

secretaria da
economia
Criativa

Ministério da
Cultura

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Quaisquer que sejam as antinomias que se apresentem entre as visões da história que emergem em uma sociedade, o processo de mudança social que chamamos desenvolvimento adquire certa nitidez quando o relacionamos com a idéia de criatividade.

Celso Furtado

Criatividade e dependência na civilização industrial, 2008.

ECONOMIA CRIATIVA

Definição

A Economia Criativa contempla as **dinâmicas culturais, sociais e econômicas** construídas a partir do ciclo de **criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição** de bens e serviços oriundos dos **setores criativos** são aqueles cujas **atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social.**

SETORES CRIATIVOS

MACRO-CATEGORIAS

ATIVIDADES ASSOCIADAS

A. Patrimônio natural e cultural – material e imaterial

- *Museus*
- *Sítios históricos e arqueológicos*
- *Paisagens culturais*
- *Patrimônio natural*
- *Festas e celebrações*
- *Culturas tradicionais populares*
- *Culturas Afro-brasileiras*
- *Culturas Indígenas*
- *Artesanato*
- *Gastronomia*

B. Artes e Espetáculos

- *Teatro*
- *Dança*
- *Circo*
- *Música*
- *Ópera*
- *Humor*
- *Festas e festivais*
- *Feiras*

SETORES CRIATIVOS

MACRO-CATEGORIAS	ATIVIDADES ASSOCIADAS
C. Artes visuais	<ul style="list-style-type: none">• <i>Pintura</i>• <i>Escultura</i>• <i>Fotografia</i>• <i>Infogravuras</i>• <i>Xilografia</i> etc.
D. Livro, leitura e demais publicações	<ul style="list-style-type: none">• <i>Livros</i>• <i>Jornais e revistas</i>• <i>Cordéis</i>• <i>Outros materiais impressos</i>• <i>Fanzines e mangás</i>• <i>Bibliotecas (incluindo as virtuais)</i>• <i>Feiras do livro</i>
E. Audiovisual e mídias interativas	<ul style="list-style-type: none">• <i>Cinema e vídeo</i>• <i>Tv e rádio</i>• <i>Animação</i>• <i>Jogos eletrônicos</i>• <i>Conteúdos digitais criativos (Internet)</i>
F. Design e serviços criativos	<ul style="list-style-type: none">• <i>Design de moda</i>• <i>Design gráfico</i>• <i>Design de interiores</i>• <i>Design de brinquedos</i>• <i>Design paisagístico</i>• <i>Arquitetura</i>• <i>Publicidade</i>

ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA

Desafios

1º DESAFIO: Levantamento de informações e dados da Economia Criativa

2º DESAFIO: Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos

3º DESAFIO: **Educação para competências criativas**

4º DESAFIO: Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos - pouca infra-estrutura.

5º DESAFIO: Criação/Adequação de Marcos Legais para os setores criativos

SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA

Missão

A Secretaria da Economia Criativa tem por missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros.

SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA

Visão

A Secretaria da Economia Criativa será a pasta responsável pelo reposicionamento do Ministério da Cultura no Governo Federal, contribuindo de forma efetiva e eficaz para tornar a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do Estado brasileiro.

SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA

Estrutura



plano
Brasil
Criativo

A criatividade brasileira construindo um novo desenvolvimento

Ministério da
Cultura



ESTRUTURA DE APRESENTAÇÃO

1. Introdução
 - Por que um Plano para a economia criativa brasileira?
 - Por que integrar políticas ministeriais?
 - Dados da economia criativa
2. Problemas X Desafios
3. Objetivos
4. Diretrizes
5. Eixos de atuação
6. Programas Brasil Criativo
7. Resultados e Impactos
8. Modelo de Governança
9. Brasil Criativo: marca-país

1. INTRODUÇÃO

POR QUE UM PLANO PARA ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA?

- A economia criativa é uma economia e por isso pressupõe a presença do Estado na formulação de políticas públicas capazes de fomentar, regular e estruturar o campo criativo brasileiro.
- A economia criativa não é objeto de políticas públicas no Brasil.
- A economia criativa funde as fronteiras entre a economia da cultura e a do conhecimento, reunindo nos seus produtos e serviços, arte, cultura, ciência e tecnologia, insumos responsáveis pela agregação de valor e pela ampliação crescente de mercados consumidores no planeta. Em função do seu desenvolvimento científico e da sua diversidade cultural, o Brasil detém todas as condições para se tornar uma liderança mundial nesse campo.
- Somos a 6^a economia do mundo e ocupamos 35^a posição no ranking dos países exportadores de bens criativos.

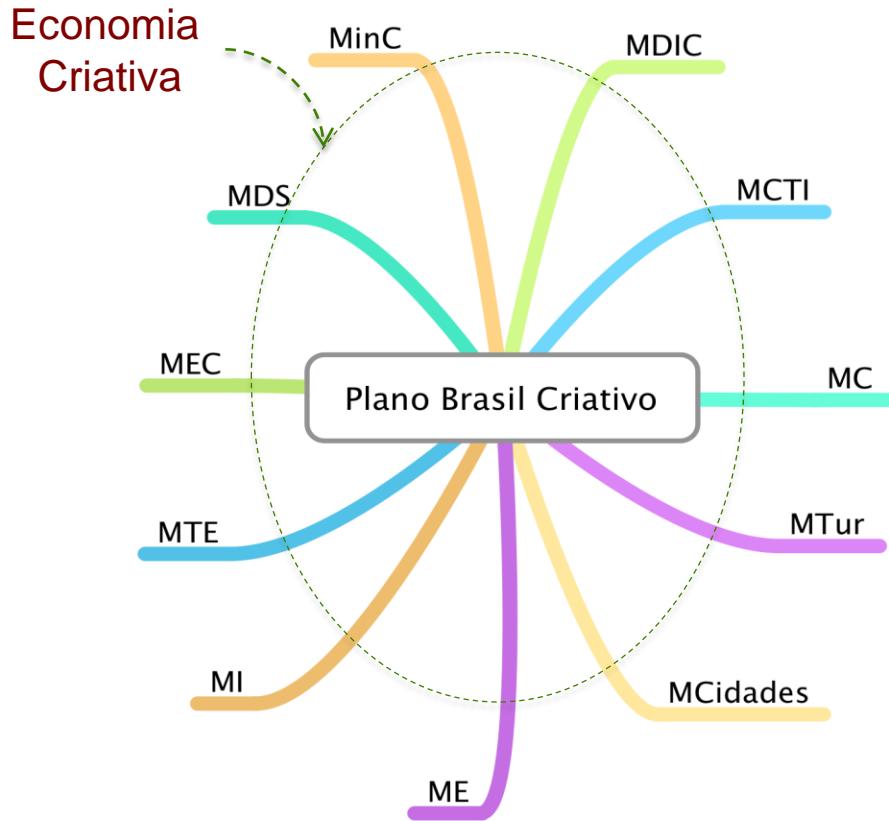
1. INTRODUÇÃO

POR QUE UM PLANO PARA ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA?

