORIDA, R. **The rise of creative class**. Nova Iorque: Basic Books, 2004.

_____. **A ascensão da classe criativa**. Rio Grande do Sul: L&PM Editores, 2011.

FERNANDES, F. **A integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: Ática, 1978, v. 2.

FONTE, F. M. **Políticas públicas e direitos fundamentais**. São Paulo: Saraiva, 2013.

FOURQUIN, J.-C. **Escola e cultura**: as bases sociais e epistemológicas do conhecimento escolar. Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

FREYRE, G. **Casa-grande & senzala**: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 48. ed. Recife: Global Editora, 2003.

GIBSON, C.; KLOCKER, N. Academic publishing as "creative" industry and recent discourses of "creative economies": some critical reflections. **Area**, v. 36, n. 4, p. 423-434, 2004.

GOTTI, A. **Direitos sociais**: fundamentos, regime jurídico, implementação e aferição de resultados. São Paulo: Saraiva, 2012.

HABERMAS, J. Técnica e ciência como ideologia. *In*: BENJAMIN, W. *et al*. **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Coleção Os Pensadores, n. 48).

HARRISON, L.; HUNTINGTON, S. **A cultura importa**. São Paulo: Editora Record, 2002.

HARTLEY, J. (Ed.). **Creative industries**. Oxford: Blackwell Publishing, 2005.

HASENBALG, C.; SILVA, N. V. **Relações raciais no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora; Iuperj, 1992.

HEINICH, N. **A sociologia de Norbert Elias**. Santa Catarina: EDUSC, 2001.

_____. **L'élite artiste**: excellence et singularité en régime démocratique. Paris: Gallimard, 2005.

HEINICH, N.; SHAPIRO, R. Quando há artificação. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 28, n. 1, p. 135-151, jan./abr. 2013.

HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1936.

HOWKINS, J. **The creative economy**: how people make money from ideas. Penguin Books, 2002.

JACOBS, J. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2000.

KURZ, R. **O colapso da modernização**: da derrocada do socialismo de caserna à crise da economia mundial. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MAIS, D. **A sociedade pós-industrial**. São Paulo: Editora Senac, 1999.

MÉDA, D. **O trabalho**: um valor em vias de extinção. Lisboa: Fim de Século, 1999.

MENGER, P.-M. **Le travail créateur**: s'accomplir dans l'incertain. Paris: Seuil, 2009a.

_____. L'art analysé comme un travail. **Idées économiques et sociales**, n. 158, p. 23-29, 2009b.

MORSE, R. **O espelho de Próspero**: cultura e ideia nas Américas. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

OFFE, C. **Capitalismo desorganizado**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. **Trabalho & sociedade**: problemas estruturais e perspectivas para o futuro da sociedade do trabalho. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989a. v. 1.

_____. **Trabalho & sociedade**: problemas estruturais e perspectivas para o futuro da sociedade do trabalho. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989b. v. 2.

PASSERON, J.-C. **O raciocínio sociológico**: o espaço não popperiano do raciocínio natural. Petrópolis: Vozes, 1995.

REIS, A. C. (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SAID, E. **Orientalismo**: o oriente como invenção do ocidente. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SENNET, R. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. São Paulo: Record, 1999.

_____. **Respeito**: a formação do caráter em um mundo desigual. São Paulo: Record, 2004.

SHAPIRO, R. O que é artificação. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 22, n. 1, p. 135-151, jan./abr. 2007.

SILVA, F. A. B.; ARAÚJO, H. E. (Coords.). **Indicador de desenvolvimento da economia da cultura**. Brasília: Ipea, 2010.

SILVA, F. A. B.; ZIVIANI, P.; GHEZZI, D. R. Trajetórias criativas. *In*: IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Desafios da nação**. Brasília: Ipea, 2018. v. 2.

THROSBY, D. The concentric circles model of the cultural industries. **Cultural Trends**, v. 17, n. 3, p. 147-164, 2008.

TOURAINE, A. **A sociedade pós-industrial**. Lisboa: Morais, 1970.

VIEIRA, M. P.; SILVA, F. A. B. Carreiras artístico-culturais e economia criativa: princípios, valores e tensões em processos de formação e profissionalização. *In*: BARBALHO, A.; ALVES, E. P. M.; VIEIRA, M. P. (Orgs.). **Os trabalhadores da cultura no Brasil**: criação, práticas e reconhecimento. 28. ed. Salvador: EDUFBA, 2017.

