

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC
Centro Sócio-Econômico - CSE
Departamento de Economia e Relações Internacionais - CNM

NICKSONEI FABRA DA SILVA

ECONOMIA CRIATIVA:
Análise do Emprego na Economia Cultural de Florianópolis nos Anos de 2006 a 2013

FLORIANÓPOLIS
2014

NICKSONEI FABRA DA SILVA

ECONOMIA CRIATIVA:

Análise do Emprego na Economia Cultural de Florianópolis nos Anos de 2006 a 2013

Monografia submetida ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito obrigatório para a obtenção do grau de Bacharelado.

Orientadora: Prof^a Dr^a Eva Yamila da Silva Catela

FLORIANÓPOLIS

2014

NICKSONEI FABRA DA SILVA

ECONOMIA CRIATIVA:

Análise do Emprego na Economia Cultural de Florianópolis nos Anos de 2006 a 2013

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 8,0 ao aluno Nicksonnei Fabra da Silva na disciplina CNM 7107 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:

Profª Drª Eva Yamila da Silva Catela
Orientadora

Profª Drª Brena Paula Magno Fernandez
Membro da Banca

Prof. Dimitri Bessa
Membro da Banca

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, a quem devo tudo o que possuo de melhor nesta vida: saúde, família, amigos e todas as energias positivas que me rodeiam neste mundo.

A toda a minha família, responsável pela minha formação pessoal, que sempre acreditou em mim e no meu potencial. A minha mãe, meu pai e meu irmão, pelo amor, dedicação, compreensão e por sempre me confortarem e estarem ao meu lado em todos os momentos de altos e baixos da minha vida. Agradeço a oportunidade de os fazerem sentir felizes e orgulhosos por terem seu primeiro filho formado em um curso ensino superior.

A todos os meus círculos de amigos, que preencheram os meus momentos com felicidade dentro e fora da faculdade, os quais me acompanharam, ajudaram e compartilharam os bons e maus momentos da minha vida durante o período do curso.

A minha namorada, que com muita paciência e amor me aturou e me ajudou nos momentos de extrema loucura e stress aos momentos de muita felicidade e paz.

A minha orientadora, professora Eva Catela, pela amizade, simpatia, sabedoria, paciência, por ter me dado forças e incentivo, e por ter estado sempre disponível para me orientar e me ajudar na realização deste trabalho.

A todos os professores do curso de Ciências Econômicas, pelo aprendizado adquirido ao longo da minha graduação.

A todos muito obrigado!

"Sem a cultura, e a liberdade relativa que ela pressupõe, a sociedade, por mais perfeita que seja, não passa de uma selva. É por isso que toda a criação autêntica é um dom para o futuro".

(Albert Camus)

RESUMO

Nas últimas décadas observou-se um grande interesse no ramo de estudos destinados à uma nova área da economia, sendo a área da economia criativa juntamente à economia cultural, evidenciando a importância da criatividade no que tange os fatores culturais que contribuem para o desenvolvimento das chamadas “cidades criativas e culturais”. A cidade de Florianópolis por ser uma cidade cosmopolita, e por apresentar uma classe “cultural”, manifesta uma série de fatores que a torna atrativa para o estudo deste ramo econômico. A identificação, análise e estudo de fatores, que constituem o conjunto da economia criativa e cultural de Florianópolis, é importante devido aos atributos da região que podem contribuir no desenvolvimento regional. Este trabalho tem como objetivo analisar a economia cultural de Florianópolis, iniciando com uma breve apresentação histórica, social, econômica e cultural do município. Posteriormente através de índices e com a análise dos mesmos baseada em atividades econômicas culturais, como mão de obra formal cultural, classes sociais e seus níveis de escolaridade, investimentos em projetos culturais e infraestrutura cultural existente, faz-se a verificação da contribuição destes fatores no desenvolvimento da cidade. Os resultados apontam que a economia cultural de Florianópolis está em um crescimento leve e gradual e se desenvolvendo, pois apresenta um número de trabalhadores com boa escolaridade, empregados em atividades culturais bem remuneradas e a cada ano cresce o interesse em atividades culturais e na criação de políticas que fomentam e contribuem para o desenvolvimento cultural, social e econômico da região.

Palavras-chave: Economia cultural, Economia Criativa, trabalhadores culturais, infraestrutura cultural, projetos culturais.

ABSTRACT

In recent decades a great interest in the field of study for the new field of economics was observed, and the area of the creative economy and brought about the cultural economy, evidence of the importance of creativity to cultural factors that contribute to the development of so-called "creative and cultural cities". The city of Florianópolis for being a cosmopolitan city, and by presenting a "creative and cultural" class, features a number of factors that make it attractive for the study of this economic branch. The identification, analysis and study of factors that constitute the context of the creative and cultural economy of Florianópolis is important due to the attributes that the region may have to contribute to regional development. This work aims to analyze the cultural economy of Florianópolis, starting at a brief historical, social, economic and cultural presentation of the county council. Later through the methodology and analysis of these indices based on data that constitute the cultural economic activities such as hand formal cultural work, social classes and their levels of education, investment in cultural projects and existing cultural infrastructure in Florianópolis. The results indicate that the cultural economy of Florianópolis is a slight and gradual growth and developed, it presents a number of people each year with more interest in activities termed cultural activities and the creation of policies that foster cultural development in the region.

Key-words: Cultural Economy, Creative Economy, cultural workers, cultural infrastructure, cultural projects.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Compatibilização da classificação do UNCTAD e CNAE 2.0.....	17
Tabela 2 – IDHM de Florianópolis.....	45
Tabela 3 – Porcentagem do número de trabalhadores culturais formais em relação ao número de trabalhadores formais.....	47
Tabela 4 – Porcentagem da quantidade de trabalhadores culturais por grupo criativo.	51
Tabela 5 – Faixa de remuneração dos trabalhadores culturais de Florianópolis e suas classes sociais (Salário mínimo = SM).....	52
Tabela 6 – Projetos com maior valor recebido para mecenato por ano.....	57

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Lei Rouanet.....	20
Figura 2 – Tramitação simplificada da proposta de projeto.....	21
Figura 3 – Tipos de criatividade.....	26
Figura 4 – Modelo de circos concêntricos – Comissão Euripéia.....	31
Figura 5 – Modelo apresentado pela UNCTAD de economia cultural.....	32
Figura 6 – Modelo dos quatro grandes grupos da economia cultural da Unesco.....	32
Figura 7 – Classificação da UNCTAD para Indústrias Criativas.....	34
Figura 8 – Multidisciplinaridade das Políticas Econômicas.....	37
Figura 9 – Mapa do Município de Florianópolis e seus Distritos.....	39

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número total de habitantes e número total de trabalhadores formais de Florianópolis.....	42
Gráfico 2 – Evolução do PIB Per Capita de Florianópolis.....	43
Gráfico 3 – Evolução anual do total do número de trabalhadores criativos da economia cultural de Florianópolis.....	46
Gráfico 4 – Evolução da quantidade de trabalhadores da área cultural por atividades criativas culturais.	49
Gráfico 5 – Porcentagem dos trabalhadores culturais por classe social.	52
Gráfico 6 – Grau de escolaridade por número de trabalhadores culturais.....	53
Gráfico 7 – Investimentos com mecenato total anual com em Florianópolis.....	56
Gráfico 8 – Quantidade de projetos realizados por ano.....	56
Gráfico 9 – Estrutura cultural de Florianópolis	59

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Tema e Problema	12
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.2.3 Justificativa.....	13
1.3 Metodologia	14
1.3.1 Estrutura do trabalho	14
1.3.2 Base de Dados utilizados.....	15
1.3.3 Base de Dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).....	18
1.3.4 Base de dados da Lei Rouanet (SalicNet)	19
1.3.5 Base de Dados Municipais: Munic (IBGE).....	22
2 REFERENCIAL TEÓRICO	24
2.1 Criatividade	24
2.2 Economia Criativa	27
2.2.1 Economia Cultural.....	29
2.2.2 Indústrias criativas.....	33
2.2.3 Classe Criativa.....	35
2.2.4 Cidades Criativas.....	35
2.3 Desenvolvimento e Economia Criativa e Cultural	36
3 ECONOMIA CULTURAL EM FLORIANÓPOLIS	39
3.1 Município de Florianópolis	39
3.1.1 População de Florianópolis	41
3.1.2 Produto Interno Bruto Per Capita.....	42
3.1.3 Índice de Desenvolvimento Humano Municipal.....	44
3.2 Trabalhadores Culturais	46
3.2.1 Número de trabalhadores criativos culturais por atividade cultural.....	48
3.2.2 Classe social e renda dos trabalhadores culturais de Florianópolis	51
4.2.3 Escolaridade dos trabalhadores culturais de Florianópolis	53
3.3 Economia da cultura: Gastos com Projetos culturais	54
3.4 Infraestrutura Cultural de Florianópolis	58
4 CONCLUSÃO	61

REFERÊNCIAS	63
--------------------------	-----------

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema e Problema

A sociedade e a economia estão em constante transformação, as mudanças que ocorreram no século XX possibilitaram o surgimento de novos tipos de trabalho. Estas atividades quando aliadas a fatores geográficos, econômicos, sociais e culturais de cada região constituem uma ótima contribuição na estratégia para seu desenvolvimento.

A globalização é um processo que ocorre constantemente causando integração econômica, social, política e cultural. Na contemporaneidade em que a sociedade se encontra, as regiões precisam acompanhar esta evolução. Com este fim, a sociedade utiliza da criatividade para encontrar maneiras de melhorar a qualidade de vida, promover empregos e desenvolvimento.

Locais que dispõem de cultura, belezas naturais, tradição e apoio público utilizam a economia criativa e a economia cultural para alocar seus recursos e contribuir com o vetor de desenvolvimento social e econômico da região. Cidades que apresentam mão de obra cultural, assim como de infraestrutura cultural e apoio por partes de políticas públicas, acabam fomentando esta nova área da economia que com o passar dos anos vem ganhando mais espaço e atenção.

No século XXI estas novas atividades têm ganho um papel de destaque no âmbito econômico. A economia criativa aliada à economia cultural contribui para a formação da identidade da população. Florianópolis pode ser considerada uma localidade com boas propostas de estudos nesta área por dispor de um ambiente com cultura em abundância.

O tema Economia Criativa e Economia Cultural analisado neste estudo começou a ser investigado, estudado e compreendido nas últimas décadas. Atualmente muitos pesquisadores estão na busca de uma teoria comum, contudo o estudo da economia criativa com foco na economia cultural de Florianópolis é o assunto em pauta.

Com base na revisão internacional e nacional existente, e respeitando a realidade regional de Florianópolis, o estudo foi feito a partir de investigações e da contextualização de parte do universo econômico, social e cultural da cidade, pois uma das dificuldades da pesquisa é a falta de uma classificação única padrão para este segmento de dados e a falta de mais estudos acerca do tema, por isto foi importante utilizar o surgimento e a evolução

conceitual de definições de economia cultural e criativa, bem como suas indústrias, classes e atividades, necessárias para fins de estimação.

Assim, o presente estudo pretende dar uma visão geral do panorama econômico cultural de Florianópolis através de dados sobre fatores sociais, econômicos e culturais da cidade que propiciam uma reflexão da situação da economia cultural existente no período de 2006 à 2013. Além de ter o objetivo de dar continuidade a discussão da importância da economia cultural e criativa no município de Florianópolis e como pode ser utilizada para contribuir na estratégia de desenvolvimento da região.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o emprego nas atividades econômicas culturais no período de 2006 a 2013, da cidade de Florianópolis, bem como avaliação dos fatores sociais, econômicos e infraestrutura culturais que a cercam.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Relatar a maneira de utilização dos dados associados à economia criativa e cultural, assim como sua inserção e conceituação dentro da literatura econômica brasileira e florianopolitana;
- b) Revisar os resultados mais relevantes da literatura empírica que trata da economia criativa e cultural e seus desdobramentos;
- c) Analisar os dados que compõem os gastos com projetos culturais pelo município de Florianópolis.

1.2.3 Justificativa

A questão da cultura nas regiões sempre será um tema importante pelo fato trazer conhecimento, perpetuar a história, crenças, hábitos e costumes. Ela pode ser utilizada como um grande fator de mudança da sociedade, pois não só desenvolve toda a cadeia produtiva e a cidade, como também colabora na formação dos cidadãos.

Neste contexto vê-se a viabilidade em estudar como as atividades econômicas relaciona das à criatividade e à cultura que podem contribuir para desenvolver a região ou como a economia local pode tornar-se mais eficiente pela interação destas atividades.

Por Florianópolis estar em uma boa posição no cenário criativo e cultural do país, este trabalho possibilitará a avaliação do quadro da economia cultural da cidade, cenário com grande pertinência para desenvolver-se, merecendo cada vez mais estudos nesta área.

Mesmo não havendo uma única definição consensual até o momento, foi utilizado como base principalmente o relatório da UNCTAD, além de outras principais linhas de pesquisas nacionais e internacionais, por serem reconhecidos mundialmente, possibilitando o embasamento para dimensionar sua importância para a economia de Florianópolis.

Estas perspectivas implicam no lançamento de um olhar cada vez mais generoso e amplo em relação às infinitas maneiras de se pensar em cultura. Diante disto, estudos ligados a esta área juntamente com parcerias do setor público e privado e com a participação cada vez mais presente da sociedade são muito importantes para planejar e fomentar atividades culturais, ações de preservação, fomento e valorização do patrimônio cultural (material, imaterial e natural) estabelecendo um fortalecimento da economia cultural.

1.3 Metodologia

1.3.1 Estrutura do trabalho

Aqui será abordada a metodologia utilizada para traçar e elaborar o quadro da economia cultural de Florianópolis. Abaixo estão descritos os dados utilizados, o porquê do período de análise e como e onde estes dados foram coletados.

No capítulo três será apresentada a análise destes dados começando pelo tamanho da população de Florianópolis com o intuito de definir o número total de trabalhadores formais e destes delimitar o número de trabalhadores formais culturais, saber em que áreas e em que atividades culturais estes atuam e para complementar, verificar a que classes sociais eles pertencem e expor o Produto Interno Bruto Per Capita e o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal a fim de saber o nível de qualidade de vida do município em que a economia cultural está inserida.

Após a exposição dos dados sobre os trabalhadores culturais e as variáveis que os cercam, serão exibidos dados sobre investimento cultural, ou seja, o quanto se investe em

projetos culturais na região de Florianópolis por ano. Por fim, para dar mais suporte aos dados de investimento em projetos culturais, será mostrado o tamanho da infraestrutura cultural de Florianópolis bem como a quantidade de museus, teatros, centros culturais, cinemas e etc.

Toda esta parte será complementada com o arcabouço bibliográfico contido no capítulo três. E por último será apresentada a conclusão obtida com o estudo.

1.3.2 Base de Dados utilizados

Abaixo são mostradas as fontes de dados utilizadas que contribuíram para a confecção deste trabalho. O CNAE foi utilizado para classificar as atividades econômicas e sua adaptação junto à UNCTAD. A base de dados da RAIS, imprescindível para o fornecimento de dados como número da população, número de trabalhadores culturais totais de Florianópolis, números de salários mínimos, nível de escolaridade e as classes sociais às quais esta mão de obra cultural pertence. A base de dados Salicnet juntamente com as definições de leis de incentivo, como a Lei Rouanet, permitiu o fornecimento de dados relacionados à incentivos públicos em projetos culturais. Por fim, a base de dados Munic, do IBGE, permitiu a análise da infraestrutura cultural existente no território de Florianópolis.

1.3.2.1 Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)

A versão do CNAE utilizada neste estudo é a versão CNAE 2.0, aprovada em 04 de setembro de 2006. Desenvolvida sob a coordenação do IBGE, desde 1998 o CNAE 2.0 fornece dados sobre atividades econômicas exercidas por unidades produtivas, compreendendo estabelecimentos privados ou públicos, agrícolas, agentes autônomos e instituições sem fins lucrativos (FIRJAN, 2008). Será de extrema importância pois o CNAE 2.0 definirá quais serão os códigos de atividades da economia cultural de Florianópolis que serão utilizados para coleta de dados na base de dados da Relação Anual de Informações Sociais.

É considerada a classificação oficial adotada pelo Sistema Estatístico Nacional na produção de estatísticas por tipo de atividade econômica mais detalhada, ela contém 1301 subclasses ao todo (PINTO; AFONSO, 2013). Seu objetivo é a padronização dos códigos de identificação das unidades produtivas do país em cadastros e registros da administração pública em três esferas do governo com destaque na área tributária. Seu objetivo é contribuir para a melhor qualidade nos sistemas de informação que dão suporte às decisões e ações do

Estado. As subclasses são organizadas no âmbito da CONCLA¹, com coordenação da Secretaria da Receita Federal e participações de representantes da administração tributária de esferas estadual, municipal e do IBGE² (FIRJAN, 2008).

A análise do período se deu obrigatoriamente a partir de 2006, ano em que o CNAE 2.0 entrou em vigor.

1.3.2.2 Adaptações de classificações entre atividades da UNCTAD e do CNAE 2.0

A Economia Criativa brasileira quando mensurada apresenta o fato de possuir a característica da informalidade, devido ao grande número de empresas e de trabalhadores da categoria criativa não serem registrados. Para amenizar esta situação, foi decretado em 1975 que toda empresa em território brasileiro tem a obrigação de declarar a Relação Anual de Informações Sociais, sendo usualmente conhecida como RAIS³. Este sistema possibilita a caracterização da mão de obra empregadora nas empresas e mais especificamente nos setores criativos (ARAÚJO; OLIVEIRA; SILVA, 2013). Esta foi a base de dados utilizada para mensurar o número de trabalhadores da indústria cultural do município de Florianópolis com relação ao período específico.