- A economia criativa pressupõe novos pilares de competitividade, assentados em valores e idéias que se transformam em marcas, patentes, softwares, designs, conteúdos, discursos, imagens, jogos etc. O Brasil necessita traduzir em seus produtos e serviços a riqueza da sua diversidade cultural.
- A expansão do poder de consumo da nova classe média brasileira (só na classe C são 103 milhões de consumidores) representa um mercado real e potencial para produtos e serviços da economia criativa: mobiliários e artefatos dotados de design, moda, turismo cultural e de experiência, TV por assinatura e internet, educação e conteúdos culturais criativos.

1. INTRODUÇÃO

POR QUE INTEGRAR POLÍTICAS MINISTERIAIS?



- Reconhecer e institucionalizar a Economia Criativa como estratégica para o desenvolvimento do país nas políticas desses Ministérios;
- A economia criativa é por natureza transversal e por isso a formulação de uma política pública para a área requer governança integrada de pastas diversas sobre o mesmo território, de modo a facilitar o diálogo interministerial, a promoção de sinergias, a pactuação de objetivos e metas e a potencialização de resultados;
- Um país inovador necessariamente é um país que formula e implementa políticas públicas para a criatividade, considerando-a a base de construção de um ambiente propício à inovação.

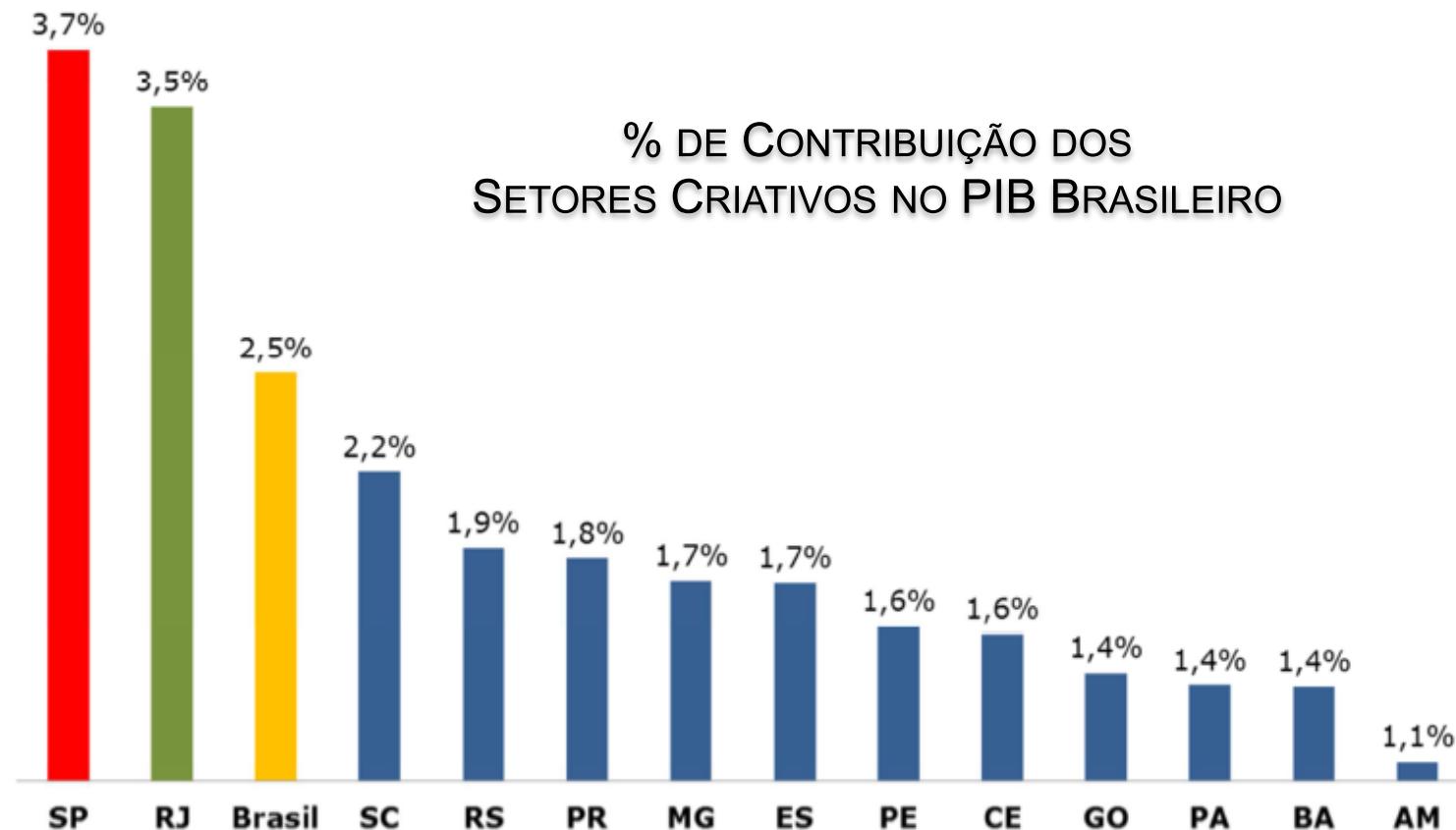
DADOS DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

RANKING DOS PAÍSES EXPORTADORES DE BENS CRIATIVOS



Na economia mundial do século 21, os setores criativos são os que mais crescem com sustentabilidade e inclusão. De 1980 a 1998, segundo a UNESCO, o volume de recursos no comércio internacional desses segmentos cresceu de US\$ 95,3 bilhões para US\$ 387,9 bilhões. Em 1996, os produtos da economia criativa tornaram-se o maior produto da pauta de exportações dos EUA, ultrapassando todas as demais indústrias tradicionais: automobilística, agricultura, aeroespacial e de defesa.