WILLIAMS, R. **Culture is ordinary**. 1958. Disponível em: <https://bit.ly/2XtXncj>. Acesso em: 5 jun. 2019.

UNCTAD – CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESEN-

VOLVIMENTO. **Relatório de economia criativa 2010**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/MinC; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/2CYo2VE>. Acesso em: 18 jan. 2017.

UNESCO – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Framework for cultural statistics**. Montreal: UNESCO, 2009. Disponível em: <https://bit.ly/2KuJZRA>. Acesso em: 5 jun. 2019.

URRY, J.; LASH, S. **The end of organized capitalism**. Cambridge: Polity, 1987.

WEBER, M. **Sobre a teoria das ciências sociais**. Queluz de Baixo, Portugal: Presença, 1974.

_____. **Ensaios de sociologia**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1982.

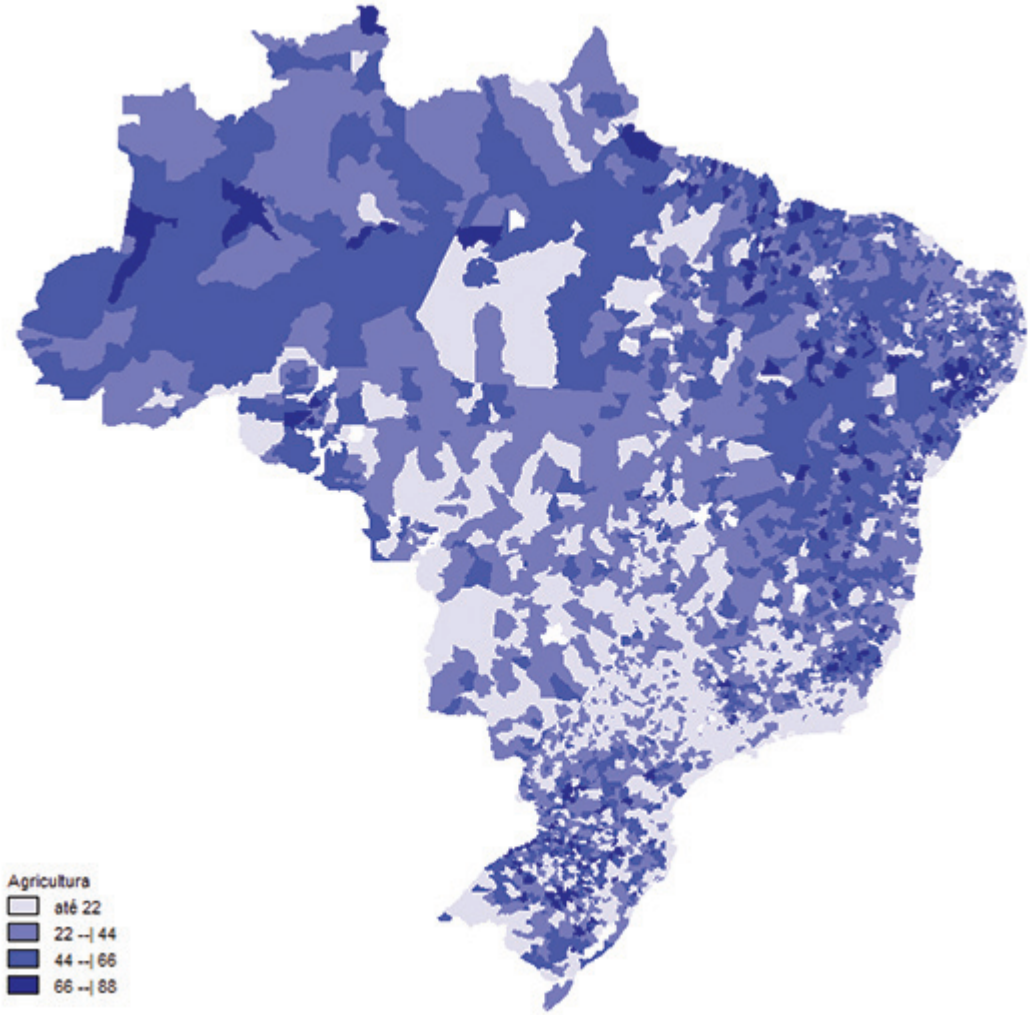
_____. **Metodologia das ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 1992a. v.1.

_____. **Metodologia das ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 1992b. v.2.

WRANKE, M. **O artista da corte**: os antecedentes do artista moderno. São Paulo: Edusp, 2001.