Por conseguinte, esta base de dados necessita de um detalhamento mais específico, descrito a partir da nova Classificação Nacional de Atividades Econômicas, denominado como CNAE 2.0.

A depuração destes dados ajuda a encontrar as atividades econômicas relacionadas à cadeia criativa em um universo de 673 classificações econômicas e 185 categorias associadas à atividades criativas (FIRJAN, 2008).

A indústria criativa conta com a interação entre vários setores econômicos, dando à UNCTAD a possibilidade de apresentação de uma classificação para indústrias criativas que se dividem em quatro grandes grupos, estes sendo: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Por sua vez estes grupos são divididos em nove subgrupos de bens e produtos relacionados à criatividade (UNCTAD, 2010).

Para a melhor avaliação dos dados sobre indústria criativa de Florianópolis, utilizou-se o foco em um subconjunto da Indústria Criativa, chamado de Indústria Cultural. Esta indústria está presente em atividades relacionadas a conhecimentos tradicionais e patrimônios culturais

¹ Comissão Nacional de Classificação.

² Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

³ Relação Anual de Informações Sociais.

como festividades e atividades de artesanato, e a subconjuntos que contém mais tecnologia e com foco em prestação de serviços, como audiovisuais e novas mídias (UNCTAD, 2010).

Por este fato, optou-se neste estudo por adaptar a classificação com a UNCTAD (2010), pois oferece uma metodologia com classificação internacional. Portanto foram divididas as atividades criativas em dois principais grupos da UNCTAD, com inserção dos subgrupos de atividades coletados da classificação CNAE 2.0.

O resultado desta adaptação resultou no grupo de artes que “[...] inclui as indústrias criativas baseadas puramente na arte e na cultura, onde o trabalho artístico é inspirado pelo patrimônio, valores de identidade e significado simbólico” (UNCTAD, 2010, p. 8) – este grupo é subdividido em grupos com relação a produtos e serviços de artes cênicas como esculturas, pinturas, antiguidades, fotografia, e artes visuais como dança, música ao vivo teatro, etc.; o grupo de mídia em que se “[...] produzem conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer comunicação com grandes públicos” (UNCTAD, 2010, p. 8) – este grupo é subdividido em grupos com relação à produtos e serviços de publicações de livros, imprensa e outras publicações e audiovisual como filmes, rádio, televisão e radiofusões; e o grupo de criações funcionais constituído de “[...] indústrias mais impulsionadas pela demanda e voltadas à prestação de serviços, como criação de produtos e serviços que possuem fins funcionais” (UNCTAD, 2010, p. 8) – onde este grupo é subdividido em categorias que abrangem bens e serviços ligados ao design, novas mídias e serviços criativos. Contendo ao todo trinta CNAE’s.

Tabela 1 – Compatibilização da classificação do UNCTAD e CNAE 2.0.

Grupos	Grupos UNCTAD	Grupo CNAE
Arte	Artes cênicas	90.01-9 Artes cênicas, espetáculos e atividades Complementares 90.02-7 Criação artística 90.03-5 Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas 32.2 Fabricação de instrumentos musicais
	Artes visuais	74.2 Atividades fotográficas e similares
Mídia	Publicações	18.1 Atividades de impressão (inclui as classes 18.11-3, 18.12-1 e 18.13-0)
		18.2 Serviços de pré-impressão e acabamentos Gráficos
		47.6 Comércio varejista de artigos culturais, recreativos e esportivos

	58.1	Edição de livros, jornais e revistas
	58.2	Edição integrada à impressão de livros, jornais e revistas
Audiovisual	18.3	Reprodução de materiais gravados em qualquer suporte
	73.1	Publicidade
	59.1	Atividades cinematográficas, de produção de vídeo e de programas de televisão
	59.2	Atividades de gravação de som e de edição de música
	60.1	Atividades de rádio
	60.2	Atividades de televisão

Fonte: UNCTAD (2010), CNAE 2.0, Adaptado de Catela (2012).

Como este estudo apresenta o foco na parte cultural da Economia Criativa, foi necessário somente analisar os dados de dois dos grandes grupos, o de artes e o de mídias, subdivididos em artes cênicas, visuais, publicações e audiovisual, somando ao todo dezesseis CNAE's classificados como grupos envolvidos com atividades econômicas culturais (UNCTAD, 2010). A tabela 1 acima apresenta esta adaptação.

1.3.3 Base de Dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)

Esta relação foi Instituída pelo Decreto número 76.900 de 23 de dezembro de 1975. A sua versão mais recente e utilizada neste trabalho para coleta de dados foi regulamentada pelo MTE⁴ em 28 de dezembro de 2007 e para o ano de 2006 foi usada a anterior (ARAÚJO; OLIVEIRA; SILVA, 2013).

Esta tem como objetivo o suprimento às necessidades de controle da atividade trabalhista no país, e também o provimento de dados para a elaboração de estatísticas do trabalho e a disponibilização de informações do mercado de trabalho às entidades governamentais (ARAÚJO; OLIVEIRA; SILVA, 2013)

Os dados coletados pela RAIS constituem expressivos insumos para atendimento das necessidades de estudos técnicos de natureza estatística e atuarial, para identificação do trabalhador com direito ao abono salarial. A RAIS trata de vínculos empregatícios da administração pública e privada e empregadores com cadastro no INSS⁵. Ela fornece

⁴ Ministério do Trabalho e Emprego.

⁵ Instituto Nacional do Seguro Social.

estatísticas que ajudam em decisões governamentais e gera dados para os sistemas CAGED⁶, Seguro Desemprego, Abono Salarial, PIS⁷, PASEP⁸ e FGTS⁹ (ARAÚJO; OLIVEIRA; SILVA, 2013).

Este sistema possibilitou a caracterização do número de habitantes, mão de obra empregadora formal total e da mão de obra da economia cultural formal, classe social, renda e nível de escolaridade da população de Florianópolis utilizada neste trabalho, para contextualização da economia cultural da região.

1.3.4 Base de dados da Lei Rouanet (SalicNet)

No Brasil o financiamento do setor cultural, em comparação a outros países como Espanha, Alemanha e Reino Unido, é feito pelo setor público a cargo dos municípios (MASSINHÃ, 2012).

O Sistema Nacional de Cultura (SNC) é regulamentado por lei e dispõe que o Sistema Municipal de Cultura (SMC) tenha no mínimo cinco componentes como Secretaria de Cultura (ou órgão equivalente), Conselho Municipal de Política Cultural, Conferência Municipal de Cultura e Plano Municipal de Cultura (com fundo Municipal de Cultura). Os municípios devem aderir ao SNC, pois só então poderão estabelecer princípios e diretrizes comuns, dividir atribuições e responsabilidades entre os entes da federação e montar mecanismos de repasse de recursos para os municípios. Isto objetiva o fortalecimento institucional das políticas culturais da união, estados e municípios com a participação da sociedade, levando em conta as três dimensões da cultura: a simbólica, a cidadã e a econômica. O SNC é proposto por um modelo de componentes com sistemas setoriais de cultura como o sistema de patrimônio cultural, o sistema de museus, o sistema de bibliotecas e outros (MASSINHÃ, 2012).

Um panorama da situação brasileira ao longo do tempo mostra como evoluímos, até chegarmos ao modelo atual de política cultural. Partimos de uma ação predominante do Estado para um modelo misto, no qual o mercado, representado pelas empresas, têm uma atuação expressiva no financiamento da cultura como estratégia de política para o setor cultural. (MASCIMENTO, 2008, p. 11).

⁶ Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.

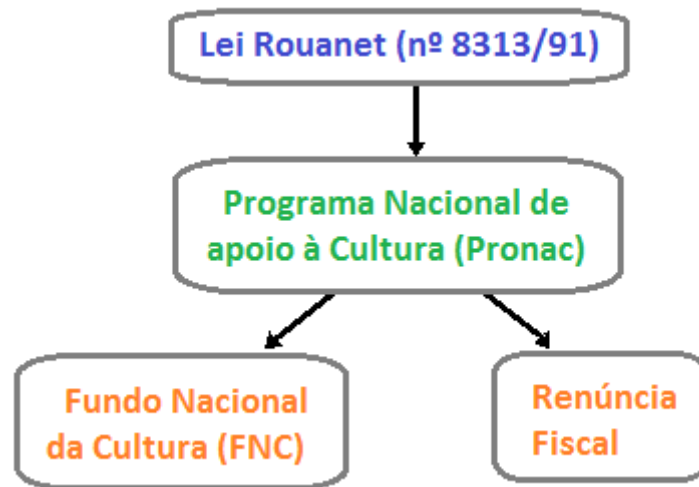
⁷ Programa de Integração Social.

⁸ Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público.

⁹ Fundo de Garantia do Tempo de Serviço.

Assim, desde 23 de dezembro de 1991 a produção cultural no Brasil recebe uma espécie de apoio fixo, advindo da aplicação de parte do imposto de renda de pessoas físicas e jurídicas em ações culturais. Chamada de Lei de Incentivo à Cultura número 8.313, Lei Rouanet é popularmente conhecida por ser um mecanismo político de incentivos fiscais. Ela surgiu da necessidade de se educar pessoas e empresas a investirem em cultura. Ou seja, o governo investe em projetos culturais para promover, proteger e valorizar as expressões culturais regionais, estimulando a produção, a distribuição e o acesso aos produtos culturais. Ela também assegura e conserva o patrimônio histórico e artístico no país por meio de estímulos para difundir a cultura brasileira. Assim esta lei está ligada ao Pronac¹⁰ que possui dois mecanismos ativos o FNC¹¹ e o incentivo fiscal (PMF, 2014). Abaixo estão as figuras 1 e 2 do funcionamento da Lei Rouanet e do processo de tramitação de pedido de auxílio em mecenato.

Figura 1 – Lei Rouanet.



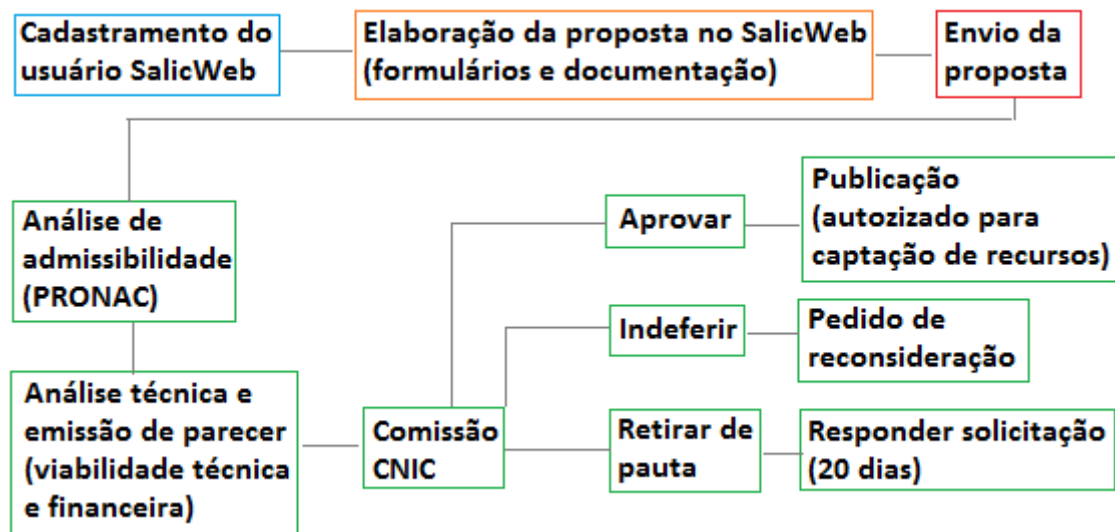
Fonte: Salicnet. Elaboração própria.

A tramitação simplificada da proposta de um projeto se inicia no cadastramento, após este recebe um exame de admissibilidade e, se acatada, a proposta vira projeto e recebe um número de Pronac. Após cadastrada, examinada, acatada e com número, o projeto é encaminhado ao Ministério da Cultura para uma análise técnica. Por fim, o projeto vai para a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura, que subsidia a decisão do Ministro de Estado da Cultura, aprovando ou indeferindo o projeto. A Figura 2 mostra este processo.

¹⁰ Programa Nacional de Apoio à Cultura.

¹¹ Fundo de Natureza Contábil.

Figura 2 – Tramitação simplificada da proposta de projeto.



Fonte: Salicnet. Elaboração própria.

Florianópolis conta também com a Lei Municipal de Incentivo à Cultura, de número 7.385/2007. Esta tem o objetivo de dirigir recursos municipais para o desenvolvimento do setor cultural. Ela age estimulando o acesso, a produção e a distribuição a produtos culturais como DVDs, CDs, espetáculos de dança, espetáculos teatrais e musicais, filmes, produções na área audiovisual, exposições de jornais, livros, revistas e outras publicações, além de projetos que visam proteger e conservar o patrimônio histórico edificado e acervos artísticos. A prefeitura concede do Orçamento Anual, de 1 à 2,5% da arrecadação do ISS¹² e IPTU¹³ para que tenha como destino o apoio a projetos culturais por meio de renúncia fiscal, ou seja, o poder público se sujeita a não receber parte destes impostos para que estes deem apoio a projetos culturais aprovados na Lei Municipal de Incentivo à Cultura (PMF, 2014).

Os gastos com mecenato são de grande importância, pois é uma das principais maneiras pelas quais as atividades culturais ganham vida e seguem atuando na contribuição para o crescimento e desenvolvimento da diversidade da economia cultural de Florianópolis. Esta base de dados forneceu dados de quanto se gastou por ano com projetos culturais do ano de 2006 a 2013, e a quantidade de projetos executados. Por haver uma grande quantidade de projetos realizados por ano, optou-se por confeccionar uma tabela com os três projetos com maior gasto por ano sendo considerados os mais relevantes do período.

¹² Imposto Sobre Serviços.

¹³ Imposto Predial e Territorial Urbano.

1.3.5 Base de Dados Municipais: Munic (IBGE)

A Pesquisa de Informações Básicas Municipais, executa periodicamente um levantamento minucioso de informações sobre estrutura, dinâmica e funcionamento de instituições públicas municipais, no domínio da prefeitura abrangendo políticas diferentes e setores envoltentes do governo municipal e a municipalidade (IBGE, 2014).

Em cada versão realizada por ano, estrutura-se a pesquisa de acordo com um tema. Neste trabalho utilizou-se a pesquisa realizada no ano de 2009. Esta se destaca por conter os principais aspectos da gestão e da estrutura dos municípios a partir dos eixos de estrutura da administração, cultura, esporte, habitação, transporte, saúde, segurança, política, meio ambiente e direitos humanos.

Por conseguinte será analisada somente a parte da estrutura fiscal cultural de Florianópolis como a quantidade de bibliotecas públicas, museus, teatros ou salas de espetáculos, centros culturais, cinemas, estádios ou ginásios poliesportivos, shopping centers, lojas de discos, CDs e DVDs, livrarias, rádio AM, FM e comunitárias, e geradores de TV contidos no território de Florianópolis. Abaixo está definida a importância de cada item da estrutura cultural que colabora para o desenvolvimento cultural, econômico e social de Florianópolis.

1. *Bibliotecas públicas*: É considerado um equipamento cultural e um espaço sociocultural. Disponibiliza acervos e serviços para os interesses da comunidade gratuitamente;
2. *Museus*: Proporciona às sociedades atuais o testemunho material de gerações mais antigas. Guarda e expõe ao público obras, edificações, culturas, artefatos, etc. Preservam a história e promovem à educação e à cultura;
3. *Teatros ou salas de espetáculos*: Locais fundamentais para a formação de cultura. Apresentam a mesma e transmitem conhecimento para a comunidade;
4. *Centros culturais*: Espaço destinado para a apresentação de manifestações culturais diversificadas;
5. *Cinemas*: Apresentam filmes que interagem e expressam cultura com a sociedade de maneira direta;
6. *Estádios ou ginásios poliesportivos*: Locais que sediam os mais variados eventos culturais;

7. *Shopping Centers*: Promovem em seus espaços internos ou externos shows, atividades e exposições culturais;
8. *Lojas de discos, CDs e DVDs*: Divulgam e comercializam artes musicais e visuais dos mais variados tipos de cultura;
9. *Livrarias*: Tem a mesma importância que as lojas de discos além de divulgar e comercializar também materiais gráficos, como livros, revistas, etc.;
10. *Rádio AM, FM e comunitárias*: Instrumento que promove a divulgação de informações via frequências de rádio AM e FM e contribuem para a formação da educação e cultura;
11. *Geradores de TV*: Instrumento que promove a divulgação de informações visuais que contribuem para a educação e cultura;

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Criatividade

A criatividade é uma característica da forma de produção das indústrias criativas, ela gera riqueza e emprego para um desenvolvimento econômico, social, cultural e sustentável, com a incorporação de mudanças tecnológicas que promovem a inovação empresarial e reforçam a competitividade com mercados mais eficientes (BBENDASSOLI; KIRSCHBAUM; CUNHA, 2009).

As empresas atualmente se encontram em um novo cenário mundial, desde a primeira Revolução Industrial até os dias de hoje. Com o tempo foram surgindo inovações nas áreas e meios de produção, na administração e no gerenciamento das empresas como um meio social e cultural para produção de bens e serviços. Com isto, novos ambientes foram surgindo e se moldando na busca de maior qualidade nos produtos e apresentando alta competitividade no mercado (MENEGHELLI, 2002).