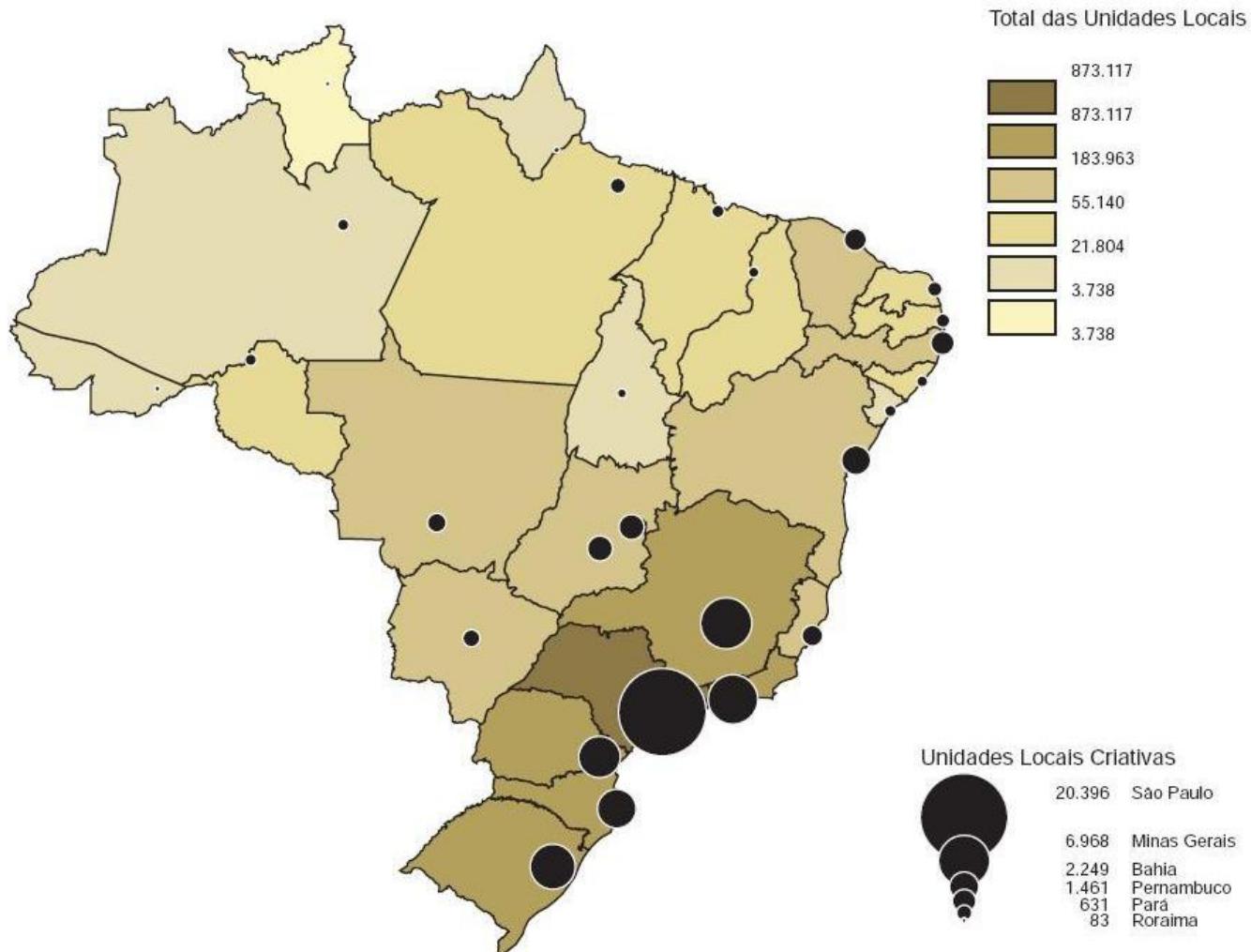
DADOS DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL



Fonte: FIRJAN

DADOS DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

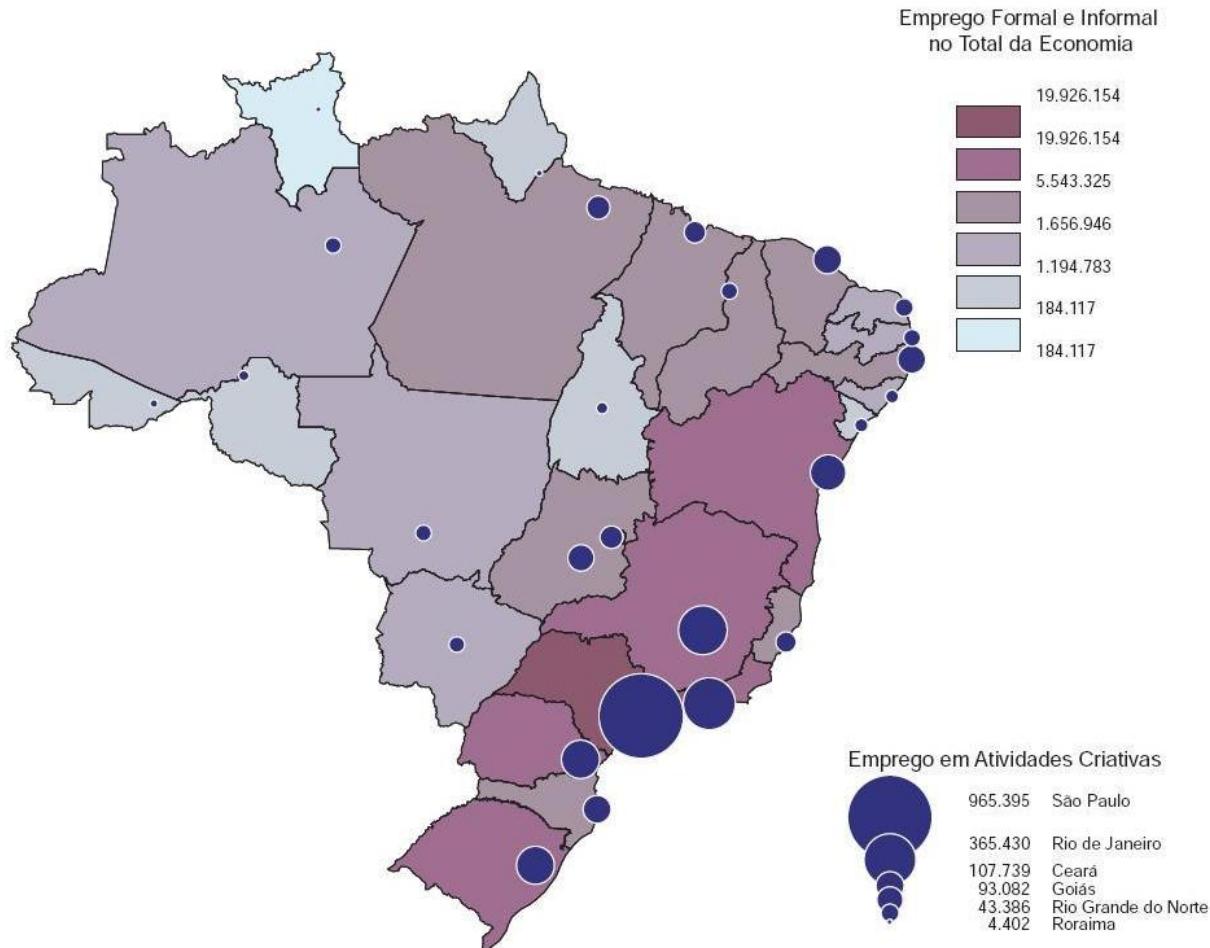
Distribuição do nº de empresas em atividades da economia criativa - 2009



Fonte: Relação Anual de Informações Sociais - Rais. Ministério do Trabalho e Emprego - MTE.

DADOS DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Distribuição do Emprego Formal e informal no total da economia criativa e em atividades criativas - 2009



Rio de Janeiro e São Paulo, estados de maior PIB no Brasil, apresentam maior número de trabalhadores formais nos setores criativos.

DADOS DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

REMUNERAÇÃO MÉDIA DOS EMPREGADOS NOS SETORES CRIATIVOS – 2010

Segundo IBGE, os trabalhadores criativos recebiam em 2006 em média 5,1 salários mínimos contra 3,1 salários dos demais setores.



Fonte: FIRJAN

2. PROBLEMAS X DESAFIOS

PROBLEMAS DIAGNOSTICADOS	DESAFIOS
Ausência de informações, dados e de análises produzidos e sistematizados.	Levantamento de informações e dados da Economia Criativa
Modelos de negócios precários e inadequados frente aos desafios dos empreendimentos criativos; baixa disponibilidade e/ou inadequação de linhas de crédito para financiamento das atividades dos setores criativos.	Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos
Baixa oferta de formação em todos os níveis (técnico, profissionalizante e superior) para os setores criativos.	Formação para competências criativas
Infraestrutura (institucional, tecnológica, logística) insuficiente para a dinamização dos ciclos econômicos dos setores criativos.	Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos – ampliação e fortalecimento da infraestrutura necessária.
Ausência, insuficiência e desatualização de marcos legais e infralegais para o desenvolvimento dos setores criativos.	Criação/Adequação de Marcos Legais para os setores criativos

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Dinamizar e fortalecer a Economia Criativa Brasileira como dimensão estratégica para um novo desenvolvimento do país, a partir da integração e potencialização de políticas e programas governamentais, **tendo como diretrizes básicas a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

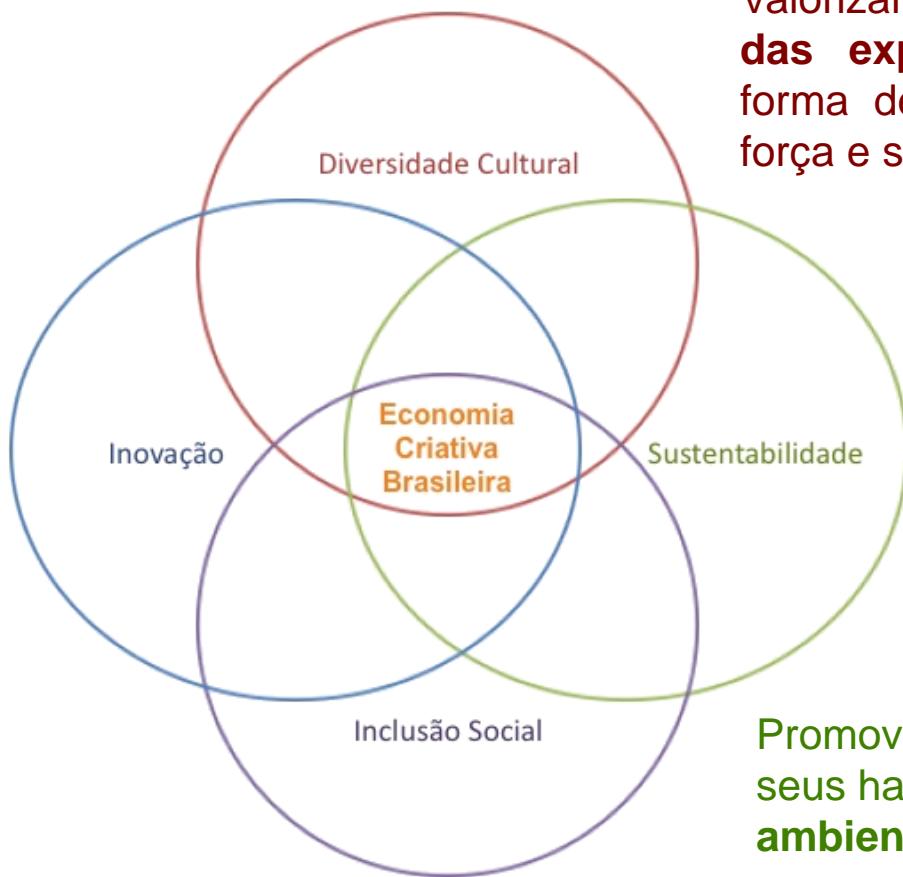
- Ampliar a **formalização, a competitividade e a capacidade de gestão**;
- Aumentar a oferta de **linhas de crédito**;
- Contribuir para a **inclusão produtiva de jovens** inseridos no mapa de extrema pobreza;
- Ampliar e qualificar a oferta de **educação profissional**;
- Consolidar o Brasil como destino de **megaeventos mundiais**;

3. OBJETIVOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconhecer e valorizar a **diversidade cultural como insumo primordial** nos produtos brasileiros;
- Adequar e criar **marcos legais e infra-legais** necessários;
- Contribuir para o fortalecimento e ampliação de **infraestruturas e capacidades institucionais**;
- Criar **sinergias entre as políticas, os planos e os programas** de governo;
- Fortalecer o **Sistema Nacional de Cultura** e contribuir com o cumprimento das metas do **Plano Nacional de Cultura**;
- Fortalecer as **externalidades positivas**;
- Construir e consolidar a **marca Brasil Criativo como marca-país**.

4. DIRETRIZES



Valorizar, proteger e promover a **diversidade das expressões culturais** nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento.

Promover o desenvolvimento do território e de seus habitantes garantindo a **sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica**.

4. DIRETRIZES

Fomentar práticas de **inovação** em todas os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais.



Garantir a **inclusão** integral de segmentos da população que se encontram em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e empreendimentos criativos.

5. EIXOS DE ATUAÇÃO

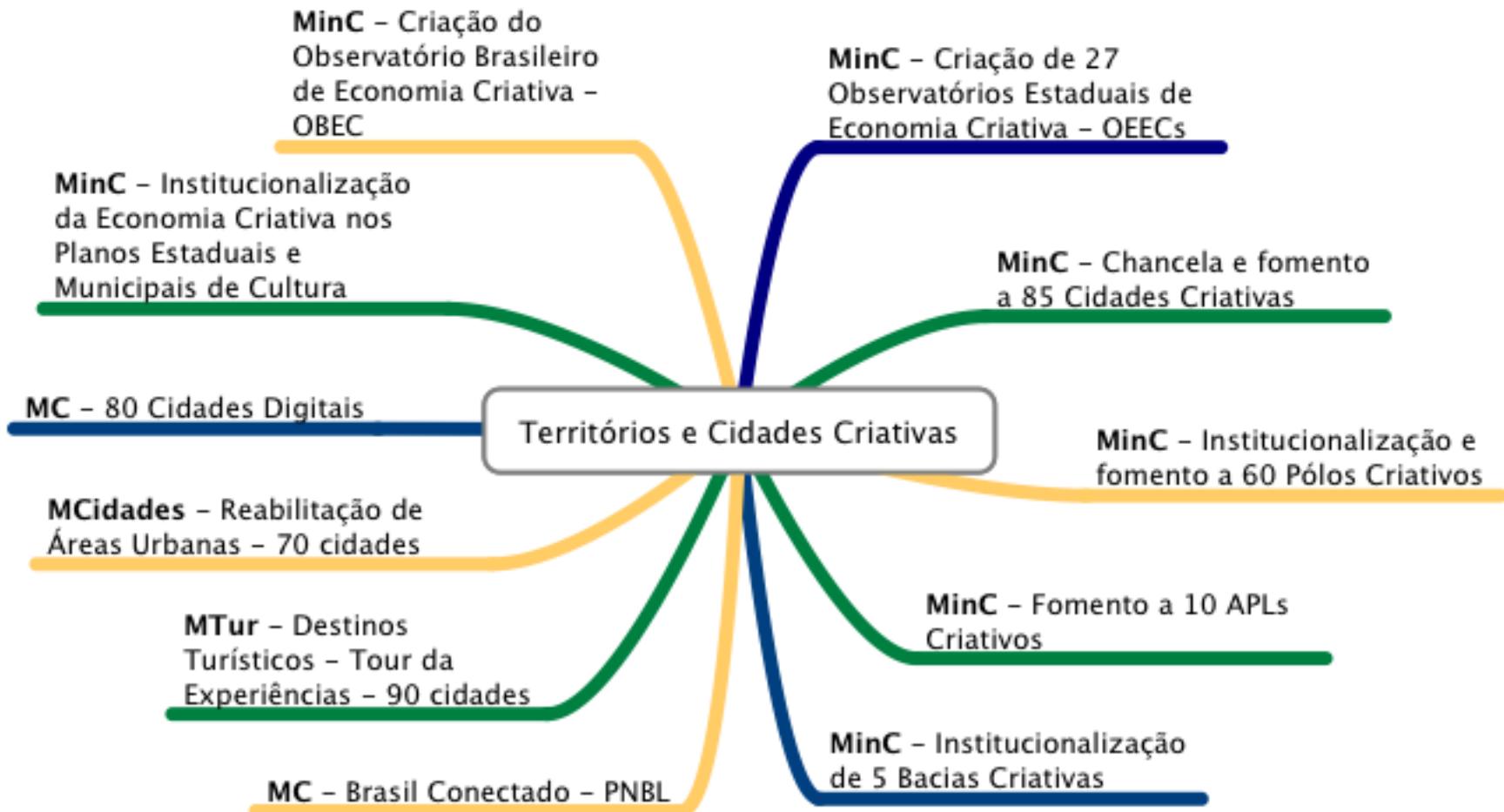


6. PROGRAMAS BRASIL CRIATIVO



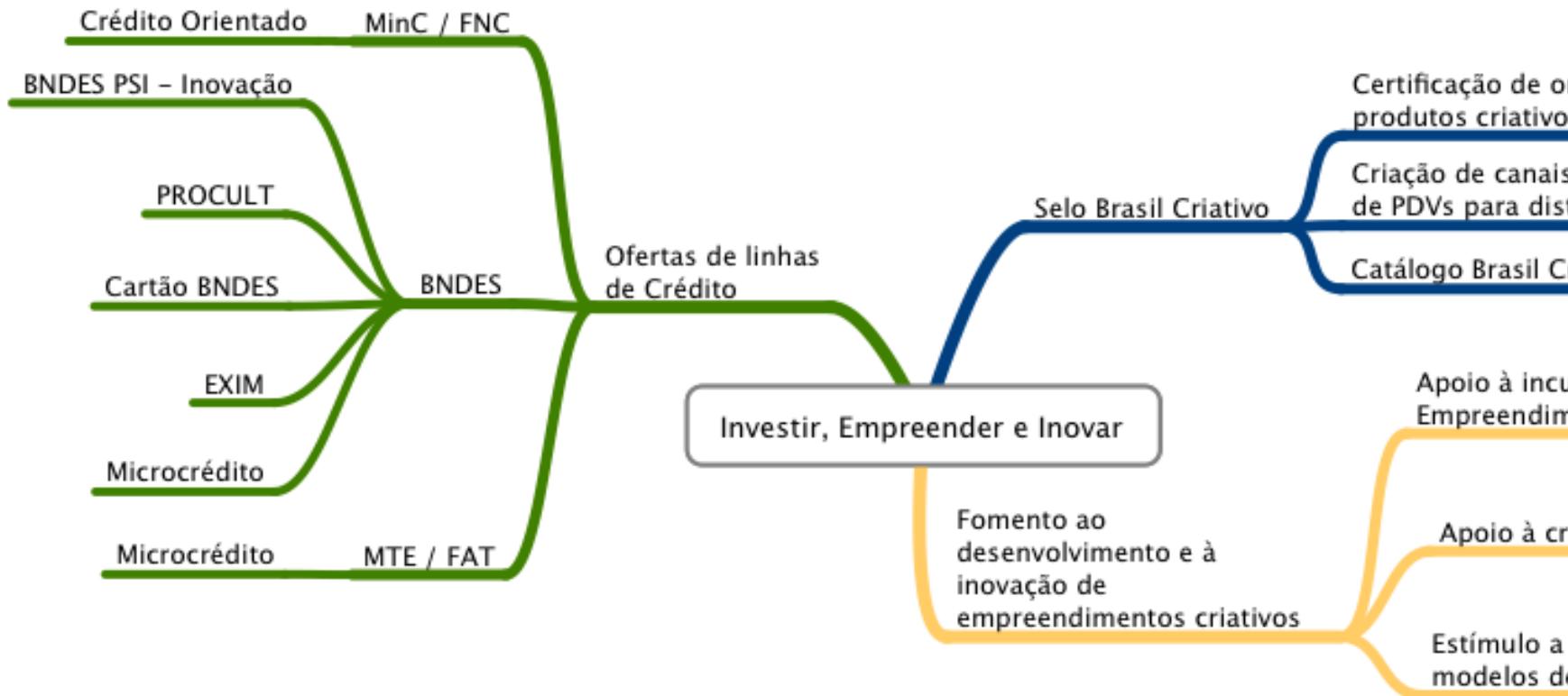
TERRITÓRIOS E CIDADES CRIATIVAS BRASILEIRAS