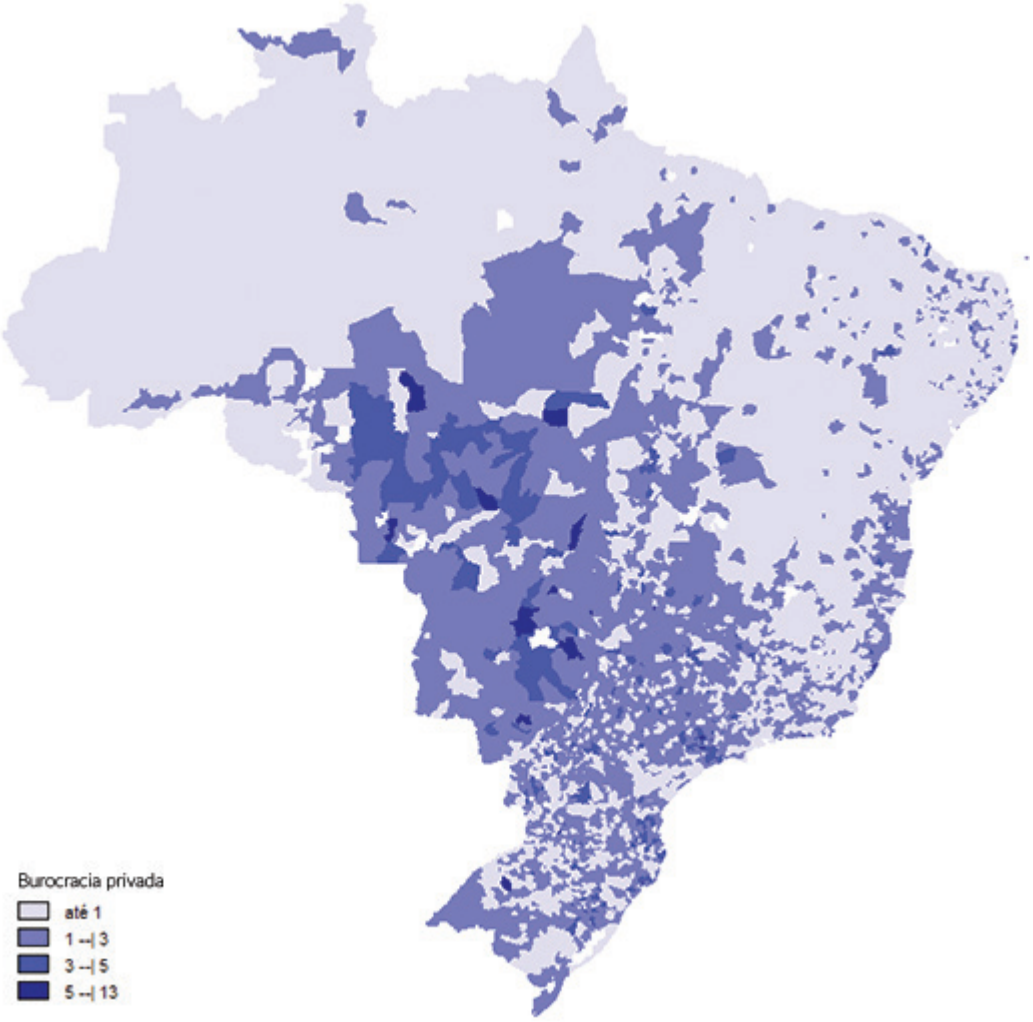
APÊNDICE A

FIGURA A.1
Classes agrícolas nos municípios brasileiros (2010)



Fonte: IBGE (2010).
Elaboração dos autores.

