



**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

AGNELO ROCHA NOGUEIRA SOARES

**PALMAS CRIATIVA: GESTÃO DA CULTURA E
DESENVOLVIMENTO NA CAPITAL DO TOCANTINS**

PALMAS – TO

2017

AGNELO ROCHA NOGUEIRA SOARES

**PALMAS CRIATIVA: GESTÃO DA CULTURA E
DESENVOLVIMENTO NA CAPITAL DO TOCANTINS**

Dissertação apresentada ao Curso de
Mestrado em Desenvolvimento Regional
da Universidade Federal do Tocantins para
obtenção do título de mestre.
Orientador: Prof. Dr. Alex Pizzio da Silva.

PALMAS – TO

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

S676p Soares, Agnelo Rocha Nogueira.
 Palmas Criativa: Gestão da cultura e desenvolvimento na capital do
Tocantins. / Agnelo Rocha Nogueira Soares. - Palmas, TO, 2018.
 77 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Tocantins –
Campus Universitário de Palmas – Curso de Pós-Graduação
(Mestrado) em Desenvolvimento Regional, 2018.

Orientador: Dr. Alex Pizzio da Silva.

1. Cultura. 2. Desenvolvimento. 3. Economia Criativa. 4.
Políticas Culturais. I. Título.

CDD 338.9

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo autor.

AGNELO ROCHA NOGUEIRA SOARES

**PALMAS CRIATIVA: GESTÃO DA CULTURA E
DESENVOLVIMENTO NA CAPITAL DO TOCANTINS**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade Federal do Tocantins para obtenção do título de mestre.
Orientador: Prof. Dr. Alex Pizzio da Silva.

Aprovada em 13/03/2021.

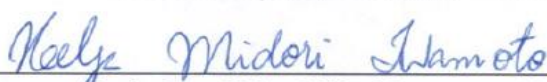
BANCA EXAMINADORA:



Prof. Dr. Alex Pizzio da Silva (Orientador)



Prof. Dr. Waldecy Rodrigues – UFT



Profa. Dra. Helga Midori Iwamoto – UFT

À minha avó Amelice (in memoriam), que, na simplicidade de suas colocações, ajudou a construir o caráter que possuo hoje.

AGRADECIMENTOS

A Deus, autor da vida, a Ele toda honra e louvor.

Aos meus pais, Roberto e Maria Nilda, e ao meu irmão Leandro, que sempre me apoiaram e incentivaram a prosseguir no propósito de concluir o mestrado.

À minha noiva Kesya, pelo carinho, incentivo e paciência.

Ao professor Dr. Alex Pizzio, pela orientação, fundamental ao desenvolvimento deste trabalho.

Ao corpo administrativo da Agência Municipal de Turismo de Palmas, em especial à diretora de estruturação turística Ana Rúbia Macedo, pela solicitude na prestação das informações necessárias ao desenvolvimento da pesquisa.

“Viver não é necessário; o que é necessário é criar.”

Fernando Pessoa

RESUMO

A pesquisa se destina à análise das estratégias de gestão cultural adotadas no município de Palmas-TO, observando os reflexos administrativos, sociais e econômicos da adoção de políticas públicas vinculadas à Economia Criativa como instrumento catalisador do desenvolvimento local. Partindo de um aprofundamento teórico que aborda os aspectos funcional e antropológico da cultura diante da concepção de desenvolvimento integral, o estudo se aprofunda em uma investigação bibliográfica e documental acerca da Economia Criativa, revelando seu conceito, contexto histórico de surgimento, tipologias e apropriação pelos instrumentos de planejamento de políticas públicas. Em seguida, o trabalho aproxima o arcabouço teórico analisado à realidade de Palmas-TO, abrindo espaço para a observação da gestão cultural na capital tocantinense, seus princípios, investimentos e instrumentos legais, contextualizando a abordagem por meio da análise de uma política pública específica: o Festival Gastronômico de Taquaruçu e seu impacto no desenvolvimento daquele Distrito. Por fim, o estudo condensa as percepções obtidas nas fontes bibliográficas e documentais e identifica um retrato estatístico que revela a cidade de Palmas-TO como pertencente a uma posição de destaque no que diz respeito ao desenvolvimento humano no Norte do Brasil, fato evidenciado por meio de indicadores de desenvolvimento como o IDH (PNUD) e o IDECULT (IPEA). Assim, diante dos dados analisados, a pesquisa conclui pela existência de uma relação direta entre a adoção de políticas públicas vinculadas à Economia Criativa e a melhoria das condições de vida da população por elas alcançadas, fato que eleva esse modelo de economia à categoria de paradigma de desenvolvimento a ser replicado por toda a Administração Pública e exige esforços governamentais no sentido de aperfeiçoar a gestão de suas políticas, promovendo um aproveitamento de ativos intangíveis que respeite a diversidade cultural, impulse a sustentabilidade e incentive a criatividade e o crescimento econômico.