AÇÕES



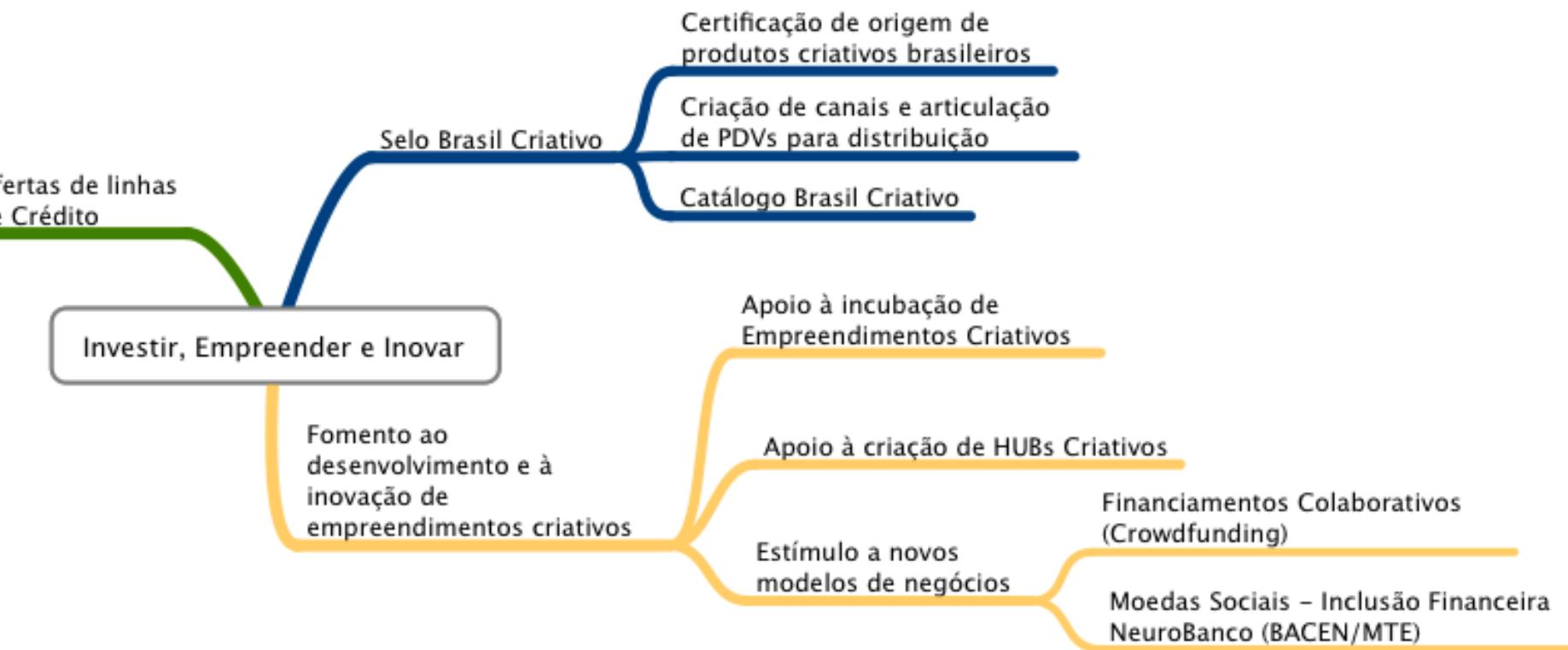
INVESTIR, EMPREENDER E INOVAR

AÇÕES



INVESTIR, EMPREENDER E INOVAR

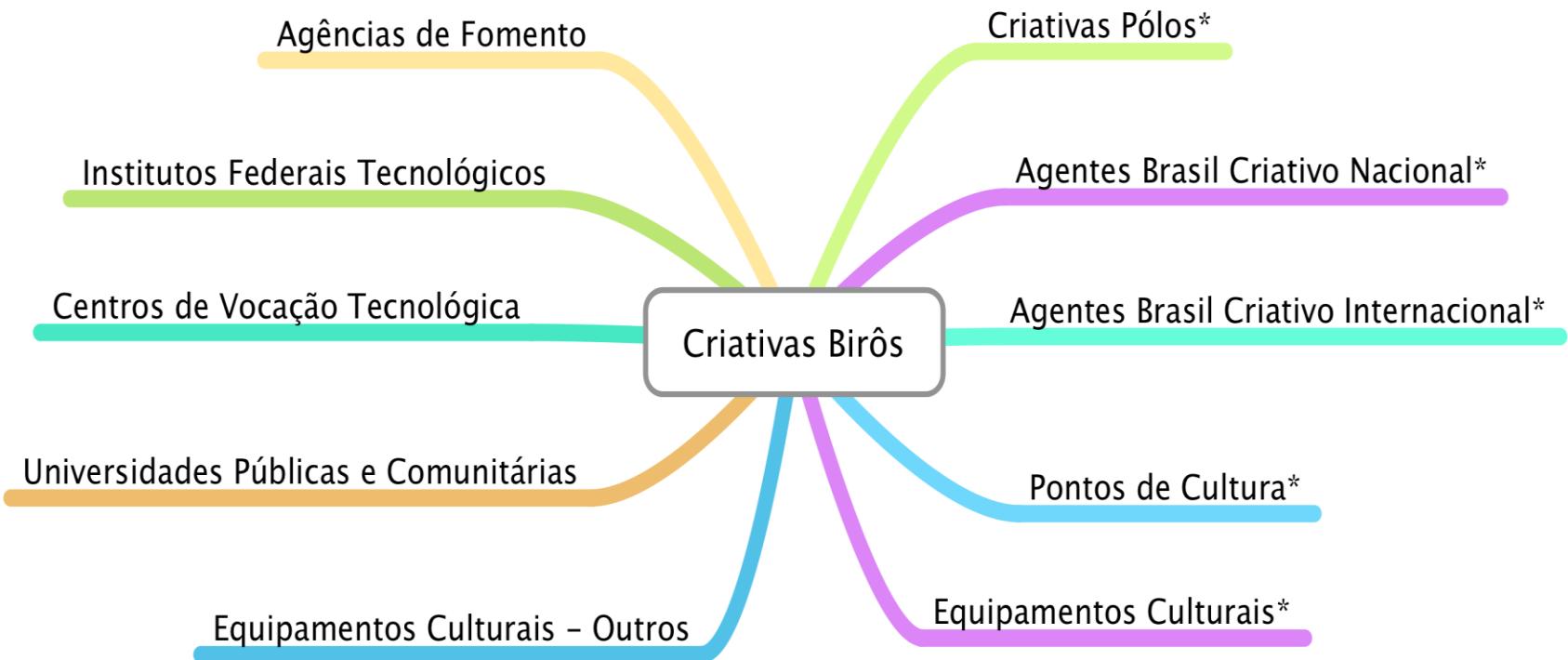
AÇÕES