Assim está sendo vivenciado um período de transição da sociedade industrial para a pós-industrial, observando-se a mudança da economia anteriormente guiada pela produção em massa, que utiliza o Capital Trabalho, para a economia onde se utiliza o Capital Intelectual de base do indivíduo que socializa as trocas de conhecimento, para uma alocação de recursos mais eficiente (SCHUMPETER, 1988).

Nas últimas décadas do século XX, o mundo se utiliza de processos cada vez mais criativos para atender o que se observa atualmente no século XXI como mercado globalizado. Esta nova ordem foi adquirida pelas organizações para atender um novo perfil de consumidor, que está cada vez mais exigente, podendo ser denominado de consumidor global (MENEGHELLI, 2002), ele tem disponível hoje o poder para comprar em qualquer lugar do globo sem sair de casa.

A trajetória da civilização industrial pode ser considerada como um avanço da técnica, com uma contínua e progressiva dominação de formas de atividade de criação até a racionalidade instrumental (FURTADO, 1978). Os trabalhadores tem mais cultura, mais máquinas que podem desenvolver muitas funções repetitivas e exaustivas, com um mercado acessível que aprecia bens e serviços novos, sofisticados e personalizados. Tudo na sociedade pós-industrial concorre na valorização da atividade criativa (DE MASI, 1999).

[...] a criatividade hoje, ligada à inovação, à tecnologia, à produção e à transmissão do conhecimento, é vista para muito além do simples pensar e do criar, é um

elemento indispensável à economia e à sociedade, pois uma sociedade que anseia por informações e pelo desenvolvimento cada vez maior de novas tecnologias para servir consumidores exigentes não pode se imaginar sem criatividade (WACHOWICZ; SILVA, 2011, p. 1)

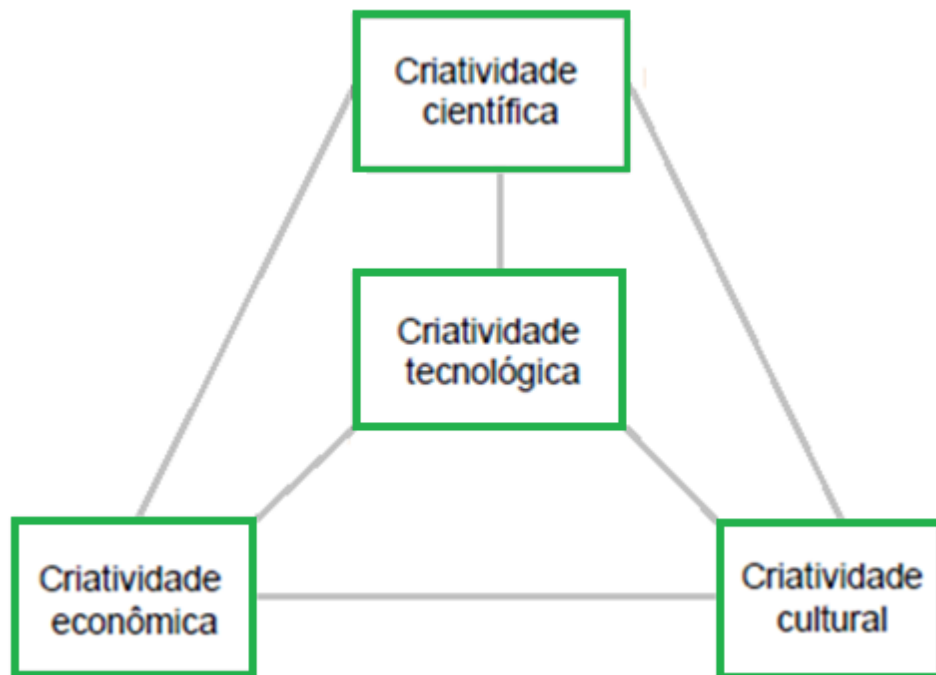
Howkins ressalta que a economia pode ser definida como um sistema feito para se produzir, trocar e consumir bens e serviços, esta ciência frequentemente lida com o problema de como os indivíduos e a sociedade suprem suas necessidades, que são infinitas e com recursos finitos, ou seja, trata-se do cuidado para a melhor e criativa alocação de recursos escassos. Porém, a criatividade não tem valor econômico se não cristalizar-se na forma de um produto e a atividade criativa pode não ser necessariamente uma atividade econômica, mas pode tornar-se quando produz uma ideia ou um produto comercializável (HOWKINS, 2001).

Segundo o relatório da UNCTAD¹⁴, não existe uma definição simples para criatividade que englobe todas as suas definições. Sabe-se que é um atributo humano ou um processo de onde as ideias são originadas. Esta tem muitas definições que remetem não somente a criação de algo novo, mas permite a reinvenção, a mudança de paradigmas tradicionais, busca soluções para velhos e novos problemas (UNCTAD, 2010).

Para Ana Carla Fonseca Reis, em termos econômicos, os agentes criativos quando estão em concorrência, não saturam o mercado, mas estimulam a concorrência (REIS, 2008). Assim a criatividade engloba muitas dimensões, desde a ciência, a tecnologia e a cultura, dinamizando muito a economia em vigor. Abaixo, na figura 3, pode-se observar algumas características e as relações dos tipos de criatividade disponibilizado pelo relatório da UNCTAD.

¹⁴É a sigla em inglês para conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento. Busca discutir e promover o desenvolvimento econômico por meio do incremento ao comércio mundial. Trate-se de um foro intergovernamental estabelecido em 1964 objetivando dar auxílio técnico aos países em desenvolvimento para integrarem-se ao sistema de comércio internacional.

Figura 3 – Tipos de criatividade.



Fonte: Adaptado de UNCTAD (2010).

Onde,

- a) Criatividade econômica: é o processo dinâmico que leva à inovação em tecnologia, negócio e marketing entre outros. E onde se criam algumas vantagens competitivas na economia;
- b) Criatividade científica: envolve a curiosidade e disposição para experimentar e fazer novas conexões ao solucionar problemas;
- c) Criatividade artística: envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som ou imagem (UNCTAD, 2010).

A criatividade também pode ser definida como o processo pelo qual ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas que possam ser valorizadas. Em outras palavras, a criatividade é o uso de ideias para produzir novas ideias. Nesse debate conceitual, é preciso mencionar que a criatividade não é o mesmo que inovação. A originalidade significa criar algo a partir do nada ou reconstruir algo que já exista. Atualmente, o conceito de inovação foi ampliado para além de uma natureza funcional, científica ou tecnológica, a fim de refletir mudanças estéticas ou artísticas. Estudos recentes apontam para a distinção entre inovação “leve” e tecnológica, embora reconheçam que elas sejam inter-relacionadas (UNCTAD, 2010, p. 34).

2.2 Economia Criativa

Atualmente a economia é em essência fundamentada na economia criativa. Para Peter Drucker, que dissertou sobre a “economia do conhecimento”, os recursos produtivos básicos que são os meios de produção não são mais o capital, a mão de obra ou os recursos naturais, nesta nova fase o recurso econômico básico é o conhecimento. Para Richard Florida, as atividades criativas estão mais presentes e se tornando cada vez mais predominantes (FLORIDA, 2011). O conceito de criatividade no mundo econômico incitou uma gama de investigações na literatura científica, com debates cada vez mais presentes nas políticas públicas e privadas dos países. Isto na atual conjuntura abre espaço para o desenvolvimento dos conceitos sobre economia criativa, produtos criativos, classe criativa, indústria criativa, entre outros (COSTA e SOUZA-SANTOS, 2011).

Dentre os economistas mais ilustres, Joseph Schumpeter não abordou o tema economia criativa em específico, mas já dava indícios de como a observação da criatividade econômica e as inovações eram fundamentais para o desenvolvimento de toda a teoria tida até então. Para ele existe um processo chamado de “destruição criativa”, onde o novo produto ocupa o espaço do velho produto e as novas estruturas de produção destroem as antigas estruturas. O progresso é consequência deste processo destruidor e criativo, onde a evolução da tecnologia destrói ao mesmo tempo em que cria, promovendo assim as empresas e os empresários inovadores (MENEZES, 2003).

O conceito de economia criativa tem origem no termo *Indústrias criativa*, inspirado no projeto *Creative Nation*, elaborado na Austrália em 1994. Este defende a relevância que o trabalho criativo traz para a economia do país, tais como as relações das tecnologias associadas às políticas culturais (REIS, 2008).

Na Inglaterra em 1997, no governo de Toni Blair como primeiro ministro, foi utilizado o conceito de economia criativa com investimento de dinheiro público em setores privados da economia criativa para tornar o país mais competitivo. Desde então, este país utiliza políticas públicas que objetivam o aumento da produtividade das indústrias criativas (ELISABETH, 2012).

No ano de 2001, o tema foi destacado na *Conferência das Nações Unidas Sobre os Países menos avançados* – que, na época, configuravam um panorama mundial de 50 economias vulneráveis. Desde então a economia criativa é conceito por trás de políticas que procuram impulsionar o desenvolvimento de países da África, Ásia, América Latina e Caribe,

aproveitando seu potencial cultural para desenvolvimento econômico social (FONSECA, 2008).

Em 2004 o tema Economia Criativa foi bastante discutido no *Encontro Quadriannual da Unctad no Brasil*, onde se lançou a ideia do *I Fórum Internacional de Indústrias Criativas* que foi realizado no ano de 2005, com foco na expansão dos mercados criativos (FONSECA, 2008).

No âmbito acadêmico, dois livros são muito citados em debates acerca do tema, são eles, *Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas* de John Howkins, do ano de 2001, que foi pioneiro em observar e descrever a dinâmica deste tipo de economia, e o bestseller *A Ascensão da classe criativa* de Richard Florida, publicado nos EUA no ano de 2002. Este novo paradigma econômico não segue a mesma interpretação conceitual para todos os autores, que analisados em conjunto acabam se complementando.

Howkins (2001) é o autor que criou o termo Economia Criativa inovando com a ideia de que se pode transformar criatividade em dinheiro e definindo a economia criativa como advinda de 15 setores¹⁵, em que os indivíduos utilizam sua imaginação para manifestar sua criatividade explorando o seu valor por procedimentos que contém criação, produção e distribuição de produtos e serviços.

Florida (2011) já traz um conceito mais amplo de economia criativa, falando sobre os aspectos socioculturais e educacionais que colaboram na aproximação dos profissionais com a economia criativa, que disponibilizam seus serviços com base em seus conhecimentos. Isso seria um dos motivos que faz com que cada país tenha um desenvolvimento diferente e com características distintas.

Para a UNCTAD, o conceito de economia criativa, como já mencionado acima, ainda está em evolução e pode ser sintetizado diante da citação abaixo.

Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo; É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral; É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial; No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas (UNCTAD, 2010, p. 10)

¹⁵ Gastronomia, arquitetura, publicidade, design, artes e antiguidades, artesanato, moda, cinema e vídeo, televisão, editoração e publicações, artes cênicas (Performing Arts), rádio, softwares de lazer, música, fotografia.

2.2.1 Economia Cultural

O conceito de economia criativa é limitado por áreas que surgem dentro dela mesma. Neste sentido, recentemente a criatividade na cultura se tornou um tema importante por gerar empregos e renda, estimulando o desenvolvimento cultural das regiões. Baumol e Bowen foram os pioneiros no estudo desta área, com a análise de teatros ao vivo na Broadway (DINIZ, 2008).

A discussão conceitual para definir o que é economia cultural já é bem antiga. Há algumas décadas “[...] organismos internacionais, instituições acadêmicas e órgãos públicos de vários países estão na busca de delimitá-la e defini-la” (GORGULHO, L. F., *et all*, 2009, p. 4). Contudo, boa parte do conceito existente até o momento se deu em torno de um segundo conceito: a economia criativa (GORGULHO, L. F. *et al*, 2009).

Os campos da cultura tiveram seu impulso a partir da terceira revolução industrial. No final dos anos 80, a emergência de novas mídias aumentou a demanda por produtos e serviços culturais. Nos anos 90 esta modificação da indústria foi reforçada pelo surgimento das novas tecnologias digitais, que resultou em grandes mercados competidores em nível global, com grandes oligopólios que desejavam economias de escala com escopo. Atualmente o desenvolvimento da microinformática e das telecomunicações ocasionou modificações no processo produtivo da indústria cultural, com difusão de produtos culturais¹⁶ através das mídias digitais. A economia cultural “[...] estuda os efeitos da atividade econômica ligada a uma manifestação artística e criativa de uma sociedade” (LIMA; FRANÇA; MATTA, 2006, p. 5), a partir disto inclui-se atividades diversificadas de bens e serviços. Karl Marx considerava as atividades culturais produtivas no momento em que elas enriqueciam quem explorava os trabalhadores que as praticavam. Marshall em sua obra “Princípios de economia” foi o primeiro a utilizar exemplos de atividades culturais, analisando que no consumo da música, quanto mais escutada, mais a satisfação dos indivíduos tende a aumentar, princípio invertido quando analisado por produtos industriais (LIMA; FRANÇA; MATTA, 2006).

Na publicação do *The economy of culture in Europe*, a comissão europeia apresentou dois conceitos que delimitam bem o que é economia cultural. O primeiro é o de setores culturais, aqueles que geram bens e serviços com foco em produção artística, com a cultura sendo entendida como arte e servindo de parâmetro para a definição de setores culturais, que englobam atividades caracterizadas por terem consumo imediato e por não serem produzidas

¹⁶ Livros, músicas e filmes.

em série, como o caso de pinturas, exposições e espetáculos. Ou englobando atividades de produção industrial em massa como livros, CDs, DVDs e produtos de artes como literatura, música e cinema. O segundo setor da economia cultural seria o criativo que utiliza a cultura como forma de insumo para bens funcionais e não culturais. Este setor é entendido como algo maior que a arte pois utiliza crenças, costumes, valores e hábitos de sociedades e grupos de pessoas. Logo o que difere este dois setores é que enquanto um utiliza atividades que trabalham a cultura, o outro utiliza a cultura para a produção de bens e serviços (GORGULHO, L. F. *et al*, 2009).

Para o IBGE a definição disponível no relatório da FIRJAN de economia cultural é a seguinte:

Consideram-se como atividades econômicas diretamente relacionadas à cultura as atividades características que são típicas da cultura, tradicionalmente ligadas às artes. Como atividades de edição de livros, rádio, televisão, teatro, música, bibliotecas, arquivos, museus e patrimônio histórico (FIRJAN, 2008, p. 30).

Indústria cultural é um termo que surgiu no período pós-guerra como crítica ao entretenimento em massa, na Alemanha. Atualmente há varias interpretações de cultura enquanto indústria. “[...] Para alguns, a noção de “indústrias culturais” evoca dicotomias, tais como cultura de elite versus de massa, cultura erudita versus popular e belas artes versus entretenimento comercial” (UNCTAD, 2010, p. 5).

A figura 4 mostra que a economia da cultura é compreendida como um processo de radiação a partir de um núcleo formado pelo campo das artes, como artesanato, pintura, fotografia, festivais, dança, bibliotecas, acervos, museus, cinemas, vídeo, TV, rádios, música, livros imprensa, etc. Este núcleo é englobado pelas indústrias culturais que tem produção exclusivamente cultural e englobam outro círculo, que contém atividades onde a produção incorpora elementos de camadas anteriores na produção de bens e serviços com função de uso (setores criativos) GORGULHO, L. F. *et al*, 2009).

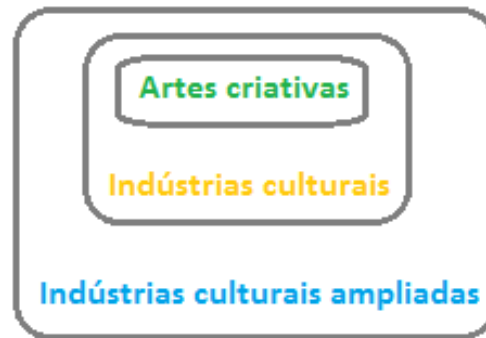
Figura 4 – Modelo de quadrados concêntricos – Comissão Europeia.



Fonte: GORGULHO. Elaboração própria.

A UNCTAD agrupa os segmentos da cultura de outra forma e classifica as atividades das indústrias criativas em três esferas: o núcleo de artes criativas, como literatura, música, artes performáticas e visuais; o núcleo de indústrias culturais como cinema, museus e bibliotecas; e o núcleo de indústrias culturais ampliadas como serviços de patrimônio, editorial, gravação de som, TV e rádio (UNCTAD, 2010). Sintetizando, são indústrias que produzem produtos e serviços culturais, as quais combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos que não podem ser alcançados por natureza, são protegidos por direitos autorais e promovem diversidade e acesso a cultura (UNCTAD, 2010).

Figura 5 – Modelo apresentado pela UNCTAD de economia cultural.



Fonte: UNCTAD. Elaboração própria.

Já a Unesco¹⁷, entende que a economia da cultura envolve atividades que combinam a criação, produção e comercialização de bens e serviços com conteúdo de natureza cultural e intangível, protegidos por direito de reprodução. Ela reúne as atividades de bens e serviços culturais em quatro grandes grupos que compreendem quatorze segmentos (GORGULHO, 2009).

Figura 6 – Modelo dos quatro grandes grupos da economia cultural da Unesco.



Fonte: Unesco. Elaboração própria.

Os quatro grandes grupos são: o núcleo dos bens culturais como patrimônio, livros, jornais, periódicos, outros materiais impressos, mídia gravada, artes visuais e mídia audiovisual; o núcleo dos serviços culturais que incluem serviços audiovisuais e correlatos, serviços de cobrança de royalties de copyright e de taxas de licenciamento; os bens culturais correlatos como equipamentos/material de apoio, plantas e desenhos de arquitetura e material de propaganda; os serviços culturais correlatos como serviços de informação e de agências de notícias, serviços de publicidade e arquitetura, outros serviços pessoais, culturais e de recreação (GORGULHO, 2009).