Palavras-chave: Cultura. Desenvolvimento. Economia Criativa. Políticas Culturais.

ABSTRACT

The research to analyze strategies of cultural management adopted in the city of Palmas - Tocantins, observing the administrative, social and economic effects of adoption of public policies linked to Creative Economy as a catalyst for local development. Starting from a further theoretical study that addresses functional and anthropological of culture before conception of integral development, the study goes further in a bibliographical and documentary investigation about the Creative Economy, revealing its concept, historical context of emergence, typologies and appropriation by the instruments of public policy planning. Then, the work approximates the theoretical framework analyzed to reality of Palmas, gaining space and importance to the observation of cultural management in capital of Tocantins, its principles, investments and legal instruments, contextualizing the approach through analysis of specific public policy: Taquaruçu's Gastronomic Festival and its impact on development of that district. Finally, the study condenses the perceptions obtained by means of bibliographical and documentary sources and identifies a statistical snapshot that reveals the city of Palmas-TO as belonging to a prominent position with respect to the human development in the north of Brazil, a fact evidenced by means indicators such as HID (UNDP) and IDECULT (IPEA). Thus, in the face of the data analyzed, the research concludes that by the existence of a direct relationship between adoption of public policies linked to the Creative Economy and improvement of living conditions of populations that they reached, a fact that elevates this model of economy to the category of paradigm of development to be replicated by the whole public administration and requires government efforts to improve management of its policies, promoting use of intangible assets that respect cultural diversity, boost sustainability and encourage creativity and economic growth.

Key-words: Culture. Development. Creative Economy. Cultural Management.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Geração de empregos na área da cultura	23
Tabela 02: Classificação das indústrias criativas conforme os seis modelos	31
Tabela 03: Características gerais dos municípios e sua relação com os clusters do IDECULT: ótimo (0,723), bom (0,504), médio (0,378) e baixo (0,320)	54
Tabela 04: Valores referentes aos investimentos do Festival Gastronômico realizados com recursos da AGTUR	61

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: PIB criativo estimado e sua participação no PIB total brasileiro (2004 a 2013)	29
Figura 02: Setores Criativos: A ampliação dos setores culturais	30
Figura 03: Escopo dos setores criativos - Ministério da Cultura (2011).....	32
Figura 04: A economia criativa brasileira e seus princípios norteadores	33
Figura 05: A economia criativa brasileira: vetores e eixos de atuação	34
Figura 06: Articulações intersetoriais com parceiros institucionais, agências de fomento e desenvolvimento, órgãos bilaterais e multilaterais.....	36
Figura 07: Indicador de potencial criativo das capitais dos estados brasileiros	43
Figura 08: Mapeamento da Economia Criativa em Palmas-TO - Expressões Culturais.....	44
Figura 09: Percentual de municípios, por caracterização do órgão gestor da cultura - Brasil - 2006/2014	45
Figura 10: Municípios em que o órgão gestor da cultura possui página na internet - Brasil- 2014	47
Figura 11: Percentual de municípios com política municipal de cultura e seus principais objetivos - Brasil - 2006/2014	48
Figura 12: Municípios com plano municipal de cultura - Brasil - 2014.....	49
Figura 13: Percentual de municípios que realizaram Conferência de Cultura, segundo as classes de tamanho da população dos municípios e as Grandes Regiões - 2014.	51
Figura 14: Municípios Brasileiros com IDECULT alto	53
Figura 15: Caracterização do indicador de desenvolvimento da economia da cultura	53
Figura 16: Síntese do IDECULT (alto, médio e baixo) - Brasil.....	55
Figura 17: Principais atrativos turísticos do Distrito de Taquaruçu	58

LISTA DE IMAGENS

Imagem 01: Estrutura de coleta de lixo: 10º Festival Gastronômico de Taquaruçu - 2016	65
Imagem 02: Atividades comerciais no entorno do 10º Festival Gastronômico de Taquaruçu - 2016	66
Imagem 03: Estacionamentos rotativos no entorno do Distrito – 10º Festival Gastronômico de Taquaruçu - 2016.....	67