INVESTIR, EMPREENDER E INOVAR

REDE CRIATIVA

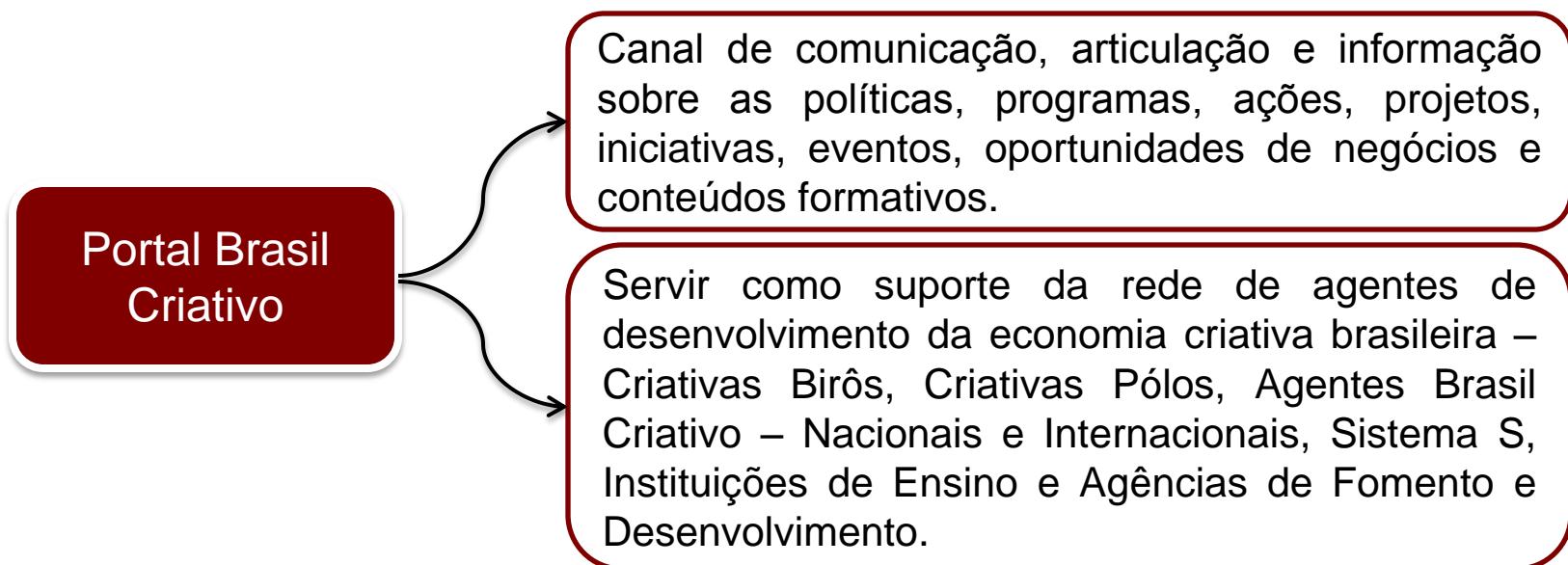
Integração dos Agentes de Desenvolvimento da Economia Criativa Brasileira