¹⁷¹⁷ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

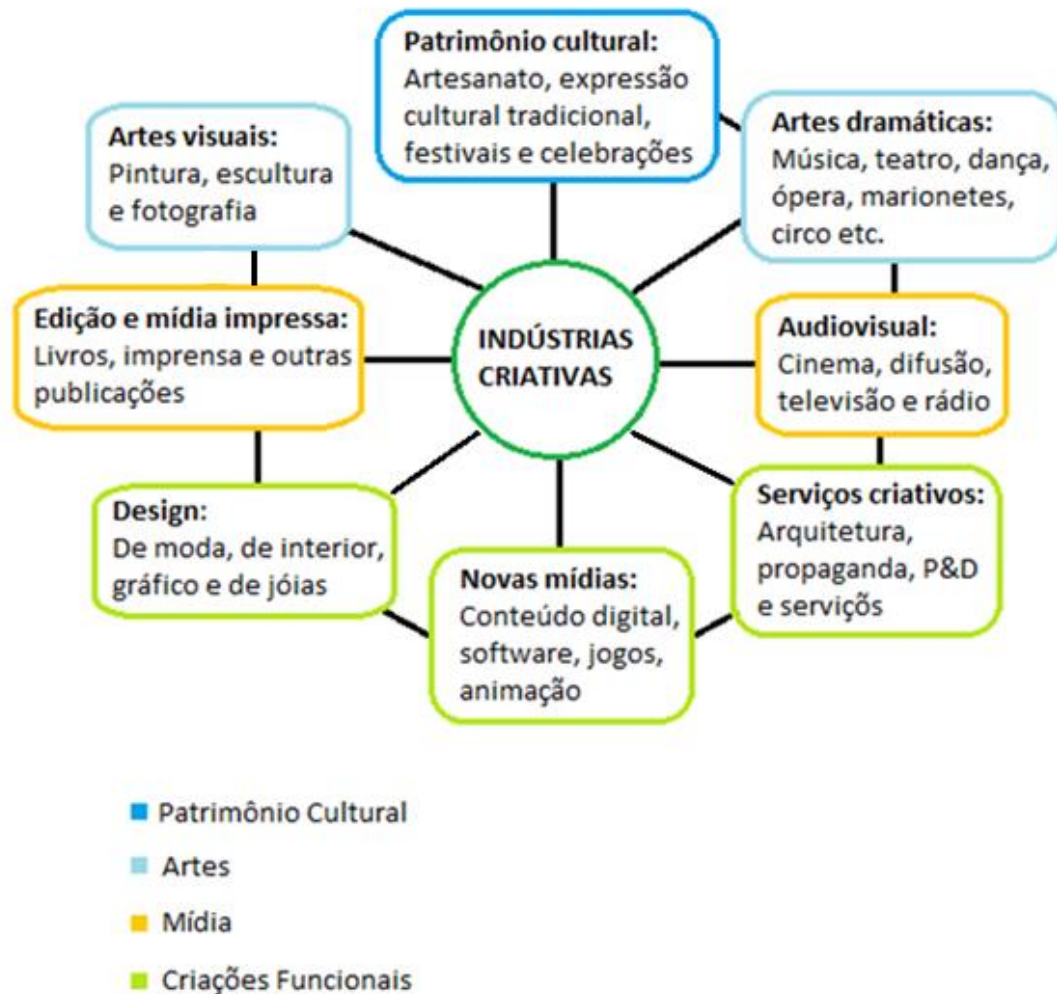
2.2.2 Indústrias criativas

Indústria criativa é um termo que pode ter definições variadas de acordo com as características locais de cada país. Ela começou a ser estudada de início na Austrália em 1994, e teve maior ênfase em 1997 na Inglaterra por consequência de mudanças econômicas e sociais frutos da competição global, quando houve transferência das atividades industriais para as atividades com foco no conhecimento, encontradas no setor de serviços (UNCTAD, 2010). Por ser um conceito amplo, ela abrange indústrias culturais e toda a produção artística e cultural, ao vivo e industrial (BENDASSOLLI; CUNHA; KIRSCHBAUM, 2009).

Howkins apresenta uma definição de indústrias criativas que se estende por quatro setores: o setor das patentes, que equivalem à escrituras ou à matrículas de propriedade, que possuem valor de mercado e podem ser negociadas ou licenciadas à terceiros como royalties; o setor das indústrias de copyright, atividades que são consideradas econômicas relacionadas aos direitos materiais dos autores e outros artistas, criativos realizadas como parte de uma indústria independente, ou por dentro de uma indústria convencional que abrange áreas de impressão e publicação de livros, periódicos e edição de música, apresentações musicais e gravações de som, teatro, indústrias de cinema, cinemas e distribuição de vídeo, indústrias de software, banco de dados e indústrias de multimídia, serviços on-line, radiodifusão, arquitetura, artes visuais; artes aplicadas e certos tipos de projetos como design de vestuário têxtil, fotografia e publicidade; o setor de design; e o setor das marcas registradas, composto de nomes ou símbolos utilizados para a identificação de empresas, produtos ou serviços. (HOWKINS, 2001).

Esta abrangência pode ser incluída na chamada economia do conhecimento. Para Howkins este termo tem foco no trabalho intelectual resultante na propriedade intelectual (HOWKINS, 2001). Abaixo pode ser observado a classificação da UNCTAD para indústrias criativas.

Figura 7 – Classificação da UNCTAD para Indústrias Criativas.



Fonte: Adaptado de UNCTAD (2010).

Em 2004, a UNCTAD adotou um conceito de indústrias criativas na *Conferência Ministerial da UNCTAD* que pode ser observado na citação abaixo.

As indústrias criativas são os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial (UNCTAD, 2010, p. 8).

Para Throsby os serviços e produtos criativos e culturais contêm a criatividade originada do intelecto como elemento fundamental para sua produção (THROSBY, 2001). Produtos criativos ou culturais segundo a UNCTAD são considerados “[...] trabalhos

artísticos, performances musicais, literatura, filmes, programas de televisão e videogames que compartilham as características (UNCTAD, 2010, p. 4) ou não do grupo produtor do serviço, que em sua produção necessitam demandar qualquer criatividade, contendo mensagens simbólicas para aqueles que o consomem. Podem ser definidos também pelo tipo e valor que criam, chegando a valores não mensuráveis, que por outro lado tem valor tanto pelo lado do fabricante quanto pelo lado do produtor. Na categoria de produto criativo especificamente, acrescenta-se produtos como moda e software (UNCTAD, 2010).

2.2.3 Classe Criativa

No livro *A Ascensão da Classe Criativa*, Florida define que a classe criativa tem bases econômicas, moldadas e sustentadas por hábitos sociais, culturais e o estilo de vida dos membros. Não é uma classe muito bem definida como era a classe industrial, mas esta compartilha de muitos desejos, gostos e preferências em comum (FLORIDA, 2011).

A presença desta classe criativa pode ser descrita como um grupo de profissionais que dinamizam a economia, a sociedade e a cultura, principalmente em áreas urbanas. Esta classe configura-se nos campos de mídia, audiovisual, games, software, design, educação, artes, música e entretenimento, ciência, engenharia, arquitetura com o propósito de criar ideias e novas tecnologias, ou seja, um conteúdo criativo que agrega valor econômico (UNCTAD, 2010).

Esta nova classe, que se difere da classe operária, irá dominar o mercado segundo Florida. Estes novos trabalhadores estão mudando o cenário econômico mundial, estão envolvidos nas mais diversas áreas, prontos para a resolução dos mais variados problemas complexos. A criatividade de toda esta classe é fundamental para a sobrevivência da Economia (FLORIDA, 2011).

2.2.4 Cidades Criativas

No período pós industrial em que vivemos, as cidades apresentam funções econômicas em formulações de estratégias de desenvolvimento local. O conceito de cidade criativa vem sendo absorvido por muitas cidades do globo, principalmente capitais, para restituir o crescimento socioeconômico e atrair força de trabalho criativo (UNCTAD, 2010).

Cidades criativas podem ser consideradas como áreas urbanas direcionadas à cultura e à inovação. A inovação vem de critérios de viabilidade para a criatividade, gerando valores de

mudança que melhoram e progridem as atividades sociais, culturais e econômicas. A criatividade com bases culturais estimula os talentos do coletivo e do individual. Estas cidades facilitam o desenvolvimento e a transformação de serviços e produtos novos facilitados pelos agentes econômicos, culturais e sociais. O cenário econômico se torna atraente devido aos ambientes social, ambiental e econômico estarem em complementação oferecendo qualidade de vida à sociedade. Nesse contexto o crescimento econômico é impulsionado levando a uma economia do conhecimento¹⁸ que esta baseada na geração de valores com origem em informação, conhecimento e ideias. Cidades nesses padrões integram atividades econômicas de todos os setores para geração de empregos, valor, riqueza e inclusão social (REIS; KAGEYAMA, 2011).

2.3 Desenvolvimento e Economia Criativa e Cultural

A percepção do desenvolvimento é uma questão dos tempos modernos, quadro diferente do pensamento conservador do status dos antigos regimes. Este fato serve como paradigma para a percepção da evolução das sociedades. Quando o assunto é desenvolvimento, deve-se considerar a observação dos pontos de vista econômicos, sociais e culturais. Pois estes estão inteiramente ligados. O ponto de vista econômico é imprescindível para que haja estabilidade monetária, equilíbrios econômicos e financeiros, visando a contribuição juntamente ao desenvolvimento social e cultural (LIMA, 2012).

Celso Furtado destaca que a inovação está no centro das transformações estruturais capitalistas, pois atos inovadores provocam convergências que causam descontinuidade estrutural, por consequência, tais atos levam a mutações no sistema econômico (ALBUQUERQUE, 2013). Estas mudanças provocam o desenvolvimento econômico que, para Schumpeter, ocorre através do processo de destruição criativa, consistindo na substituição de produtos antigos e novos hábitos de consumo. É neste processo que aparece a figura central do empresário inovador, um agente econômico que traz produtos inovadores ao mercado pelo fato de combinar eficientemente os fatores de produção ou por praticar alguma inovação tecnológica ou invenção (COSTA, 1982).

Lembrando que o que move a economia criativa é a criatividade e não o capital (LIMA, 2012), ao pensar em crescimento econômico é fundamental que se utilize os benefícios da classe criativa, tendo como consequência resultados econômicos criativos,

¹⁸ Economia do conhecimento é um termo usado para a definição de um novo paradigma onde o conhecimento e a tecnologia são considerados novos fatores de produção, além de capital e mão de obra.

através de tecnologias, ideias novas, negócios inovadores, mercados ou processos produtivos novos e crescimento regional voltado para o global. Estas novas características comportamentais da sociedade são observadas como opções criativas de desenvolvimento vistas neste início de século (HOSPERS, 2003).

Abaixo, segue uma ilustração da dimensão do desenvolvimento da economia criativa, onde a mesma possui complexas interações, mostrando que a natureza das políticas econômicas criativas são multidisciplinares por natureza (UNCTAD, 2010).

Figura 8 – Multidisciplinaridade das Políticas Econômicas.



Fonte: Adaptado de UNCTAD (2010).

As atividades relacionadas a cultura também fomentam estratégias para os países se desenvolverem. A cultura passa a ser geradora de valor por ser incorporada nos produtos como informação, levando características locais juntas à transformação de intelecto e criatividade, que dão as dimensões de cultura locais no capitalismo globalizado. (COCO; NEGRI, 2006).

Um ponto de convergência entre economia criativa e desenvolvimento é a questão da sustentabilidade. Quando lida-se com recursos renováveis, a Economia criativa é estratégica

para a sustentabilidade do planeta e nossa espécie, sendo um fator de interação e de evolução da sociedade (LIMA, 2012).

Quanto às localidades, as forças de mercado tendem a aumentar ao invés de diminuir as desigualdades entre as regiões. A expansão econômica de uma região pode ter uma influência negativa nas regiões vizinhas, pelo efeito das migrações do capital e do comércio. A Economia criativa faz com que estes efeitos sejam interligados em função dos benefícios das atividades econômicas regionais. Todas as regiões interagirão em função do crescimento em conjunto e não com uma causando prejuízo às demais mais atrasadas (CABUGUEIRA, 2000).

A maior parte do assunto tratado quando se é abordado o tema Economia criativa, está focado nas economias desenvolvidas. Economias que estão se desenvolvendo precisam de mais tempo, pelo fato de necessitarem reforçar suas estruturas institucionais e de políticas para o melhor aproveitamento das suas potencialidades criativas. Estas potências enfatizam o impacto econômico na produção cultural e criativa para os mercados e para a vida social. A prática do desenvolvimento e a teoria atual precisam se adaptar às questões culturais, sociais, econômicas e tecnológicas das regiões em que se estabelecem (UNCTAD, 2010). A UNCTAD atesta que o mundo necessita reorientar os modelos econômicos e estimular mudanças nas estruturas de produção e consumo para resultar no bem estar da sociedade como um todo (UNCTAD, 2010).

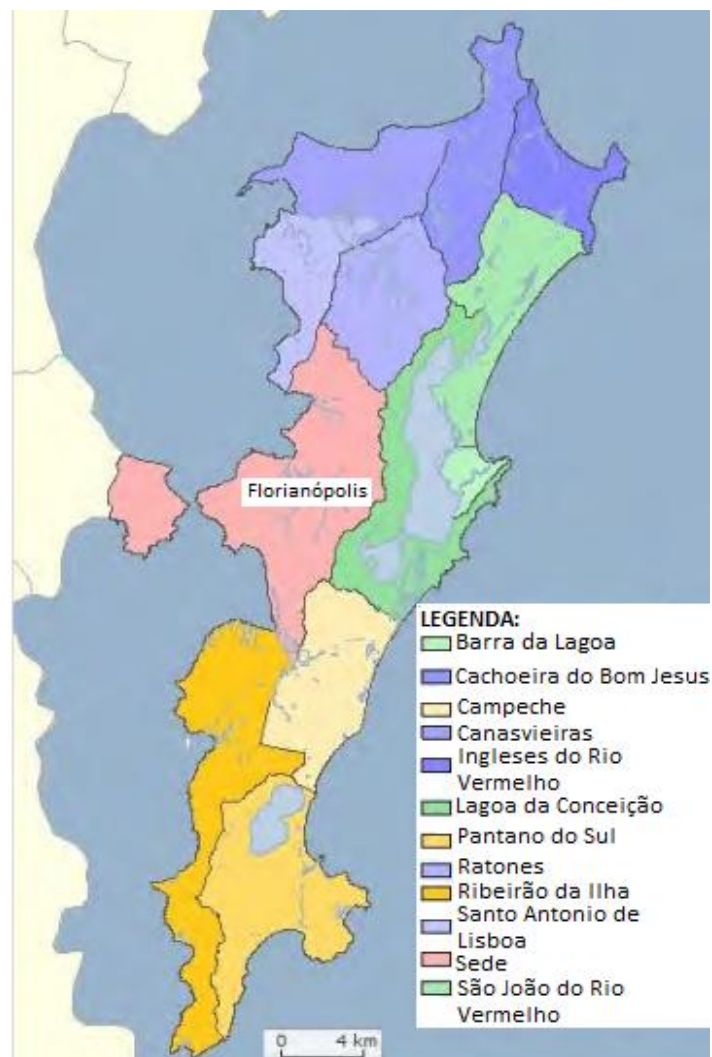
Portanto a pesquisa será constituída por uma investigação teórica sobre as principais literaturas científicas com relação entre criatividade e economia, economia criativa, economia cultural, suas classes, cidades e a relação entre desenvolvimento e economia criativa e cultural que foram constituídas ao longo das últimas décadas. Assim sendo, a pesquisa bibliográfica será baseada em livros, teses, e artigos acerca do assunto. A pesquisa documental será baseada com o uso de dados coletados em sites, leis e também com o uso de contribuições de muitos autores por meio digital.

3 ECONOMIA CULTURAL EM FLORIANÓPOLIS

3.1 Município de Florianópolis

Fundada em 23 de março de 1726 e colonizada por lusitanos emigrados do Arquipélago do Açores, Florianópolis é mundialmente conhecida e muito famosa por suas belezas naturais e culturais. É a capital do estado de Santa Catarina e possui um território com área de 438,56 Km², onde 426,60 Km² desta área pertencem à ilha e 11,90 Km² são referentes à área continental, incorporada ao território do município em 1944 (PMF; CFFC, 2013). A região florianopolitana é dividida em doze distritos que podem ser observados na figura abaixo.

Figura 9 – Mapa do Município de Florianópolis e seus Distritos.



Fonte: PMF; CFFC, 2013, p. 9.

Sua economia é baseada em atividades de comércio, prestação de serviços públicos, indústria de transformação, construção civil e principalmente cultura e turismo. Faz parte da sua estrutura cultural fundações, teatros, cinemas, centros históricos, literatura, música, bandas e artistas locais. No turismo Florianópolis tem sua principal fonte de renda beneficiada pelos traços fortes da cultura açoriana, podendo ser observada em edificações, artesanato, folclore, culinária e tradições religiosas locais (PMF; CFFC, 2013).