LISTA DE SIGLAS

- ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
- AGTUR – Agência Municipal de Turismo de Palmas
- AMATUR – Agência do Meio-ambiente e Turismo
- ASAT – Associação dos Artesãos de Taquaruçu
- CBO – Código Brasileiro de Ocupações
- CNAE – Cadastro Nacional de Atividades Culturais
- DCMS – Department for Culture Media and Sport
- FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IDECULT – Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura
- IDH – Índice de Desenvolvimento Humano
- IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
- MinC – Ministério da Cultura
- MUNIC – Perfil dos Municípios Brasileiros
- OCDE – Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
- OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual
- ONU – Organização das Nações Unidas
- PIB – Produto Interno Bruto
- PMCP – Plano Municipal de Cultura de Palmas
- PNC – Plano Nacional de Cultura
- PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
- PRONAC – Programa Nacional de Apoio à Cultura
- SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- SEC – Secretaria da Economia Criativa
- SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
- SNIIC – Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais
- UNCTAD – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento
- UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.1.OBJETIVOS.....	2
1.1.1 Objetivo Geral:	2
1.1.2. Objetivos específicos:	3
2. METODOLOGIA	4
3. REFERENCIAL TEÓRICO	7
3.1 A RELAÇÃO ENTRE CULTURA E DESENVOLVIMENTO.....	7
3.2. ECONOMIA CRIATIVA E SUA APLICAÇÃO À REALIDADE BRASILEIRA.....	20
4. GESTÃO DA CULTURA EM PALMAS: CASOS, TÉCNICAS E IMPACTO SOCIAL.....	40
4.1 POTENCIAL CRIATIVO DE PALMAS-TO.....	40
4.2. GESTÃO DA CULTURA EM PALMAS-TO.....	44
4.3. ANÁLISE DO FESTIVAL GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU COMO POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO LOCAL VINCULADA À ECONOMIA CRIATIVA.....	55
4.3.1. O Festival Gastronômico de Taquaruçu sob a ótica da Economia Criativa.....	62
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

1. INTRODUÇÃO

Neste projeto tratamos da análise das relações entre cultura e desenvolvimento na cidade de Palmas-TO.¹ Este tema surgiu da necessidade de dar visibilidade acadêmica às estratégias de gestão cultural adotadas no município de Palmas, observando seus reflexos no campo administrativo e, principalmente, os impactos sociais das políticas públicas desenvolvidas em torno da economia criativa na capital do Tocantins.

A cultura constitui objeto amplamente discutido no mundo acadêmico atual, sendo muitas as perspectivas de contemplação possíveis para a sua análise. Partindo da constatação de que a garantia ao cidadão de participar da vida cultural da comunidade corresponde a um direito fundamental consagrado na Constituição Brasileira, bem como, que a produção cultural, mais que um direito, tem se mostrado um instrumento apto a integrar políticas públicas para redução da desigualdade e combate à pobreza, chega-se a evidência de que, além de um conjunto de valores e crenças, a cultura também pode ser vista como recurso para promover o desenvolvimento social.

Nesse contexto, voltando o foco da análise para a capital do Estado do Tocantins, cuja produção cultural e artística é diversificada e envolve um setor em crescimento, torna-se oportuno o estudo de como a gestão da cultura pode impactar positivamente nos campos social, político e econômico desse município.

A cultura tem assumido novas significações e passou a ser vista com interesse não apenas por disciplinas que tradicionalmente a contemplavam como objeto, tais como a sociologia e a antropologia, passando a atrair os olhos de áreas de conhecimento diversas, como a ciência política, história, geografia, economia e a administração. Nesse contexto, considerando a abordagem de desenvolvimento que o interpreta como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social, chega-se à percepção de que a relação entre cultura e desenvolvimento é um tema recorrente nos debates contemporâneos, cujos estudos e pesquisas têm se multiplicado não apenas no ambiente acadêmico, alcançando de forma notória as estratégias de governo e políticas públicas implementadas em inúmeros países.

¹ Palmas, capital do Tocantins, inaugurada em 20 de maio de 1989 e instalada em 1º de janeiro de 1990, possui população estimada de 279.856 habitantes no ano de 2016, distribuída em 2.218,943 Km², segundo dados do IBGE (<http://cod.ibge.gov.br/5SE>).

No presente trabalho, busca-se a compreensão da relação estabelecida entre cultura, economia e sociedade, levando em consideração a ideia de economia criativa e seus reflexos nas diretrizes adotadas pelo Governo Federal e, mais especificamente, pela Administração Municipal de Palmas-TO. Propõe-se uma pesquisa que seja construída em torno do desenvolvimento da Economia da Cultura, ensejando um detalhamento dos investimentos públicos no setor cultural do município, dos instrumentos legais, organizacionais e das parcerias utilizadas para promover a melhoria gradual da qualidade de vida da população palmense.