*Iniciativas do MinC

INVESTIR, EMPREENDER E INOVAR

SUPORTE À REDE CRIATIVA E AOS PROFISSIONAIS E EMPREENDEDORES CRIATIVOS



FORMAÇÃO PARA PROFISSIONAIS CRIATIVOS

AÇÕES



ALMA BRASILEIRA

AÇÕES



MARCOS LEGAIS PARA A ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA

- **EMPREENDEDOR CRIATIVO E CULTURAL**
 - Ampliação do regime do Microempreendedor Individual;
- **INSUMOS E EQUIPAMENTOS IMPORTADOS**
 - Redução do Imposto de Importação (I.I.) incidente em insumos, equipamentos, partes, peças e acessórios, sem similar nacional;
- **INSS**
 - Incluir os Setores Criativos na política de desoneração das folhas de pagamento do Plano Brasil Maior, que elimina a contribuição patronal ao Instituto Nacional do Seguro Nacional (INSS), de 20% e a substitui pela alíquota de 1,5% sobre o faturamento das empresas.
- **SELO BRASIL CRIATIVO PARA INOVAÇÃO COM DESIGN BRASILEIRO**
 - Credenciar e certificar empresas criativas no setor do design para prestação de serviços à indústria brasileira e ao setor terciário visando à inovação de marcas, embalagens, serviços e produtos.
 - As empresas e indústrias que investirem em design para inovação receberão o Selo Brasil Criativo;
 - A isenção tributária poderá seguir analogamente o instituído pela “Lei do Bem” – LEI Nº 11.196/2005 – que dispõe sobre incentivos fiscais para a inovação tecnológica desonerando o PIS/Pasep e Cofins, o IRPJ e o IPI.

MARCOS LEGAIS PARA A ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA

- **ARTES VISUAIS** – em cinco anos as exportações da arte contemporânea brasileira cresceram 500%, passando de US\$ 1,9 mi para US\$ 10,04 mi.
 - Burocracia relativa ao desembarque aduaneiro de importação e exportação de bens culturais , tempo médio para liberação Brasil = 12 horas / França = 2h.
 - Desequilíbrio concorrencial desleal entre expositores brasileiros e internacionais.
 - Os valores absolutos das alíquotas sobre a importação de um bem de consumo comum chegam à 31%, para obra de arte ultrapassam 42%.

Rever:

1. Instrução Normativa SRF Nº 572/2005, base de cálculo das contribuições
2. Política tributária do setor = Imposto de Importação – II e PIS/COFINS.

- **EMPRESAS PRODUTORAS CULTURAIS E DE EVENTOS**

- Promover tratamento análogo ao dispensado às agências de publicidade;
- O papel da produtora é de arregimentar diversas empresas fornecedoras: palcos, banheiros, sonorização, serviços gráficos, segurança, artistas, rádio, jornais, TVs;
- Tributar somente o montante pago pelos serviços prestados diretamente para eliminar o efeito cascata no IRPJ, CSLL e retenções de PIS e COFINS.

7. RESULTADOS E IMPACTOS

PARTICIPAÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA NO PIB	Aumentar a participação da EC no PIB de 2,5% para 3,5% até 2015.
FORMALIZAÇÃO	Aumentar em 20% a formalização de empreendimentos e trabalhadores nos setores criativos.
QUALIFICAÇÃO	Dobrar o número de profissionais certificado no ensino profissionalizante e dobrar a oferta de cursos de graduação em EC.
OPERAÇÕES DE CRÉDITO	Dobrar o número de operações de crédito e o volume de recursos disponibilizados para as atividades de Economia Criatividade.
EXPORTAÇÃO	Dobrar as exportações de produtos criativos, alcançando US\$ 2,4 bilhões.
REDE DE INFRAESTRUTURA CRIATIVA	Rede de infraestrutura criativa consolidada em 200 territórios criativos e em todas as capitais brasileiras .

8. MARCA BRASIL CRIATIVO: SELOS, CERTIFICADOS E CHANCELAS

O Plano Brasil Criativo propõe um projeto transversal aos seus programas, denominado **Marca Brasil Criativo**. O objetivo desse projeto é construir, difundir e consolidar no imaginário nacional e internacional o vigor e a riqueza da diversidade cultural brasileira. Para isso, identifica, valoriza e reconhece produtos, serviços, cidades, empreendimentos, empreendedores que se nutrem dessa diversidade, ao mesmo tempo que a retroalimentam, produzindo novas tecnologias socias e inovação. Nesse sentido, a Marca Brasil Criativo se traduziria em três produtos específicos, vinculados às diretrizes que fundamentam o Plano: a diversidade, sustentabilidade, inclusão social e inovação.

1. **Selo Brasil Criativo:** o Selo Brasil Criativo objetiva agregar valor aos empreendimentos e empreendedores brasileiros;
2. **Certificação Brasil Criativo:** O Certificado Brasil Criativo objetiva agregar valor aos produtos brasileiros;
3. **Chancela Brasil Criativo:** A Chancela Brasil Criativo objetiva agregar valor às cidades, bairros e comunidades brasileiros.

www.cultura.gov.br

claudia.leitao@cultura.gov.br



Diretoria de Empreendedorismo, Gestão e Inovação

luciana.guilherme@cultura.gov.br

Diretoria de Desenvolvimento e Monitoramento

luiz.gouveia@cultura.gov.br