Nos anos 60 com a implantação da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis se tornou também uma cidade universitária motivando a migração de grandes contingentes de pessoas de outras localidades. Florida afirma que a universidade é parte da estrutura social e uma instituição essencial para a economia criativa, servindo na formação especializada de mão obra criativa e cultural. Contribuindo com inovações para a qualidade e crescimento eficaz do local, ela estimula a comunidade fomentando desenvolvimento social, econômico e sustentável (FLORIDA, 2011).

Nos anos 70 este fluxo de novos moradores aumentou com a abertura da BR 101 e a construção da ELETROSUL¹⁹ da TELESC²⁰ que atraíram muitos engenheiros e suas respectivas famílias (PMF; CFFC, 2013).

Estes indivíduos que deixam seus locais de origem podem ser chamados de forasteiros inovadores. Tais imigrações são fundamentais para os processos de inovação e crescimento econômico além de acrescentarem parte de seus conhecimentos e suas culturas à cultura local (FLORIDA, 2011).

Assim o capital social-cultural adquire características de uma sociedade como um todo, incluindo a diversidade cultural e individual do local. Este capital é um meio social que utiliza a criatividade como elemento essencial e que garante apoio nas formas artística, cultural e econômica (STERN; SEIFERT; 2008), proporcionando ambientes mais propícios à manifestações de criatividade e cultura que se harmonizam como pode ser verificado no município de Florianópolis (JACOBS, 2009). As forças de mercado tendem a diminuir a desigualdade entre os distritos acarretando em uma integração entre ambos que resulta em benefícios às atividades econômicas e culturais (CABUGUEIRA, 2000).

No ano de 2011 Florianópolis foi considerada a terceira com o maior Índice de Potencial Criativo dentre todas as capitais do Brasil. Em um cenário econômico que envolve cultura, criatividade, inovação, fatores relacionados à salários e produção do setor criativo, ou seja, apresenta uma boa homogeneidade em seu ambiente urbano como escolas por

¹⁹ Eletrosul Centrais Elétricas S.A é uma empresa subsidiária da Centrais Elétricas S.A.

²⁰ Telecomunicações de Santa Catarina.

habitantes, existência de centros culturais, capital social no que condiz à diversidade e ao investimento em segurança pública (VIEIRA, 2013).

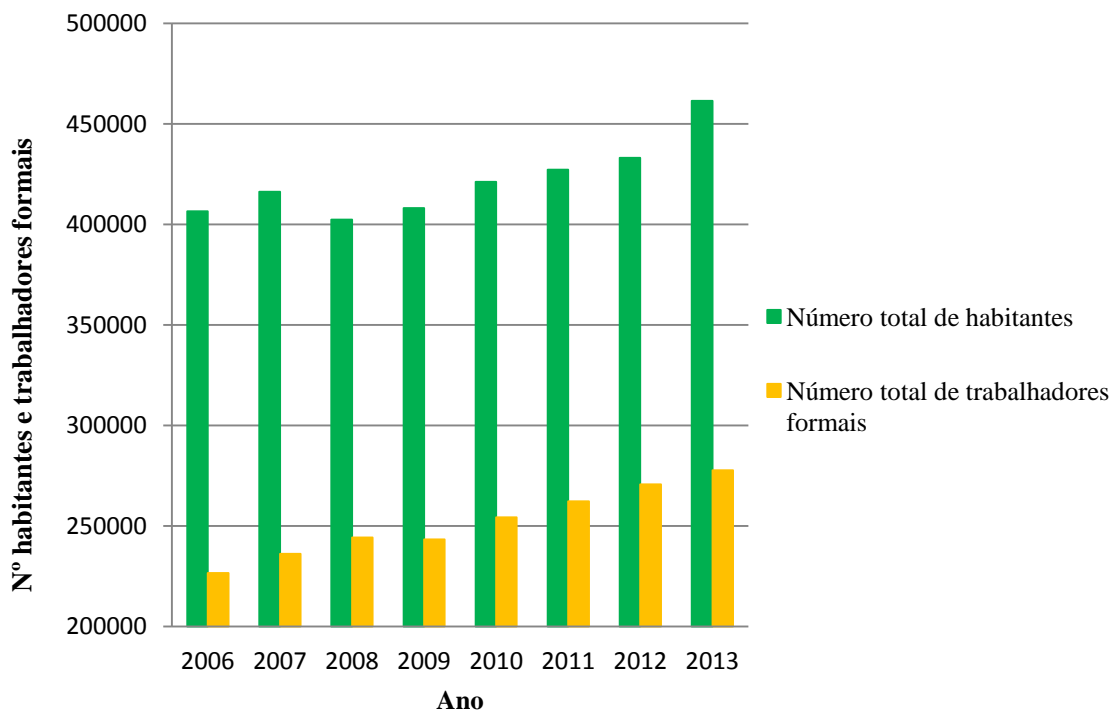
O índice de criatividade gerado pela FecomércioSP, evidência que as cidades com melhores condições socioeconômicas têm maior potencial para atrair e reter talentos criativos. Isto representa uma oportunidade real para impulsionar o desenvolvimento local com a expansão da economia criativa e cultural. Este índice classificou Florianópolis como a oitava cidade mais criativa do país no ano de 2012 (FECOMERCIOSP, 2012).

3.1.1 População de Florianópolis

Abaixo será verificada a comparação entre a população, definida como o número de habitantes por ano, e a amostra obtida, definida como o número total de trabalhadores formais de Florianópolis. Esta amostra será comparada a seguir ao número total de trabalhadores culturais formais do município. Estas comparações darão uma noção de proporção da população para uma melhor análise e contextualização dos dados.

Florianópolis possui uma rotatividade grande de pessoas anualmente, por se tratar de uma cidade turística e universitária assim como à cultura açoriana, às praias e aos eventos culturais. Do ano de 2006 a 2013 ganhou um aumento de 54.959 mil habitantes. Para o período em análise a média de habitantes anual é de 422.070 mil e dentre este fluxo de pessoas uma parcela da mão de obra destina-se à setores da economia cultural, o que pode ser verificado no gráfico 4. O gráfico 1 abaixo mostra a população total de Florianópolis e a parcela desta população que correspondente à mão de obra formal.

Gráfico 1 – Número total de habitantes e número total de trabalhadores formais de Florianópolis.



Fonte: Rais. Elaboração própria.

O número de trabalhadores formais acompanha a trajetória ascendente anual do número total de habitantes de Florianópolis. De 2006 a 2013 o aumento foi de 51.144 mil trabalhadores formais, que representam uma média anual de 251.882 mil trabalhadores existentes por ano. No ano de 2013 a quantidade de trabalhadores formais representava 60,18% do total de habitantes, havendo um aumento de 4,44% na mão de obra formal desde o ano de 2006.

O surgimento da economia criativa e da economia cultural causou grandes transformações na distribuição das pessoas em grupos ou classes sociais (FLORIDA, 2011).

Neste contexto surge o empresário inovador de Schumpeter, que tem uma visão bem elaborada de alocação de recursos capazes de desenvolver a economia e com ela a cultura da região. Este agente terá ideias inovadoras de projetos culturais locais, eventos e produtos culturais e de como estes recursos trarão retorno para a sociedade (COSTA, 1982).

3.1.2 Produto Interno Bruto Per Capita

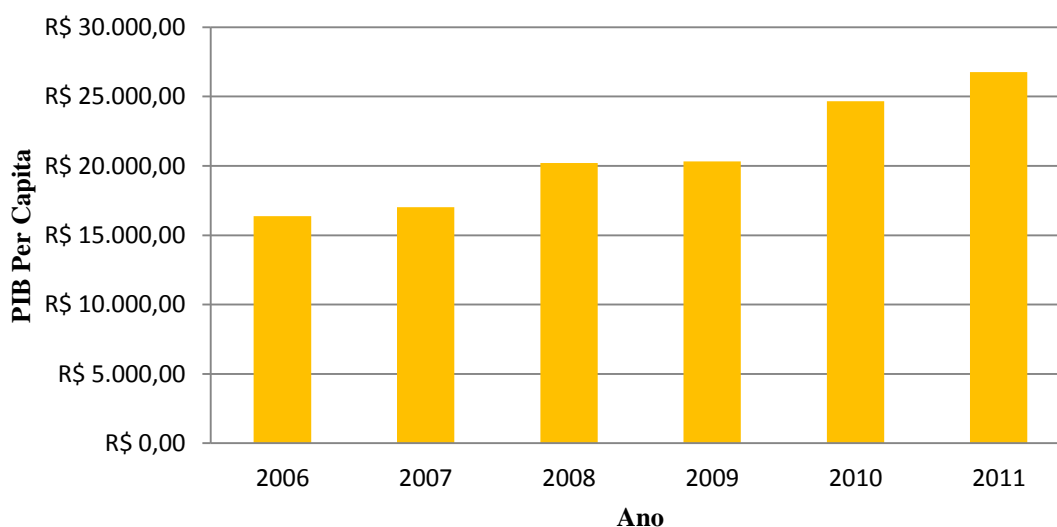
Um indicador econômico agregado ao produto, à renda e à despesa. É um indicador utilizado também para analisar a qualidade de vida do município e seu desenvolvimento.

O Produto Interno Bruto representa o montante que as empresas, indústrias ou setores contribuem para a economia. Em linhas gerais, este é medido pela renda gerada pelo negócio, indústria ou setor menos o consumo intermediário de bens e serviços utilizados a fim de produzir sua saída. O Produto Interno Bruto é, portanto, a medida padrão utilizada nas estatísticas oficiais para medir a contribuição das indústrias para a economia, e permite a comparação entre os setores/indústrias (PINTO; AFONSO, 2013, p. 8).

O PIB Per Capita contabiliza dados diretos que influenciam indiretamente a cultura, pois as atividades culturais complementam na contabilização total do indicador.

Para a elaboração do gráfico 2, os dados do PIB Per Capita²¹ do município de Florianópolis foram coletados do DATASUS²² que utiliza dados para os anos de 2006 a 2008 e do IBGE²³ para os anos de 2009 a 2011. Esta trajetória de dados foi somente do ano de 2006 a 2011 pois os dados dos anos de 2012 e 2013 não foram divulgados até o momento.

Gráfico 2 – Evolução do PIB Per Capita de Florianópolis.



Fonte: DATASUS e IBGE. Elaboração própria.

O PIB Per Capita de Florianópolis no período apresenta uma trajetória ascendente. No ano de 2006, o valor de todos os bens e serviços produzidos divididos pela população a preços correntes do município foi de R\$ 16.362,23, ao final do período, no ano de 2011, o valor da soma destes bens e serviços pela população atingiu um valor a preços correntes de R\$

²¹ Produto Interno Bruto Per Capita.

²² Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde.

²³ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

26.749,29. Verifica-se que houve um crescimento econômico em Florianópolis de 8,29% que no período recebeu a contribuição de atividades criativas e culturais.

O PIB Per Capita tem a finalidade de acrescentar à visão de crescimento o desenvolvimento econômico e social. O desenvolvimento econômico exprime o bem estar material da população, mas é o desenvolvimento cultural que dá definição à esta qualidade (BARROS, 2008). São os setores criativos que focam na diferenciação de produtos e serviços e atuam fortemente na geração de valor, renovando a velha matriz produtiva e contribuindo no produto interno gerado. Isso ocorre devido à possibilidade da cultura ser usada para incentivar o desenvolvimento econômico sustentável, onde as atividades culturais são consideradas como atividades estratégicas por gerarem trabalho, emprego e renda. Analisar o PIB Per Capita juntamente com o IDH é interessante pelo fato de aliar o crescimento econômico ao desenvolvimento humano (FIRJAN, 2008).

A única pesquisa feita sobre a mensuração do PIB na cultura foi feita pela Fundação João Pinheiro entre 1985 e 1995 e publicada em 1998 pelo Ministério da Cultura onde não foram abrangidos todos os setores da economia criativa (IBGE, 2014). Faltam estudos e pesquisas fidedignas que analisem este assunto para dar um panorama geral da contribuição do PIB no campo da cultura do país e das regiões.

3.1.3 Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal é considerado um dado importante pois é uma maneira de se medir o desenvolvimento de países, estados ou municípios através de parâmetros como educação (analfabetismo), perspectiva de vida (natalidade e mortalidade) e renda (PIB Per Capita). Possibilita o melhor conhecimento real da região tendo por objetivo achar soluções para melhorar a qualidade de vida da população. O IHD Municipal oferece um contraponto para um dos indicadores mais utilizados, o Produto Interno Bruto Per Capita, que considera apenas a dimensão econômica para a análise do desenvolvimento.

Neste trabalho, em relação ao índice de desenvolvimento, será comentado somente sobre a educação, seus níveis de escolaridade, a renda dos trabalhadores culturais de Florianópolis e suas classes sociais.

Devido à construção deste índice se dar por conta Censo Demográfico²⁴, realizado de dez em dez anos, foram pegos somente o IDHM referente aos anos de 2000 para ser usado como base de comparação com o ano de 2010, o mais recente.

O valor deste índice varia de zero a um. Municípios que se encontram com valores até 0,499 apresentam um índice de desenvolvimento baixo, municípios que apresentam valores de 0,500 a 0,799 são considerados como tendo um índice de desenvolvimento médio e os que apresentam um índice com valores de 0,800 a 1 apresentam um índice de desenvolvimento bom (PNUD, 2013).

Tabela 2 – IDHM de Florianópolis.

Ano	IDHM	%	Classificação
2000	0,766	77%	Médio
2010	0,847	85%	Bom

Fonte: Elaboração própria.

No ranking do IDHM²⁵ divulgado pelo PNUD²⁶ em parceria com o IPEA²⁷ e de acordo com o censo realizado no ano de 2010, Florianópolis apresenta a posição de primeiro lugar entre os dez municípios com melhor índice (PNUD, 2014).

A cidade conta com um IDHM de 0,847 que, de acordo com os critérios do PNUD, o órgão que compõe à classificação do índice, classifica Florianópolis como tendo um índice bom, pois está mais próximo do número um do que de zero. Em 2000, o município contava com um IDHM de 0,766, classificado como médio pelo PNUD, comprovando um crescimento na qualidade de vida dos florianopolitanos de 8% ao longo destes dez anos. Este avanço na qualidade de vida ressalta que não apenas a dimensão econômica foi considerada para esta evolução, mas também outras características sociais, políticas e culturais foram fundamentais para este avanço.

A economia cultural, juntamente com suas atividades culturais, é um setor que está em crescimento, gera renda, remunera bem e emprega, tendo efeitos qualitativos e quantitativos na comunidade. Esse vetor de crescimento estimula a qualidade de vida das regiões em que estão inseridas e propostas de desenvolvimento para comunidades com baixo IDH entram como soluções inovadoras (FIRJAN, 2008).

²⁴ Levantamento de dados demográfico para estudos estatísticos da população.

²⁵ Índice de Desenvolvimento Humano Municipal.

²⁶ Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.

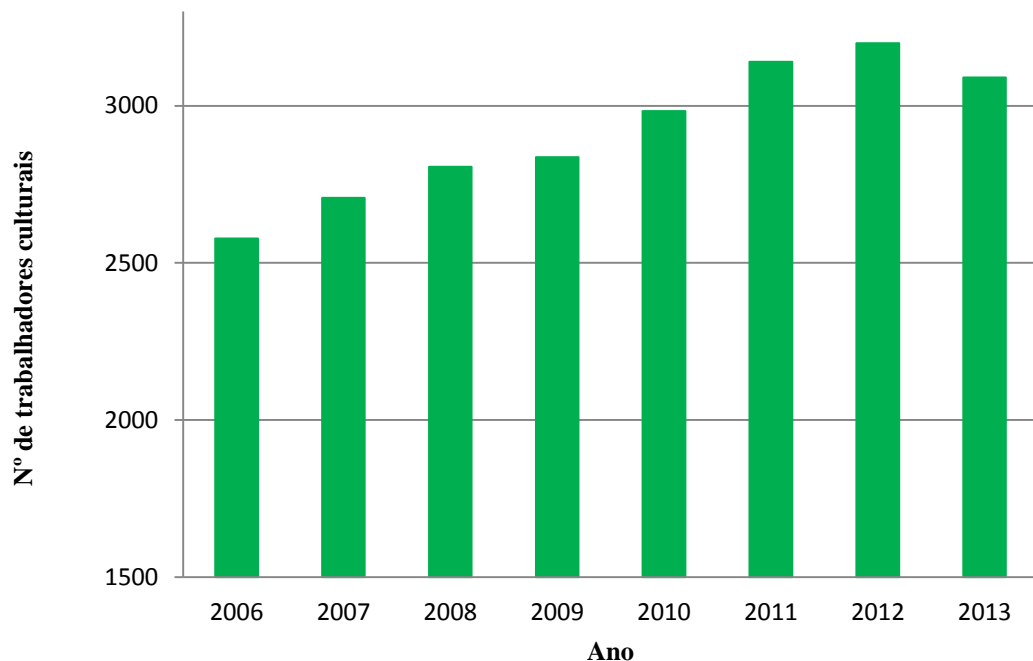
²⁷ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

3.2 Trabalhadores Culturais

Nesta seção, analisa-se a evolução da quantidade de trabalhadores dos setores culturais na cidade de Florianópolis. Este crescimento pode ser observado no gráfico 3. Ele mostra a evolução da quantidade de trabalhadores culturais formais existentes do ano de 2006 ao ano de 2013.

No início do período, o ano de 2006, Florianópolis contava com 2.578 trabalhadores culturais, que representavam uma parcela de cerca de 1,14% do número de trabalhadores formais que existiam no município, ao todo 226.597 mil trabalhadores. O gráfico 3 mostra a evolução anual dos trabalhadores culturais de Florianópolis.

Gráfico 3 – Evolução anual do total do número de trabalhadores criativos da economia cultural de Florianópolis.