Partimos, então, da hipótese de que a gestão cultural na capital do estado do Tocantins, sua caracterização, princípios e diretrizes, tem gerado reflexos positivos para o desenvolvimento dessa região. Objetiva-se compreender as estratégias vinculadas à Economia Criativa e identificar o impacto dos incentivos fiscais e investimentos públicos em cultura no desenvolvimento socioeconômico de Palmas, enfatizando-se constatações fáticas relacionadas à promoção do desenvolvimento regional no distrito de Taquaruçu, a partir da implementação de políticas públicas ligadas à Economia da Cultura.

Pretende-se, portanto, por meio de uma investigação bibliográfica e documental, mapear os investimentos culturais na capital do estado do Tocantins, avaliar os impactos de tais investimentos nos índices de desenvolvimento socioeconômico, inclusive no Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura (IDECULT), desenvolvido pelo IPEA, e compreender os elementos integrantes dos conceitos de cultura, economia criativa e desenvolvimento.

1.1.OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral:

- Avaliar o potencial criativo de Palmas-TO, identificando como a gestão da cultura no Município pode se converter em uma ferramenta promotora do desenvolvimento socioeconômico frente a uma realidade multicultural, que enseja condições favoráveis para o desenvolvimento de uma economia criativa e inovadora.

1.1.2. Objetivos específicos:

- Identificar os principais aspectos teóricos vinculados à relação estabelecida entre cultura e desenvolvimento, associando os conceitos às políticas públicas culturais planejadas e implementadas na capital tocantinense;
- Descrever como ocorre a gestão cultural em Palmas-TO, buscando evidenciar como a atual estrutura de órgãos, leis e políticas culturais do município refletem no desenvolvimento da região;
- Identificar o marco teórico conceitual que cerca o binômio cultura e desenvolvimento e, a partir daí, refletir sobre a economia criativa como instrumento propulsor do desenvolvimento na capital do Tocantins.
- Analisar o Festival Gastronômico de Taquaruçu como ferramenta de desenvolvimento local vinculada à economia criativa.

2. METODOLOGIA

O objeto da pesquisa é o planejamento e a gestão de políticas públicas culturais na capital do Tocantins, onde se busca compreender a relação estabelecida entre cultura, economia e sociedade, levando em consideração a ideia de economia criativa e seus reflexos nas diretrizes de gestão adotadas em Palmas-TO.

Propõe-se uma pesquisa que aborde o desenvolvimento da Economia da Cultura, ensejando um detalhamento dos investimentos públicos no setor cultural da capital, dos instrumentos legais, organizacionais e das parcerias utilizadas para promover a melhoria gradual da qualidade de vida da população palmense.

Assim, diante da demanda de informações requeridas para desenvolvimento do estudo, pretende-se utilizar pesquisa teórico/bibliográfica, onde a busca e interpretação de vasta bibliografia ligada à temática ocorrerá em conjunto com a análise de leis, documentos públicos, convênios, editais e demais ferramentas de gestão estatal utilizadas pela esfera pública para desenvolver o setor cultural de Palmas. O método adotado é o indutivo, que parte de constatações fáticas sobre o objeto de estudo visando à elaboração de uma proposição geral.

Segundo Pimentel (2001, p. 180), “estudos baseados em documentos como material primordial, sejam revisões bibliográficas, sejam pesquisas historiográficas, extraem deles toda a análise, organizando-os e interpretando-os conforme os objetivos da investigação proposta”. Na pesquisa em tela, destacam-se como documentos relevantes, além das leis e do próprio texto constitucional (que insere os direitos culturais no rol dos direitos fundamentais), os planos de governo, em especial o Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014, documento produzido pelo Ministério da Cultura que busca incentivar iniciativas de institucionalização, formulação e implementação de políticas voltadas para a valorização e apoio das atividades produtivas intensivas em cultura, a Lei Federal n. 12.343, de 02 de Dezembro de 2010, que Instituiu o Plano Nacional de Cultura – PNC e criou o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC, bem como a Lei Municipal n. 1.933, de 13 de dezembro de 2012, que instituiu o Plano Municipal de Cultura de Palmas – PMCP.

Assim, considerando a tendência do governo federal constante no Plano da Secretaria da Economia Criativa, que contempla as manifestações culturais como uma alternativa de inclusão produtiva, seja pelas oportunidades de criação de emprego e renda, seja pela ampliação do acesso e da qualificação dos serviços ligados à cultura, propõe-se a análise da proposta de Plano Municipal de Cultura de Palmas (PMCP), confrontando-a com os dados da pesquisa sobre o

perfil dos municípios brasileiros – IBGE e do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) – PNUD/IPEA.