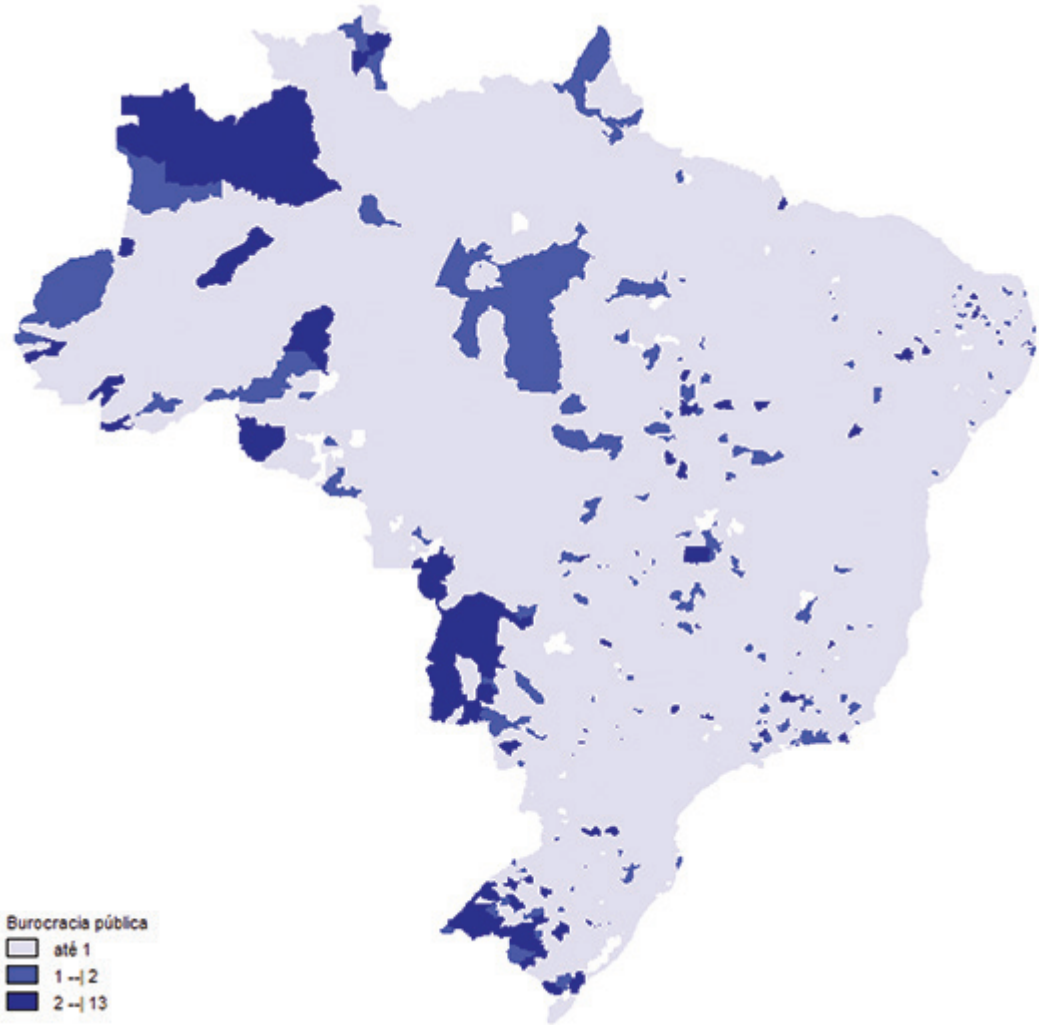
FIGURA A.2
Classes de burocracia privada nos municípios brasileiros (2010)



Fonte: IBGE (2010).
Elaboração dos autores.