Fonte: Rais. Elaboração própria.

De 2006 até o fim do período em 2013, houve um aumento de 512 trabalhadores culturais. Neste mesmo ano a mão de obra cultural representava 1,11% do número total de trabalhadores formais. Os trabalhadores culturais representam uma parcela menor em relação aos trabalhadores formais totais se comparada ao ano de 2006. Constata-se através da evolução dos dados que o setor de mão de obra cultural de Florianópolis encontra-se estagnado.

Desta forma a mão de obra cultural, que utiliza da sua criatividade vinda do intelecto para a geração de produtos e serviços culturais ou serviços com relação à cultura (THROSBY, 2001), não evoluiu na cidade de Florianópolis, pelo menos se considerarmos os trabalhadores formalmente. Esta classe está relacionada à produção de trabalhos artísticos e performances artísticas como teatros e shows musicais, literatura, filmes, atividades de televisão e rádio, utilizando também ajuda do governo e estruturas culturais (UNCTAD, 2010) e pode ser susceptível a laços trabalhistas não formalizados.

Na tabela 3, no período analisado observa-se então uma média de 1,16% da parcela de trabalhadores culturais em relação aos trabalhadores formais totais. Assim, os setores de economia cultural que, segundo Florida (2011), são responsáveis pelo emprego de uma parcela da população que tende a crescer anualmente, não podem ser considerados setores de dinamização do mercado de Florianópolis.

Tabela 3 – Porcentagem do número de trabalhadores culturais formais em relação ao número de trabalhadores formais.

Ano	Número total de trabalhadores formais	Número total de trabalhadores culturais	(%) Trabalhadores culturais
2006	226597	2578	1,14%
2007	236040	2707	1,15%
2008	244253	2806	1,15%
2009	243316	2836	1,17%
2010	254222	2983	1,17%
2011	262179	3140	1,20%
2012	270709	3199	1,18%
2013	277741	3090	1,11%

Fonte: Rais. Elaboração própria.

A concentração de indivíduos do ramo cultural nas regiões gera novas ideias e inovação (HOSPERS, 2003). O espaço que concentra pessoas que fomentam a cultura são um fator elementar que contribui para o funcionamento econômico social da cidade, pois integra organizações e entidades públicas e privadas. Estas pessoas são tidas como recursos fundamentais para o território urbano produtor e consumidor de atividades e produtos criativos e culturais (UNCTAD, 2010).

3.2.1 Número de trabalhadores criativos culturais por atividade cultural

Para chegar ao universo de trabalhadores criativos por atividade cultural do município de Florianópolis, utilizou-se as adaptações entre as atividades da UNCTAD e do CNAE 2.0.

Levando em conta a comparação feita entre o início e o final do período, o gráfico 4 disponibiliza a evolução no número de trabalhadores criativos culturais nos dezesseis setores da atividade cultural da região.

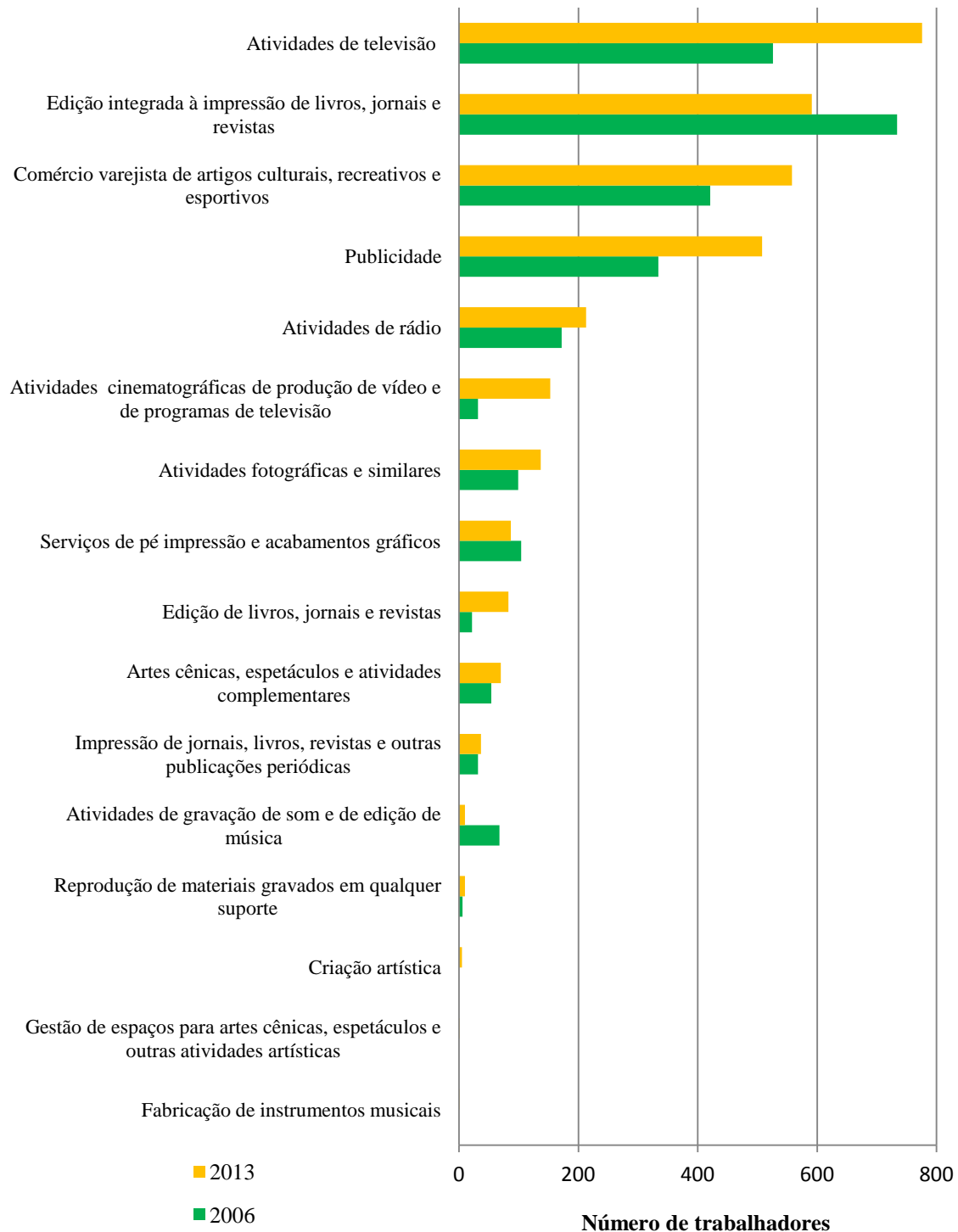
A respeito da distribuição do emprego por atividade cultural, foi constatado diferenças entre o número de empregados de cada um dos setores culturais em Florianópolis. As primeiras informações chamam atenção para a liderança dos quatro primeiros setores que se destacam nos anos de 2006 e de 2013 por concentrarem uma quantidade maior de trabalhadores culturais em relação às outras doze atividades. São elas, as atividades de televisão; edição integrada à impressão de livros jornais e revistas; comércio varejista de artigos culturais e publicidades. A atividade de edição integrada à impressão de livros jornais e revistas, em relação aos outros quatro que lideram, foi a única atividade que comparando com o início do período (ano de 2006), obteve um maior número de trabalhadores culturais do que as outras três atividades em 2013.

Os setores em que a UNCTAD agrupa os segmentos da cultura é o que utiliza a classificação em três esferas: o núcleo de artes criativas como literatura, música, artes performáticas e visuais; o núcleo de indústrias culturais como cinema, museus e bibliotecas; e o núcleo de indústrias culturais ampliadas como serviços de patrimônio, editorial gravação de som, TV e rádio (UNCTAD, 2010). Fora as categorias culturais que se encontram em maior destaque, as atividades de serviços de impressão e acabamentos gráficos e as atividades de gravação de som e de edição de música não apresentaram evolução do ano de 2006 para 2013. Já as atividades de fabricação de instrumentos musicais, a gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas, e a criação artística do grupo de artes cênicas não apresentaram aumento significativo de evolução na quantidade de trabalhadores destas atividades.

A indústria criativa conta com setores líderes contendo atividades com base na criatividade e no conteúdo intelectual, artístico e cultural (FIRJAN, 2008). A distribuição dos empregados nas atividades da área cultural de Florianópolis sofre variações grandes no número de trabalhadores por área, variando de nenhum trabalhador e podendo chegar ao acúmulo de aproximadamente setecentos trabalhadores para a mesma atividade. Em

contrapartida existe um desfalque nos dados pela impossibilidade de contabilizar a parte de trabalhadores culturais informais existentes no município.

Gráfico 4 – Evolução da quantidade de trabalhadores da área cultural por atividades criativas culturais.



Fonte: Rais. Elaboração própria.

No ano de 2013 os quatro setores destacados no início, se somados, empregam o triplo em relação às outras dozes categorias de trabalho cultural.

Trabalhadores culturais dirigem sua formação para as mais variadas formas e categorias de empregos culturais e como foi visto no capítulo três podem estar divididos em dezesseis atividades culturais (FLORIDA, 2012).

Estas atividades culturais dependem também da classe de serviços, sendo esta terceirizada e servindo de apoio e suporte à demandas da classe criativa cultural (FLORIDA, 2012).

A UNCTAD afirma que as contribuições que os setores criativos trazem para a vitalidade da cidade são resultados fundamentais causadores de contribuições diretas para o rendimento, valor agregado, renda e emprego da região. Já as contribuições indiretas estão relacionadas como, por exemplo, gastos de turistas que vêm à cidade para desfrutar da cultura e das belezas naturais da região (UNCTAD, 2010).

A tabela 4 mostra de maneira resumida a evolução dos grupos criativos. Os grupos destacados com maior concentração de trabalhadores são os grupos de audiovisuais, seguido do grupo de publicações para o ano de 2013, caso que se mostra invertido em 2006, pois as tecnologias relacionadas a área audiovisual eram menos desenvolvidas na época quando comparadas à facilidade e à acessibilidade de materiais que os profissionais da área têm a disposição atualmente. Observa-se que os grupos de publicações e audiovisual apresentam um setor com um número maior de atividades com trabalhadores formais, enquanto artes cênicas e visuais concentram uma grande parte de mão de obra informal. Vê-se então dados de amostra do grupo de artes cênicas e visuais como não sendo muito fidedignos pois não contabilizam boa parte da população considerada informal. Enquanto publicações e audiovisuais seguem concentrando aproximadamente 90% dos trabalhadores culturais formais no período.

Tabela 4 – Porcentagem da quantidade de trabalhadores culturais por grupo criativo.

Grupo Criativo	Ano	(%)	Ano	(%)
	2006		2013	
Artes cênicas	54	2,09%	77	2,49%
Artes visuais	99	3,84%	137	4,43%
Publicações	1313	50,93%	1356	43,88%
Audiovisual	1112	43,13%	1520	49,19%
Total	2578	100%	3090	100%

Fonte: Rais. Elaboração própria.

As atividades culturais geram valores ao incorporarem informação aos produtos levando em conta as características locais acompanhadas de transformação e incrementação do intelecto resultando na produção das cultura local em relação aos grupos de atividades culturais (COCO; NEGRI, 2006).

3.2.2 Classe social e renda dos trabalhadores culturais de Florianópolis

Os indivíduos da classe criativa diferem-se em termos de idade, etnia, estado civil, preferência sexual e classe social (FLORIDA, 2012).

A tabela 4 mostra o número de salários mínimos referentes à classe social de Florianópolis. A classificação foi estabelecida pelos critérios salariais do IBGE.

O valor do salário mínimo no ano de 2006 era de R\$ 350,00 reais, e com a inflação ocorrida no período, o valor do salário mínimo em 2013 era de R\$ 678,00 reais (GUIATRABALHISTA, 2014).

No ano de 2006, um trabalhador da área cultural da classe social D que recebe de um à três salários mínimos, classe esta que concentra o maior número de trabalhadores para o início e final do período, poderia ganhar um salário de até R\$ 1.050,00 reais, já no ano de 2013, trabalhadores da área cultural em Florianópolis poderiam ter sua renda em até R\$ 2.034 reais, o que representa um aumento de 51,62% na renda do período estudado, para a classe D.

Os trabalhadores culturais pertencentes à classe D no ano de 2013 representavam 76,34% dos trabalhadores culturais formais de Florianópolis, estes aumentaram 3,53% desde o ano de 2006.

Tabela 5 – Faixa de remuneração dos trabalhadores culturais de Florianópolis e suas classes sociais (Salário mínimo = SM).

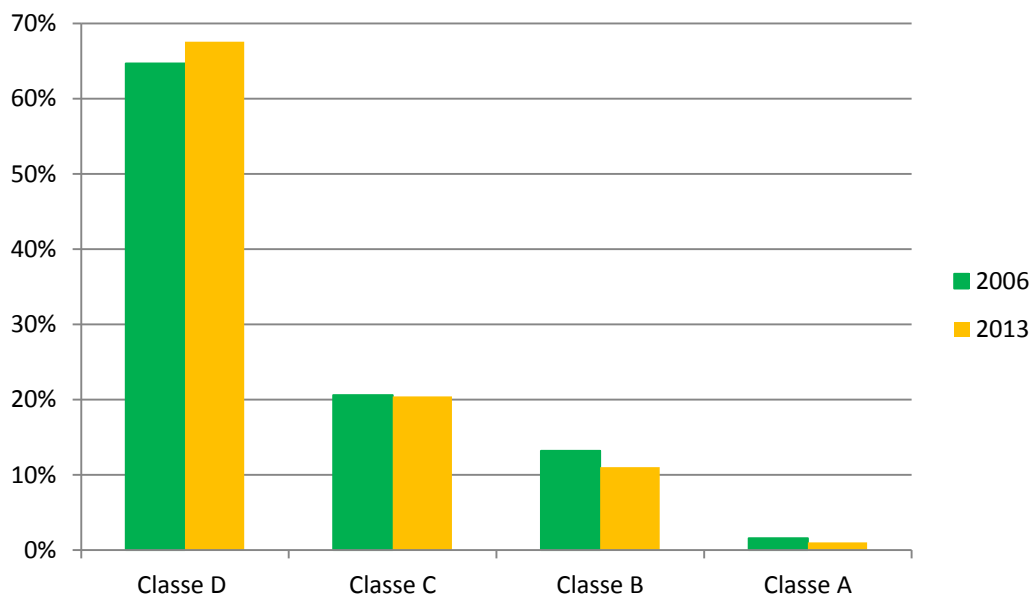
Ano	2006				2013			
Classe social	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Faixa de Remuneração	De 1 à 3 SM	De 3 à 5 SM	De 5 à 15 SM	Mais de 15 SM	De 1 à 3 SM	De 3 à 5 SM	De 5 à 15 SM	Mais de 15 SM
Nº de Trabalhadores culturais	1877	598	383	45	2359	712	384	36
(%)	65%	21%	13%	2%	68%	20%	11%	1%

Fonte: Rais. Elaboração própria.

Nota-se um padrão semelhante quanto à evolução do período para as classes sociais A, B, C e D do ano de 2006 para 2013. Outro padrão destaca-se nesta distribuição, a quantidade de trabalhadores é inversa à quantidade de salários mínimo que dita a classe social ao qual o trabalhador cultural está inserido.

O gráfico 5 possibilita a observação da evolução da quantidade de trabalhadores culturais por classe social no ano de 2006 a 2013, nota-se que a evolução é muito parecida para todas as classes.

Gráfico 5 – Porcentagem dos trabalhadores culturais por classe social.



Fonte: Rais. Elaboração própria.

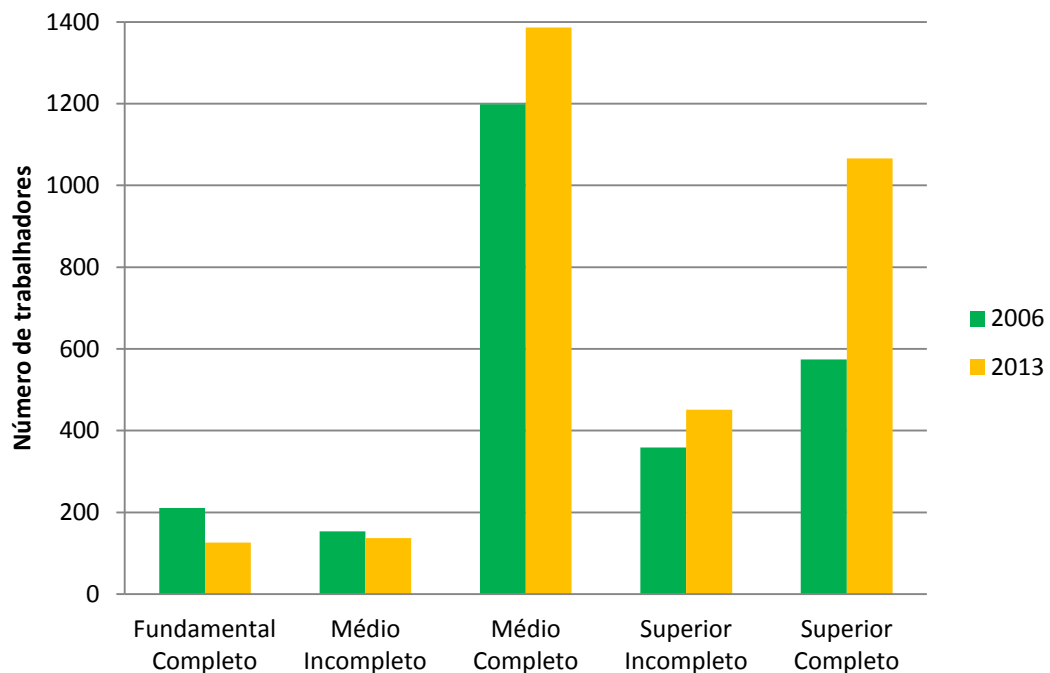
Os membros da classe criativa e cultural não detêm nem controlam meios de produção no sentido físico. Eles possuem a chamada propriedade intelectual, ou seja, a capacidade criativa, caracterizada como bem imaterial (FLORIDA, 2012).