A análise documental é apropriada à pesquisa pretendida, sendo importante a contextualização das informações encontradas com o ambiente social investigado, atentando-se para a importância do cotejamento de tais informações com outros índices que mensuram o desenvolvimento, tais como o Índice de desenvolvimento Humano (IDH) e o Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura (IDECULT). A necessidade de contextualização das informações obtidas pela análise documental é destacada por Moreira (2005):

A análise documental consiste em identificar, verificar e apreciar os documentos com uma finalidade específica e, nesse caso, preconiza-se a utilização de uma fonte paralela e simultânea de informação para complementar os dados e permitir a contextualização das informações contidas nos documentos. A análise documental deve extrair um reflexo objetivo da fonte original, permitir a localização, identificação, organização e avaliação das informações contidas no documento, além da contextualização dos fatos em determinados momentos (MOREIRA, 2005).

Como se vê, a análise documental reclama uma contextualização das conclusões, sendo importante a identificação do arcabouço teórico que trata do tema. Assim, considerando a pesquisa como um processo no qual o pesquisador tem “uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente, pois realiza uma atividade de aproximações sucessivas da realidade, sendo que esta apresenta 'uma carga histórica' e reflete posições frente à realidade” (MINAYO, 1994), pretende-se identificar o conceito de cultura e sua apropriação pelos planos de governo pesquisados.

Por fim, ainda no intuito de perfilhar o caminho metodológico da pesquisa, pretende-se analisar Indicador de desenvolvimento da economia da cultura (IDECULT), desenvolvido pelo IPEA. O referido indicador, em apertada síntese, busca permitir uma visualização do desenvolvimento da economia da cultura em nível de cada município e de suas relações com outros índices – a exemplo do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) – e com outras variáveis, como renda, educação e esforço institucional – gasto público ou privado com cultura e presença de equipamentos, utilizando, para tanto, as seguintes dimensões (IPEA, 2010, p. 8):

O IDECULT leva em consideração duas dimensões: a oferta e a demanda cultural dos municípios brasileiros. Do lado da oferta, elege três subindicadores ou subíndices:

- as profissões culturais – a partir do Código Brasileiro de Ocupações (CBO) –, que dimensiona o número de ocupações estritamente culturais;
- o setor cultural – a partir do Cadastro Nacional de Atividades Culturais (CNAE) –, que se refere ao número de ocupações em estabelecimentos culturais e que indiciam o dinamismo setorial; e
- a oferta de equipamentos culturais nos municípios.

Pelo lado da demanda, são utilizados dois subindicadores:

- o percentual de domicílios consumidores de cultura; e
- o gasto médio por domicílio com bens culturais (IPEA, 2010, p. 8).

Tendo como norte a metodologia adotada pelo IPEA, pretende-se identificar o IDECULT de Palmas-TO e correlacioná-los às políticas públicas culturais desenvolvidas pelo município, verificando práticas exitosas e pontos carentes de melhoramento nos planos governamentais.

Diante do exposto, para melhor compreender a relação entre economia, cultura e desenvolvimento em nosso país, ensejando um aprofundamento na realidade de Palmas-TO e persecução dos objetivos pretendidos na pesquisa, optou-se pela metodologia aqui exposta.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 A RELAÇÃO ENTRE CULTURA E DESENVOLVIMENTO

A presente análise não intenciona se aprofundar no estudo da cultura sob um viés antropológico, antes, pretende tratá-la como uma ferramenta utilizada para promover estratégias de desenvolvimento. Nessa perspectiva, Burity (2007, p. 52) aborda o tema “cultura e desenvolvimento” a partir de duas referências que associam as manifestações culturais à ideia de lugar: a primeira referência é a concepção clássica, com fundamento nas Ciências Sociais e na História, que associam a cultura ao “espaço vivencial onde uma certa forma de vida é experimentada, construída e transformada”, já a segunda concepção se relaciona à ideia de que cultura não tem lugar, apresentando-se como um processo de implementação de valores, direitos e projetos “modernizadores” que não se prendem a um lugar e, por consequência, abre espaço para uma concepção de desenvolvimento como “algo que não tem lugar, que não surge de um lugar, e, portanto, pode acontecer em qualquer lugar, ocultando qualquer ideia de que estaria remetido a uma experiência específica, singular e irrepetível” (BURITY, 2007, p. 53).

Da análise exposta, percebe-se o entrelaçamento entre os conceitos de cultura e desenvolvimento, relação que, ainda sob a ótica de Burity (2007, p. 53- 54), se iniciou com a concepção de progresso a partir de uma marca colocada pelo desenvolvimento das sociedades europeu-ocidentais, construído pelo misto de empresa colonial e avanço do capitalismo industrial. Ao longo do tempo, essa concepção de “progresso” gerou uma perspectiva de desenvolvimento que se fundamentou na delimitação do “lugar dos desenvolvidos” e dos “subdesenvolvidos”, e que “praticamente cria a existência de dois terços de pobres no mundo”, estabelecendo uma série de vinculações na forma em como essas sociedades subdesenvolvidas haviam se constituído em termos culturais, sociais e históricos e a sua condição de subdesenvolvimento.