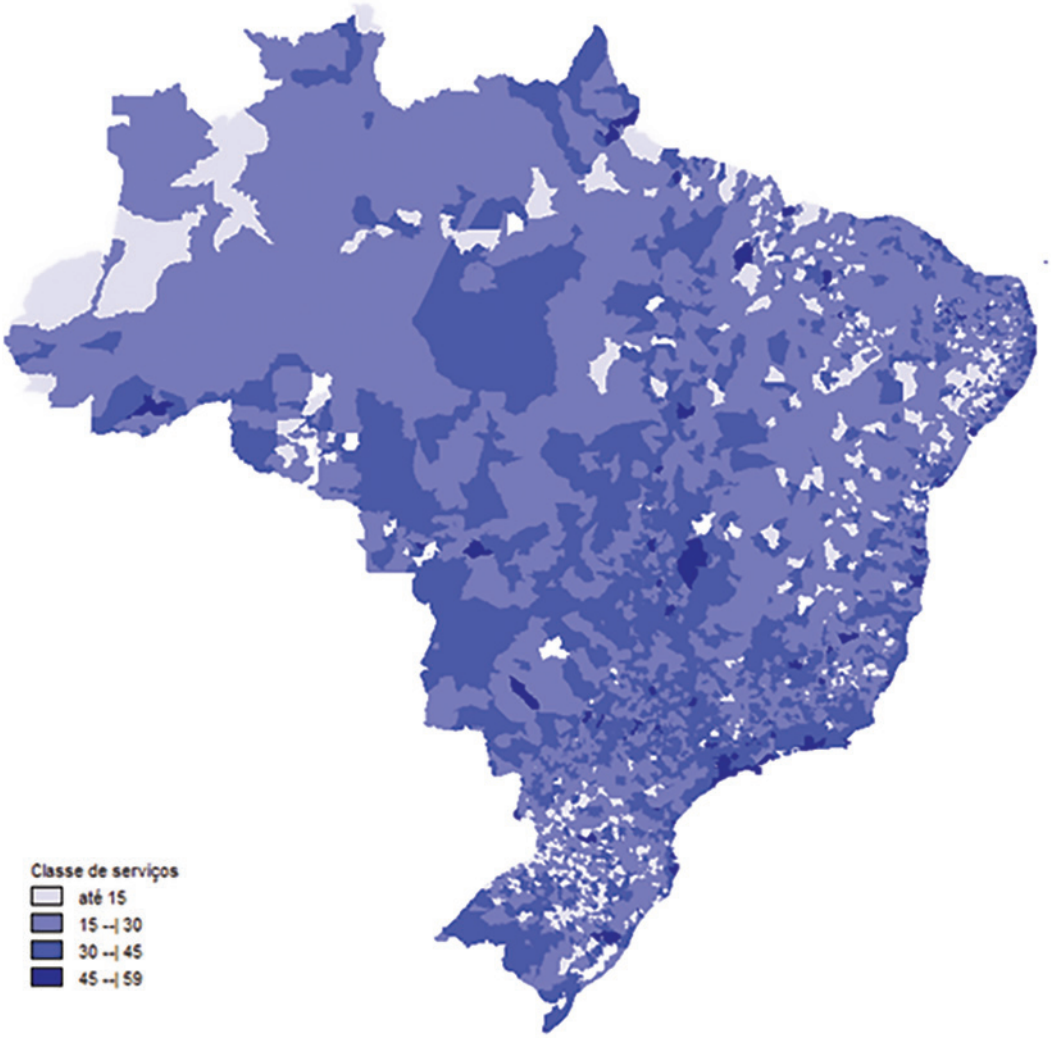
FIGURA A.3

Classes de burocracia pública nos municípios brasileiros (2010)



Fonte: IBGE (2010).
Elaboração dos autores.

FIGURA A.4
Classes de serviços nos municípios brasileiros (2010)



Fonte: IBGE (2010).
Elaboração dos autores.

REFERÊNCIA

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/2LsDviS>. Acesso em: 5 jun. 2019.

Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Assessoria de Imprensa e Comunicação

EDITORIAL

Coordenação
Reginaldo da Silva Domingos

Assistente de Coordenação
Rafael Augusto Ferreira Cardoso

Supervisão
Everson da Silva Moura
Camilla de Miranda Mariath Gomes

Revisão
Ana Clara Escórcio Xavier
Clícia Silveira Rodrigues
Idalina Barbara de Castro
Olavo Mesquita de Carvalho
Regina Marta de Aguiar
Alice Souza Lopes (estagiária)
Amanda Ramos Marques (estagiária)
Ana Luíza Araújo Aguiar (estagiária)
Hellen Pereira de Oliveira Fonseca (estagiária)
Ingrid Verena Sampaio Cerqueira Sodré (estagiária)
Isabella Silva Queiroz da Cunha (estagiária)
Lauane Campos Souza (estagiária)

Editoração
Aeromilson Trajano de Mesquita
Bernar José Vieira
Cristiano Ferreira de Araújo
Danilo Leite de Macedo Tavares
Herllyson da Silva Souza
Jeovah Herculano Szervinsk Júnior
Leonardo Hideki Higa

Capa
Danielle de Oliveira Ayres
Flaviane Dias de Sant'ana

Projeto Gráfico
Renato Rodrigues Bueno

The manuscripts in languages other than Portuguese published herein have not been proofread.

Livraria Ipea
SBS – Quadra 1 – Bloco J – Ed. BNDES, Térreo
70076-900 – Brasília – DF
Tel.: (61) 2026-5336
Correio eletrônico: livraria@ipea.gov.br

Composto em adobe garamond pro 12/16 (texto)
Frutiger 67 bold condensed (títulos, gráficos e tabelas)
Brasília-DF

Logotipo/slogan de governo removido em observancia ao disposto no art. 40 da Lei n 9.504/1997

Missão do Ipea
Aprimorar as políticas públicas essenciais ao desenvolvimento brasileiro por meio da produção e disseminação de conhecimentos e da assessoria ao Estado nas suas decisões estratégicas.

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MINISTÉRIO DA
ECONOMIA

ISSN 1415-4765