Eles não se definem com base no dinheiro que ganham ou na posição da classe social à qual pertencem, para eles o dinheiro é importante, mas não para tudo na sua vida. Ambiciosos, querem progredir em função à sua capacidade de produção e satisfação pessoal. Assim algumas áreas tornam-se centros da classe criativa e cultural, mais propensos a prosperar economicamente (FLORIDA, 2012).

4.2.3 Escolaridade dos trabalhadores culturais de Florianópolis

No gráfico 6 analisa-se o grau de escolaridade da mão de obra cultural de Florianópolis. Para efetuar a análise do nível de escolaridade foram descartados os analfabetos e os níveis de doutorado e mestrado por não terem números consideráveis à análise.

Gráfico 6 – Grau de escolaridade por número de trabalhadores culturais.



Fonte: Rais. Elaboração própria.

Florianópolis possui mão de obra cultural com grande nível de escolaridade, apresentando uma evolução do ano de 2006 à 2013 para o ensino médio completo, seguido de superior completo e superior incompleto. Profissionais com ensino médio completo

representavam 44,85% dos trabalhadores culturais, e profissionais com ensino superior completo representavam uma parcela de 34,50% no ano de 2013. Ou seja, 79,35% da mão de obra cultural possui um grau considerável de educação em suas formações.

A classe trabalhadora varia entre os qualificados e os desqualificados onde o primeiro, decorrente de uma melhor educação, terá melhores salários. A economia criativa e cultural exige um certo nível de escolaridade que pode ser observado nos setores de publicação e audiovisual, que constituem um mercado mais formal e melhor capacitado (SCOTT, 2006).

As instituições de ensino, em muitos casos, não dão conta de expandir os conteúdos e as informações de maneira a acompanhar a vivência cultural, ou seja, o acompanhamento depende do nível cultural familiar. Na sociedade, os mais providos de recursos vivenciam experiências que dão mais ênfase no conhecimento, no processo criativo e assim refletem no aprendizado. Enquanto a classe menos favorecida conta com os recursos que estão à sua disposição. Assim as classes sociais que detêm capital econômico e cultural conseguem assegurar mais sucesso escolar e posição social. Como pôde ser observado nos gráficos 5 e 6 (BAURDIEU, 2011).

O crescimento econômico ocorre em lugares com pessoas de nível educacional elevado. Indivíduos criativos culturais investem em sua educação para assim cultivar e desenvolver sua criatividade. Possuem ligação direta com o capital humano que, tendo um nível elevado e aliado a um nível bom de educação, gera desenvolvimento. Portando uma solução para fomentar o crescimento regional não está somente relacionado à redução de custos, mas sim aos atributos dos indivíduos produtivos com nível de educação elevado (FLORIDA, 2012).

3.3 Economia da cultura: Gastos com Projetos culturais

O Ministério da Cultura não via como principal meta o desenvolvimento cultural das regiões até o ano de 2003. Até então quase 80% dos recursos para incentivo às artes e cultura eram viabilizados somente por renúncia fiscal e quem era responsável por definir o uso deste dinheiro público eram departamentos de marketing de empresas privadas. A partir de políticas públicas e programas de ação inovadores, o ministério redefiniu seus objetivos e passou a ser uma referência para o desenvolvimento social e econômico do país, discutindo política cultural com segmentos da cultura e da sociedade. A partir disto construiu-se políticas e a sociedade passou a participar de seu planejamento integrando a cultura a direitos de cidadania tanto na expressão quanto no acesso. A valorização da cultura repercutiu e a diversidade

cultural passou a ser vista como patrimônio do país, sendo elevada a política de estado, reconhecendo centenas de artistas produtores, realizadores e usuários do sistema de cultura (MINC, 2014).

Como resultado as políticas públicas, como a criação de leis de incentivo à cultura como a Lei Rouanet e a Lei Municipal de Incentivo à Cultura, são fundamentais para estimular a economia cultural regional pois estas necessitam de projetos que tenham como objetivo reconhecer, proteger, valorizar e promover a diversidade das expressões culturais para se ter acesso aos bens e serviços culturais produzidos, pois estes gera inclusão social, ocupação e renda.

Além das leis, existem algumas instituições como a UNESCO²⁸, o SEBRAE²⁹, o SESI³⁰, o BNDES³¹, o BRDE³² e o SANTANDER que também investem em projetos culturais das regiões visando o desenvolvimento econômico, criando condições para o compartilhamento entre pessoas, culturas e civilizações, desenvolvendo projetos de micro e pequenas empresas relacionadas à economia criativa e cultural e destacando a cultura como fator que alavanca o desenvolvimento econômico sustentável (MASSINHÃ, 2012).

No universo que compõem as leis de incentivo a projetos culturais, o gráfico7, mostra a trajetória anual de investimentos em projetos culturais dos anos de 2006 à 2013.

O período tem uma trajetória ascendente, apresentando dois detalhes que chamam a atenção e que podem ser observados no gráfico. Nos anos de 2008 e 2009, a trajetória se manteve quase estável, ou seja, teve um aumento de investimento em mecenato³³ de 0,47%, sendo considerado pequeno em relação ao início do período. De 2006 à 2008 houve um crescimento de 2,97% nos investimentos em projetos culturais, e 4,90% de 2010 à 2012. No ano de 2013 houve uma queda nos investimentos em projetos culturais de 1,35%, fato que explica também a queda no número de trabalhadores culturais em Florianópolis de 0,47% que pode ser observado no gráfico 3.

²⁸ Organização das Nações Unidas para a Educação.

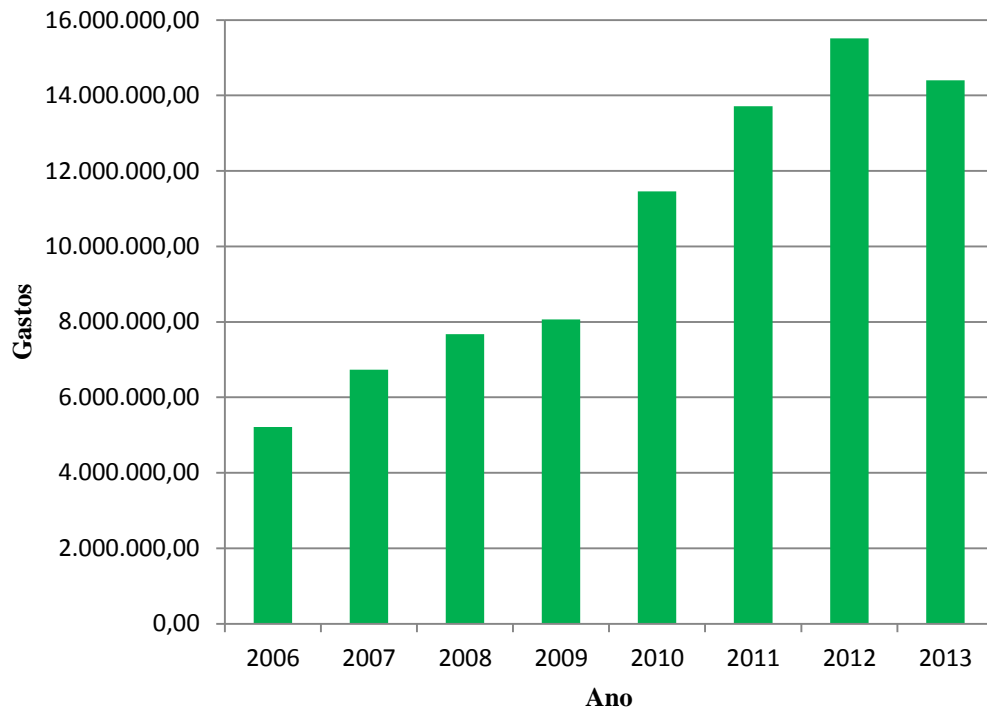
²⁹ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

³⁰ Serviço Social da Indústria.

³¹ Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

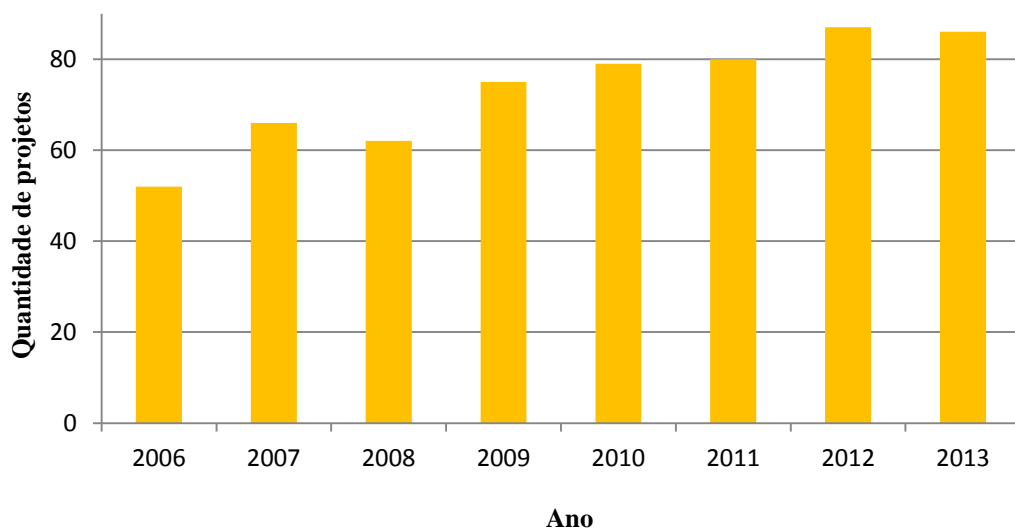
³² Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul.

³³ Termo que surgiu na época do império romano . serve para designar Investimento em atividades e produção de atividades culturais.

Gráfico 7 – Investimentos com mecenato total anual com em Florianópolis.

Fonte: Mnic. Elaboração própria.

O gráfico 8 mostra a quantidade de projetos que foram protocolados, aprovados junto ao MUNIC e executados de acordo com as leis de incentivo à cultura. Observa-se que a quantidade apresenta uma tendência de aumento de projetos, contendo uma média de 73 projetos realizados por ano.

Gráfico 8 – Quantidade de projetos realizados por ano.

Fonte: Munic. Elaboração própria.

Dentre todos os projetos, foram analisados os três projetos que receberam a maior quantidade de incentivo em cada ano para serem observados na tabela 6. Os gastos para os projetos mais conhecidos pela população são: a Fenaostra, que é a Festa Nacional da Ostra e Cultura Açoriana com o objetivo de divulgar o molusco; a ponte Hercílio Luz, famosa nos noticiários por desvio de dinheiro e corrupção; o projeto Rede de Pontos de Cultura do Estado de Santa Catarina que de todo o estudo foi o que mais recebeu verba no ano de 2007; e o projeto Gira Brasil de 2011 que leva arte, cultura e entretenimento para as localidades de Florianópolis, este projeto também recebeu grandes incentivos nos anos de 2013 e 2012.

Tabela 6 – Projetos com maior valor recebido para mecenato por ano.

Ano	Grupo Criativo	Nome do Projeto Cultural	Valor (R\$)
2006	Artes Cênicas	Skinnerbox - Grupo Cena 11	422.769
	Artes Integradas	Festa Nacional da Ostra e da Cultura Açoriana	395.000
	Artes Cênicas	Comédia de Neil Simon	300.000
2007	Artes Integradas	Rede de Pontos de Cultura do Estado de SC	7.300.000
	Artes Cênicas	Sapiens Circus	1.212.500
	Artes Cênicas	Grupo Cena 11	495.000
2008	Artes Cênicas	Floripa Teatro - Festival de Teatro Isnard Azevedo	400.000
	Artes Integradas	Epopéia de Savas - Tem Grego na Conselheiro	400.000
	Artes Cênicas	Caminhos do Sul/Conexão Cultural	387.418
2009	Artes Integradas	Pontão - Implantação Pontão de Cultura de SC	1.005.233
	Audiovisual	Gira Brasil	558.077
	Artes Cênicas	Cyrano de Bergerac	520.000
2010	Audiovisual	Gira Brasil	1.350.000
	Música	Um Piano Pela Estrada - Brasil Centro Sul	796.000
	Artes Integradas	Projeto Ganesha	697.600
2011	Audiovisual	Gira Brasil	1.530.000
	Música	Um Piano Pela Estrada - Brasil Sertões	1.283.000
	Música	São Paulo e Seus Caminhos	600.000
2012	Patrimônio Cultural	Ponte Hercílio Luz: Patrimônio de SC e Brasil	1.350.441
	Audiovisual	Gira Brasil	1.109.335
	Música	Temporada Camerata Florianópolis	741.500
2013	Audiovisual	Gira Brasil	1.485.432
	Patrimônio Cultural	Ponte Hercílio Luz: Patrimônio de SC e Brasil	827.720
	Patrimônio Cultural	Festival da Tainha 2013, Festa da Cultura Açoriana	653.000

Fonte: Munic. Elaboração própria.

Existem outros projetos apresentados pelo Ministério da Cultura considerados fundamentais para contribuição do desenvolvimento da sociedade. Em 2013 foi criado o programa Capacitação em Projetos Culturais, que capacita pessoas para atuar como agentes

culturais (artistas, gestores públicos, empreendedores, administradores, técnicos e produtores culturais). Em 2010 foi criado o Plano Nacional de Cultura (PNC), instituído pela Lei 12.343, que planeja e implementa políticas públicas para a proteção da diversidade cultural, como serviços e bens artísticos culturais para exercício da cidadania, com metas até 2020. O projeto Cine Mais Cultura, que utiliza espaços para exibição de filmes que visam democratizar o acesso à cinematografia regional e apoiar a produção audiovisual para estimular esta atividade à sair da informalidade. O Programa de Educação e cultura, criado em 2011, que promove uma política de integração entre cultura e educação para o reconhecimento das artes como campo de conhecimento e levando mais cultura às escolas. Os Projetos de criação de pontos de cultura, iniciados no ano de 2011. E também projetos na área de intercâmbio e difusão cultural (MINC, 2014).

Portanto a cultura é um setor que recebe apoio público e que reverte muito para a sociedade, tendo grande capacidade de promover o desenvolvimento socioeconômico, onde consegue cruzar todas as modalidades de capital, e suas dimensões sociais (FLORIDA, 2012).

3.4 Infraestrutura Cultural de Florianópolis

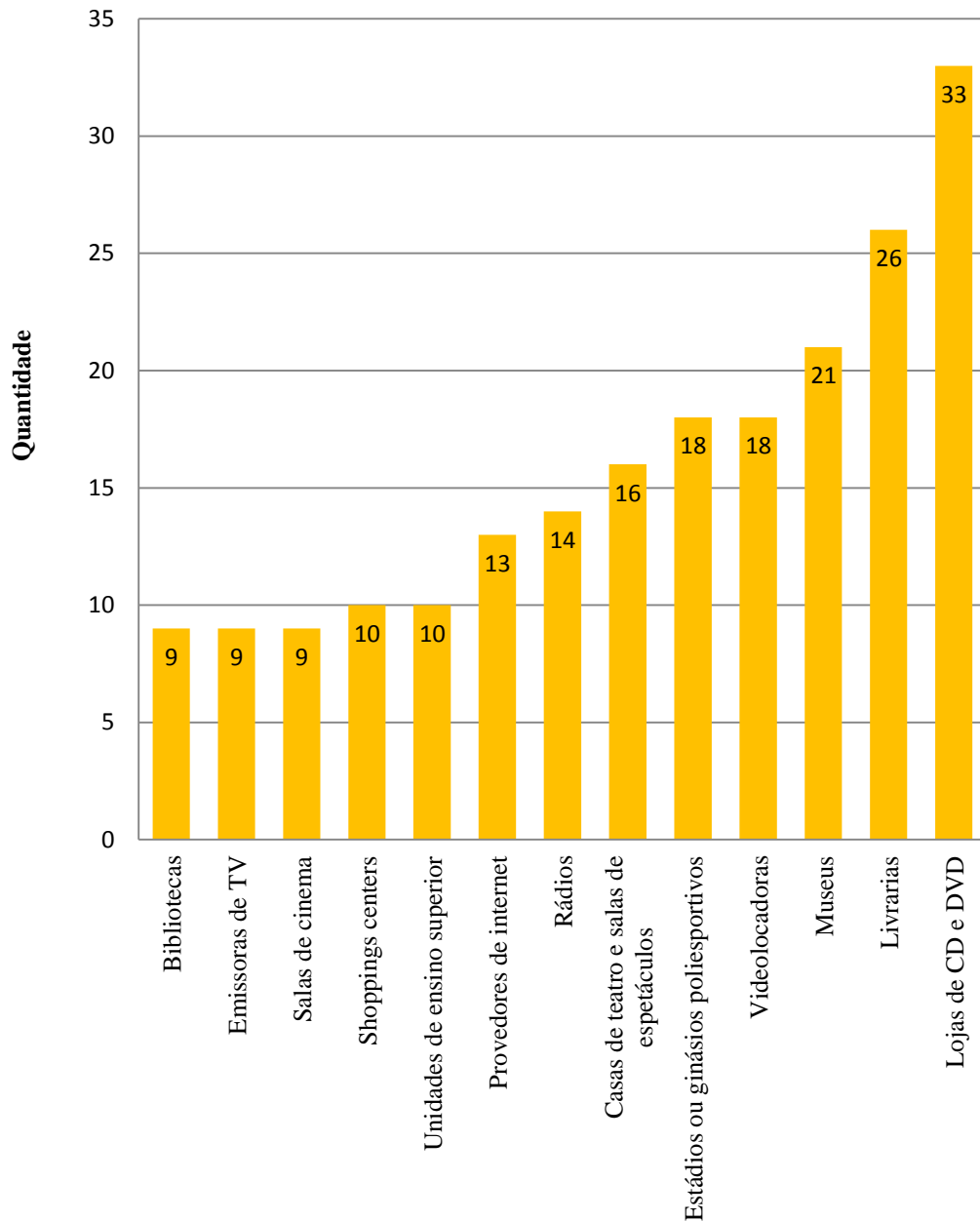
Florianópolis conta com uma ampla estrutura cultural, que com a realização de projetos culturais, promove a produção, distribuição e uso da cultura, a preservação e a divulgação do patrimônio histórico.