No contexto apresentado, surge no seio das Ciências Sociais a “Teoria da Modernização”, que estabelece o conceito de subdesenvolvimento e cria estratégias para a saída dessa condição, como é possível perceber na citação de Bayardo (2007, tradução nossa)

Costuma-se assinalar como marco definidor no início das abordagens sobre desenvolvimento, um discurso pronunciado em 1949 pelo presidente Harry Truman, onde este assinala que “os Estados Unidos ocupam um lugar preeminente entre as nações em relação ao desenvolvimento das técnicas industriais e científicas [...] devemos pôr à disposição dos povos pacíficos os benefícios da nossa acumulação do conhecimento técnico”, considerando que

“uma maior produção é a chave para a prosperidade e a paz”. Esta noção reformula a anterior sobre “países atrasados”, que então passam a ser identificados como subdesenvolvidos, ainda que se continue a fazer alusão ao mesmo conjunto de países a que se espera incluir numa maior produção e acumulação: os territórios ultramarinos conquistados e dominados pelas potências coloniais. Para meados do século XX, o imperialismo do século XIX não se sustentou econômica e politicamente, o que fomentou a agenda da descolonização e o estabelecimento de novas formas de intervenção justificadas pelo conhecimento técnico que resultaram na invenção do “Terceiro Mundo”. Esta perspectiva despolitizada da questão também se fundamenta em considerar a pobreza como um setor carente de capacidades e que requer ajudas ou assistências mais do que soluções estruturais. (BAYARDO, 2007, p. 71, tradução nossa)

Observa-se, portanto, a “descoberta” do “Terceiro Mundo” pelos modernizadores, que, no intuito de promover o desenvolvimento, buscaram romper com os obstáculos que limitavam o crescimento econômico dos subdesenvolvidos. Nesse contexto, a cultura é vista como uma manifestação de estagnação e atraso, que deve ser modificada pelo processo de desenvolvimento:

[...] a relação entre cultura e desenvolvimento durante várias décadas – pelo menos até os anos de 1970 – era seriamente questionada por quem se localizava no discurso do desenvolvimento. O desenvolvimento se defrontava com o atraso, com a incompreensão, com a violência, com o poder oligárquico, com as idiossincrasias das culturas nacionais, locais, etc. O seu papel era dobrar a resistência da cultura, e colocar as sociedades num papel de desenvolvimento em que elas se parecessem cada vez mais, por corresponderem aos ideais do progresso, do desenvolvimento material (BURITY, 2007, p. 55)

Em consonância com esse entendimento, encontramos o pensamento de Celso Furtado (2000), que, ao explorar o aspecto cultural do subdesenvolvimento e da dependência, reconhece a dominação cultural exercida pelos países centrais sobre os países periféricos, como bem assinala Borja (2009):

Através das empresas transnacionais, que impõem um determinado padrão de consumo; das novas tecnologias da informação e da comunicação, que permitiram acesso quase que irrestrito aos centros difusores dos valores culturais dominantes; e da indústria cultural, que detém importantíssima contribuição na difusão dos signos e elementos simbólicos da cultura, os países centrais exercem uma dominação cultural sobre os países periféricos. Esta dominação prolonga-se da relação externa entre os Estados nacionais para a relação interna entre as classes que compõem a estrutura de poder, gerando uma cultura da dependência no subdesenvolvimento (BORJA, 2009, p.10).

Ainda em alusão ao período em que a cultura era vista como um freio ao processo de desenvolvimento, Bayardo (2007, p. 72) cita as paradigmáticas fases do crescimento propostas

por Walt Rostow, que afirma que as sociedades atravessam uma série contínua e histórica de cinco fases econômicas: “a sociedade tradicional”, “as condições para a decolagem/arranco”, “o arranco”, “a marcha para a maturidade” e a “era do consumo de massa”, deixando claro que se trata de um esquema evolucionista que estabelece os passos necessários para o alcance do desenvolvimento, sendo que o grande consumo de massa figuraria, nesse contexto, como o meio utilizado para promover o crescimento econômico e conduzir a sociedade tradicional, presa a visões de mundo e valores limitantes, em direção a uma decolagem. Nesse contexto, a cultura é vista como um peso para o crescimento econômico, ao mesmo tempo em que é vista como um fator externo à questão do desenvolvimento.

Nessa esteira, Costa (2011, p. 105) afirma que durante boa parte dos Séculos XIX e XX, os teóricos da modernização e os novos conservadores defenderam a existência de obstáculos culturais ao crescimento econômico, sugerindo que o atraso de alguns países decorre de determinadas características psicossociais das populações periféricas. Para superar tal atraso, os modernizadores tomaram para si o papel de transferir as instituições e os valores da modernidade, de maneira que os povos atrasados viessem a seguir a trajetória de crescimento dos países desenvolvidos. Tal pensamento, apesar de críticas contundentes, ainda vigora nos dias atuais:

Essa visão, embora bastante criticada, ainda persiste. Há poucos anos, na apresentação de uma vasta coletânea sobre o tema, Samuel Huntington comparava as trajetórias do Gana e da Coreia do Sul nos últimos 40 anos, mostrando a semelhança dos indicadores econômicos e sociais dos dois países no início do período e o enorme fosso que os separa hoje (Harrison e Huntington, 2002). Segundo seu ponto de vista, o que explica essa disparidade é a cultura. Nesse sentido, a cultura importa... (COSTA, 2011, p. 106)

O anunciado atrito entre cultura e desenvolvimento perde seus contornos a partir do momento em que as propostas de desenvolvimento centradas apenas no crescimento econômico mostram-se incapazes de impulsionar as mudanças sociais pretendidas. Nesse contexto, ganha força um “discurso da emergência da diferença cultural como um dos lugares ou uma das trincheiras a partir das quais seria possível opor-se a modelos de desenvolvimento descontextualizados, desenraizados, sem lugar” (BURITY, 2007, p. 56).

Nesse sentido, Silva (2012, p. 115) afirma que a tentativa de repensar os modelos desenvolvimentistas causadores de assimetrias e injustiças, aliada a uma série de transformações institucionais, econômicas e sociais, apontou para um novo paradigma de desenvolvimento no final dos anos 70, em que o lugar da cultura se revela através do reconhecimento do fracasso de ideias desenvolvimentistas fundamentadas unicamente em

análises econômicas, discurso também presente nos fundamentos do indicador de desenvolvimento da economia da cultura - IDECULT (IPEA, 2010, p. 9):

O conceito de desenvolvimento é indexado historicamente, orienta e compõe as experiências históricas. O campo semântico do conceito muda conforme os contextos. Por exemplo, após a Primeira Guerra Mundial o campo de significados se referia aos processos que punham fim ao colonialismo europeu e aos movimentos de descolonização em diversas partes do mundo. Ao tornarem-se independentes, os países necessitaram não apenas de afirmação de identidades, mas também de consolidação política e econômica. A noção de desenvolvimento tornou-se então a noção que sustentaria projetos políticos e ideológicos ao longo do século XX. A novidade das primeiras décadas do século XX era a referência ao desenvolvimento como um conjunto de escolhas nacionais politicamente organizadas. O desenvolvimento não se reduzia simplesmente aos dinamismos da economia (IPEA, 2010, p. 9).

O conceito de desenvolvimento do IPEA (*op. cit.*) passa a valorizar os aspectos anteriormente ignorados e que interagem entre si para a promoção do bem coletivo, tais como educação, meio-ambiente e, em um enfoque mais recente, a cultura. Nesse contexto, a concepção de desenvolvimento adotada se enquadra no pensamento de Sen (2000, p. 47), que entende o desenvolvimento como a ampliação das liberdades desfrutadas pelas pessoas, e também está em harmonia com a concepção de desenvolvimento humano adotada pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) em seus relatórios, como relata Maraña (2010, tradução nossa):

Igualmente, o PNUD promove relatórios que complementam a visão do desenvolvimento, por meio da análise de temas que incidem sobre este, como o aquecimento global, o acesso à água, a mobilidade humana, ou migrações e a liberdade cultural, sobre a qual falaremos mais adiante. Neste contexto, também a cultura tem sido de interesse para analistas de desenvolvimento. Neste âmbito, nos últimos anos se generalizou a ideia de que é necessário incluir a dimensão cultural nas políticas e ações de desenvolvimento. Devido à priorização do desenvolvimento humano sustentável sobre outros modelos de desenvolvimento mais economicista, a cultura tem sido estudada como necessário para o pleno desenvolvimento das pessoas e das comunidades. O Desenvolvimento, como superação da pobreza, tem optado cada vez mais por um conceito mais abrangente do termo pobreza: assim, uma abordagem mais ampla da pobreza inclui, entre outros, o âmbito cultural (MARAÑA, 2010, p. 3-4, tradução nossa).

Apesar dessa nova ótica de ampliação do conceito de desenvolvimento para além do crescimento econômico, que resultou até mesmo na inclusão da produção cultural como direito garantidor do bem-estar coletivo e, conseqüentemente, um indicativo de desenvolvimento, Burity (2007, p. 57) aponta que o discurso neoliberal emergente em meados da década de 80 disseminou o entendimento de que a economia deveria ser o elemento propulsor da construção social, espalhando-se como critério para a política e para a cultura e ensejando uma nova tensão

entre manifestações culturais e desenvolvimento, resultante de um discurso sobre a necessidade de se desenvolver uma cultura empreendedora (eficiente e eficaz), tanto como forma de reestruturação dos laços sociais como meio de promover o aquecimento da economia.