A infraestrutura cultural fornecida pelo banco de dados Munic, mostra que o município ao todo tem 206 estruturas nos doze distritos que compõem o município. Em uma escala de até vinte estruturas, a cidade possui museus, livrarias e lojas de CD e DVD, de dez a dezenove estruturas Florianópolis possui provedores de internet, rádios, casas de teatro e salas de espetáculos, estádio e ginásios e as videolocadoras, e de zero à nove possui bibliotecas, emissoras de TV e salas de cinema que estão à disposição de turistas e para a população local que contribuem para a fomentação da economia cultural de Florianópolis. Na parte que condiz às estruturas ligadas à parte histórica estão as bibliotecas, as casas de teatro e os museus que são também beneficiados pelas leis de incentivo à cultura para eventuais reformas e eventos que possam ocorrer nestes locais. As outras estruturas estão mais ligadas às áreas da indústria cultural de serviços, do comércio e divulgação de produtos relacionados à cultura.

A cidade possui também atrativos culturais de destaque como casarões antigos, construções religiosas, festas e danças populares, artesanato, culinária típica, presença de belíssimas praias, trilhas ecológicas, cachoeiras, lagos, etc, disponibilizando uma série de

atrativos turísticos que permitem um fluxo contínuo de visitantes anualmente com o objetivo de conhecer o patrimônio histórico e cultural local (PMF;FCFFC, 2013). O gráfico 9 mostra a estrutura cultural de Florianópolis.

Gráfico 9 – Estrutura cultural de Florianópolis



Fonte: Munic. Elaboração própria.

A infraestrutura cultural provoca também integração às ações no que se refere ao bem estar social da região como saneamento, transportes, cultura e meio ambiente, que contribuem para o desenvolvimento também da infraestrutura pública da região (PMF;FCFFC, 2013).

Estas estruturas permitem que a população tenha reconhecimento de sua cultura local e principalmente, servem como pontos de acesso à culturas e conteúdos culturais dos mais variados locais, servindo de destinos turísticos. Elas impulsionam o empreendedorismo e a indústria cultural local e o desenvolvimento da economia criativa e cultural, resultando em um incentivo direto à globalização. No ano de 2011 o Ministério da Cultura criou o projeto cultural de lei 12.76, sancionado em 2013, criando o benefício chamado “Vale-Cultura” objetivando estimular e facilitar o acesso da população à estruturas, produtos e serviços culturais, como ir ao teatro, cinema, museus, e até mesmo comprar CDs, DVDs, livros, revistas, jornais, etc (MINC, 2014)

Assim, lugares considerados bem sucedidos não oferecem um único atrativo cultural, eles oferecem diversas opções para diversos tipos de pessoas em diferentes estágios da vida. A qualidade do lugar que a cidade oferece pode ser resumida por um conjunto interligado de experiências. Estas podem ser a cena cultural da cidade, sua dinâmica e perspectivas (FLORIDA, 2012).

4 CONCLUSÃO

O século XXI traz consigo novos padrões de sociedade e com ele todo um novo contexto, novas tecnologias, novos padrões de consumo, novos produtos, novos pensamentos e novas maneiras para resoluções de problemas. Tudo levando no decorrer do tempo, através de adaptações ao todo, a um novo estilo de se viver em sociedade. Atualmente o mundo vive em uma globalização intensa, lidando cada vez mais com recursos escassos, porém o que pode ser considerado um problema também levou-se a descobrir que com a criatividade, matéria prima em abundancia nos seres humanos, pode-se aproveitar de maneira mais eficiente os recursos existentes e disponíveis para prosperar neste novo padrão de desenvolvimento econômico, relacionado diretamente à sustentabilidade, diversidade inovação e inclusão social. Nesse cenário, nas ultimas décadas vê-se soluções para problemas que não conseguiam ser solucionados pelo velho padrão de produção e consumo, de sociedade, de economia e de estilo de vida. Surge a atenção para o tema Economia Criativa e acarretada a ela o tema Economia Cultural, que como pode ser verificado neste estudo, são áreas relativamente novas que ganham certo grau de importância nas regiões do mundo a cada dia. Procurou-se então evidenciar neste estudo abordagens sobre economia criativa e principalmente sobre economia cultural.

Em primeiro lugar foram destacadas definições acerca do tema em questionamento na literatura que falam sobre economia e criatividade. Na parte conceitual sobre economia criativa e economia cultural de uma maneira mais ampla, pode ser ressaltado que as indústrias, classes e produtos culturais e criativos fazem parte de um conjunto de atividades, grupos e setores econômicos que impactam na geração de riqueza e trabalho, nas cidades e localidades que se beneficiam com a existência de recursos como cultura, espaços turísticos, infraestrutura, apoio financeiro, natureza, tecnologia e atividades que fomentam a inovação. Estas atividades evidenciam um impacto socioprodutivo, relacionando-se com emprego, renda, educação, produtividade e competitividade. A partir disto buscou-se demonstrar como Florianópolis está evoluindo a partir do contexto da economia cultural existente e como esta pode contribuir para o desenvolvimento do município.

Em segundo lugar foi necessário definir o contexto da economia cultural de Florianópolis, limitando a mão de obra cultural e as atividades em que esta atua. Definido isto, foi verificado o grau de escolaridade, as classes sociais e suas remunerações nestas atividades, sempre contrastando o período inicial (2006) com o final (2013). Para reforçar foi mostrado o Produto Interno Bruto Per Capita e o Índice de Desenvolvimento Humano

Municipal. Posteriormente foi mostrado toda a infraestrutura cultural e quanto o município recebe do poder público para projetos em mecenato. Tudo para verificar que a economia cultural tem uma parcela de contribuição no desenvolvimento social econômico e cultural de Florianópolis.

Observou-se que a quantidade de trabalhadores culturais formais aumentou, mas continuou acompanhando também o aumento do total de trabalhadores formais de Florianópolis. A maior parte destes trabalhadores atuam nas áreas de publicação e audiovisual que estão inseridas nos grupos de mídia, setor que trabalha com muita mão de obra formal, enquanto verifica-se um número menor no grupo de artes por ter muitos trabalhadores incluídos no mercado informal. As atividades que mais concentram trabalhadores são relacionadas à televisão, rádio, publicidade, comércio e edição de jornais e livros. Os trabalhadores da área da cultura se concentram em maior parte na classe social D, onde podem ter uma remuneração de um até três salários mínimos, considerado um bom nível para a classe em relação ao país. Para ter uma remuneração considerada estável e oportunidades de emprego das que este grupo dispõe, estes possuem um nível escolaridade com maior concentração de pessoas com ensino médio completo e superior completo. Este cenário é reforçado por toda a infraestrutura cultural e pelo apoio de políticas públicas através de leis que incentivam projetos no setor cultural que movem o turismo e a economia do município de Florianópolis. O importante ao verificar estes fatores é que a economia cultural tem uma pequena parcela de contribuição no desenvolvimento da região em questões econômicas, sociais e culturais e que esta contribuição vem ganhando força a cada ano. Cada vez mais a sociedade precisa adaptar suas estruturas para resultar em seu bem estar.

Verificou-se neste trabalho que há uma carência de estudos científicos cujo assunto central seja a economia criativa e cultural no contexto brasileiro, em específico de suas regiões. Embora tenha encontrado certas limitações, o presente estudo tem o intuito de contribuir para a análise do tema economia cultural na região de Florianópolis, em que acredita-se ser de extrema importância para fomentar o desenvolvimento na região no período em que vivemos. Sobretudo cabe principalmente às políticas públicas dar mais importância para este assunto.

Espera-se que este trabalho sirva de inspiração para trabalhos futuros da mesma instância, para contribuir cada vez mais com o desenvolvimento tanto da economia cultural quanto com o desenvolvimento social e econômico da região de Florianópolis.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, E. M. **Inovação em Celso Furtado**: criatividade humana e crítica ao capitalismo. Belo Horizonte: UFMG/CEDEPLAR, 2013.

ARAÚJO, B. C.; OLIVEIRA, J. M.; SILVA, L. V. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**: 1880 textos para discussão. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1880.pdf>. Acesso em: 2 Set. 2014.

BARROS, José Márcio (org.). **Diversidade Cultural**: Da proteção à promoção. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

BENDASSOLLI, P.; WOOD JR., T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. **Indústrias Criativas**: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BENHAMOU, F. **A Economia da Cultura**. Tradução: Geraldo de Souza. 1. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BAURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2011.

CABUGUEIRA, A. C. C. M. **Do Desenvolvimento Regional ao Desenvolvimento Local**: análise de alguns aspectos de política econômica regional. [s. l.], 2000.

COCO, G., NEGRI, A. O monstro e o poeta. *In*: **Folha de São Paulo**, São Paulo, 3 mar. 2006.

CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO. **Portal da Transparência**. 2014. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/downloads/>>. Acesso em: 23 set. 2014.

COSTA, A.; SOUZA-SANTOS, E. Economia Criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, Curitiba, ano 7, v. 25, p. 179-186, abr./jun., 2011.

COSTA, R. V. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo, 1982. Disponível em: <<http://www.seccri.com.br/arquivos/1280972354.pdf>>. Acesso em: 11 Ago. 2014.

DE MASI, D. (Org.). **A emoção e a regra**: os grupos criativos da Europa de 1850 a 1950. Tradução: Elia Ferreira Edel. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1999.

DINIZ, S. C. **Análise do Setor Cultural nas Regiões Metropolitanas Brasileiras**. Minas Gerais, 2008. Disponível em: <www.anpec.org.br/encontro2008/artigos/200807211651060-.pdf>. Acesso em : 7 set. 2014.

ELISABETH, S. **Economia Criativa na Inglaterra**: investir nos setores criativos estimulou o aumento do PIB para diversas cidades inglesas. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://syndreams.com.br/arquivos/01_EconomiaCriativa_UK_syndreams.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2014.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE SÃO PAULO (FECOMERCIO SP). **Lançamento do Índice de Criatividade das Cidades**. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/03_04_2012_17.43.59.94e7e758050da332ccb8f2329c4dcfb.pdf>. Acesso em: 28 Ago. 2014.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Estudos para o desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro: a cadeia da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF68013286FCB8CE2E1C.htm>>. Acesso em: 3 Ago. 2014.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa**. Tradução: Ana Luiza Lopes. Porto Alegre, L&PM, 2011

FURTADO, C. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

GOLGHER, A. B. As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros. **Revista brasileira de Estudos de População**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 109-129, jan./jun. 2008.

GORGULHO, L. F. *et al.* **Economia da Cultura: o BNDES e o desenvolvimento sustentável**. BNDES Setorial 30. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Publicacoes/Consulta_Expressa/Setor/Industria/200909_07.html>. Acesso em: 3 nov. 2014.

GRUIATRABRALHISTA. **Tabela do valores nominais do salário mínimo**. [2014^a]. Disponível em: <http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/salario_minimo.htm>. Acesso em: 10 out. 2014.

HOSPERS, G. Creative Cities: Breeding Places in the Knowledge Economy, **Knowledge, Technology & Policy**, vol. 16, n. 3, p. 143-162, 2003.

HOWKINS, J. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. Tradução: Ariovaldo Griesi. São Paulo, M. Books, 2001.

INSTITUTE FOR STATISTICS (UNESCO). **International flows of selected cultural goods and services 1994–2003**. Montreal, 2005. Disponível em: <http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows_EN.pdf>. Acesso em: 10 set. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **PIB por municípios**. 2014. Disponível em: <http://servicodados.ibge.gov.br/Download/Download.ashx?u=ftp.ibge.gov.br/Pib_Municipios/2011/base/base_2006_2011_xls.zip>. Acesso em: 22 set. 2014.

_____. **Perfil dos Municípios Brasileiros**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2009/default.shtm>>. Acesso em: 22 set. 2014.

JACOBS, J. **Morte e Vidas de Grandes Cidades**. Tradução: Carlos S. Mendes Rosa. 2 ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

LIMA, C. L. C.; FRANCA, C. O.; MATTA, J. P. R. **Notas Sobre Economia da Cultura: interfaces sociais e acadêmicas do Brasil**. Niterói, 2006.

LIMA, S. M. S. **Pólos Criativos: um estudo sobre os pequenos territórios criativos brasileiros**. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economicriativa/wp-content/uploads/2013/06/poloscriativos.pdf>>. Acesso em: 2 ago. 2014.

MASSINHÃ, R. R. C. **Economia Criativa: conceito, experiências, desafios e alternativas para o distrito de Ferraria**. Paraná, 2012. Disponível em: <<http://tcconline.utp.br/wp-content/uploads/2013/02/ECONOMIA-CRIATIVA-CONCEITO-EXPERIENCIAS.pdf>>. Acesso em: 5 out. 2014.

MENEGHEULLI, L. **O Ambiente das Organizações na Era da Globalização**. Santa Catarina, 2002. Disponível em: <www.icpg.com.br/hp/revista/download.exec.php?rpa_chave=6e1f062e65e1821e2be4>. Acesso em: 2 set. 2014.

MENEZES, R. K. **Destrução Criativa: a contribuição de Schumpeter para o empreendedorismo**. Fortaleza, 2003. Disponível em: <<http://www.cdvhs.org.br/oktiva.net/1029/nota/450/>>. Acesso em: 15 set. 2014.

MINISTÈRIO DA CULTURA (MINC). **Investimento em audiovisual impulsiona desenvolvimento do país**. [2014^a]. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/id/1201252>. Acesso em: 7 out. 2014.

_____. **Vale Cultura: vale cultura facilita acesso dos trabalhadores ao lazer**. [2014^a]. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/valecultura>>. Acesso em: 7 out. 2014.

_____. **Capacitação em projetos culturais**. [2014^a]. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/capacitacao-em-projetos-culturais>>. Acesso em: 7 out. 2014.

MINISTÈRIO DA SAÚDE (DATASUS). **Secretaria Executiva**. Disponível em: <<http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/deftohtm.exe?ibge/cnv/pibmunbr.def>>. Acesso em 22 set. 2014.

NASCIMENTO, A. F. **Política Cultural e Financiamento do Setor Cultural**. Salvador, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14368.pdf>>. Acesso em: 1 nov. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORIANOPOLIS (PMF). **Lei Municipal de Incentivo à Cultura**. 2014. Disponível em: <<http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/franklincascaes/index.php?cms=lei+municipal+de+incentivo+a+cultura&menu=7>>. Acesso em: 23 set. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS (PMF); FUNDAÇÃO CULTURAL DE FLORIANÓPOLIS FRANKLIN CASCAES (FCFFC). **Plano Municipal de Cultura de Florianópolis**. Florianópolis, 2013. Disponível em: <<http://cultura.sc/cmpecfloripa/plano-municipal-de-cultura/>>. Acesso em: 5 out. 2014.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Atlas do desenvolvimento humano no Brasil**. Disponível em: <<HTTP://www.pnud.org.br/atlas/>> . Acesso em: 21 set. 2014.

REIS, A. C. F. (Org). **Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento**. São Paulo: Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, 2008. Disponível em: <http://www.garimposedsolucoes.com.br/downloads/ebook_br.pdf> . Acesso em: 12 ago. 2014.

REIS, A. F.; KAGEYAMA, P. (Org.). **Cidades Criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Tradução: Maria Silvia Possas. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SCOTT, A. J. **Creative Cities: Conceptual issues and policy question**, Journal of Urban Affairs, vol.28, n.1, p. 1-17, 2006.

SISTEMA DE APOIO ÀS LEIS DE INCENTIVO À CULTURA (SALIC). **Projetos apoiados por UF/Município**. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>>. Acesso em: 23 set. 2014.

STERN, M. J., SEIFERT, S. C. **From Creative Economy to Creative Society**, 2008. Disponível em:< <http://www.trfund.com/resource/downloads/creativity/Economy.pdf>>. Acesso em: 9 set. 2014.

THROSBY, D. **Economics and culture**. United Kingdom: Cambridge University Press, 2001.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative Economy Report 2010**. UNCTAD, 2010.

_____. **Creative Industries and Development**, 2004. Washington, DC: UN.

VIEIRA, B. C. **Economia Criativa: índice de potencial criativo das capitais brasileiras**. Florianópolis, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/103846>>. Acesso em: 5 out. 2014.

WACHOVICS, M.; SILVA, R. O. L. **Direito autoral e economia criativa: a construção de uma economia preocupada com a criatividade**. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 556 -557, 2011.