No contexto apresentado, Burity (2007, p. 57) ainda afirma que no início da década de 90 há uma tentativa de redefinição da ideia neoliberal de desenvolvimento por parte de grandes organismos internacionais, tais como o Banco Mundial, o Banco Interamericano de Desenvolvimento e instituições das Nações Unidas. Corroborando com essa constatação, Bayardo (2007, p.67) exemplifica o crescimento do interesse internacional pela problemática envolvendo o binômio cultura e desenvolvimento:

Nas últimas décadas do Século XX, as conferências intergovernamentais sobre políticas culturais, realizadas nos cinco continentes entre 1970 e 1978, a Conferência Mundial sobre políticas culturais- Mundiacult (México, 1982), a publicação do relatório Nossa Diversidade Criativa (1996), no marco da Terceira Década Mundial para o Desenvolvimento Cultural entre 1988 e 1997, a Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento (Estocolmo 1998) e que deram lugar aos relatórios Mundiais de Cultura da UNESCO (1999 e 2000), mostraram o interesse e vontade internacional pela problemática cultural vinculada ao desenvolvimento. Um interesse recente e sem dúvida bem vindo, que requer algumas precisões (BAYARDO, 2007, p. 67, tradução nossa).

O interesse internacional acima exposto retrata um contexto ideológico de vinculação entre cultura e desenvolvimento que, segundo Silva (2012, p.111), é crescente e abre inúmeras possibilidades de abordagem e discussão, envolvendo desde a economia gerada pela produção, circulação e consumo de bens culturais à ideia de cultura como dimensão capaz de apontar os caminhos para o desenvolvimento de uma sociedade.

Nessa perspectiva, Burity (2007, p. 58-59) revela uma dupla descoberta: primeiramente, constata que os projetos de desenvolvimento serão mais eficazes nos contextos locais se respeitarem e dialogarem com a cultura do lugar, reconhecendo-se que o lugar da cultura para a realização de políticas públicas é algo irrecusável, bem como, verifica que sem um processo de participação dos atores mais diretamente interessados nas ações de desenvolvimento (sociedade civil) não há como assegurar o sucesso das políticas públicas e sua sustentabilidade. Em relação ao primeiro ponto, Milani (2003, p. 2) partilha dessa percepção, afirmando que “o desenvolvimento local é sabidamente marcado pela cultura do contexto em que se situa”, bem como, que “o desenvolvimento local é fruto de relações de conflito, competição, cooperação e reciprocidade entre atores, interesses e projetos, de natureza social, política e cultural”.

No que diz respeito à constatação da necessidade de participação da sociedade civil nas políticas públicas ligadas à cultura, Lisowski (2015, p. 158) ressalta que um dos programas de

maior relevância hoje existentes, mesmo passados mais de vinte e cinco anos da promulgação da Constituição de 1988, é o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC, instituído pela Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991, que estabelece mecanismos destinados ao financiamento de projetos artístico-culturais, buscando com isso incentivar essas manifestações e promover o acesso igualitário aos bens de cultura². Esta Lei (também conhecida como Lei Rouanet), parafraseando o conceito adotado pelo Ministério da Cultura³, é um mecanismo de estímulo à participação do mercado e da sociedade no aporte de recursos a projetos culturais, a título de doações ou patrocínios, que podem ser, posteriormente, deduzidos do imposto de renda a pagar, sendo que todo projeto cultural, de qualquer artista, produtor ou agente cultural brasileiro, pode se beneficiar da Lei e se candidatar à captação de recursos de renúncia fiscal.

As revelações em apreço conduzem à percepção de que a cultura passa a exercer uma influência considerável na economia, visto que a produção cultural começa a extrapolar o universo do discurso e das representações, assumindo um papel de produto rentável, um ramo de negócio que movimenta muito dinheiro e envolve diversas práticas profissionais. Nessa perspectiva, Burity (2007, p. 60) aponta o nexo existente entre economia e cultura, decorrente da incorporação da produção artística, das manifestações folclóricas e da história das comunidades à estratégia de desenvolvimento local, a partir de uma “indústria do lazer e do turismo”, apta a aquecer a economia, gerando emprego e renda. Igualmente, percebe que uma

2 Art. 18. Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como por meio de contribuições ao FNC, nos termos do art. 5º, inciso II, desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei:

§ 1º Os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias efetivamente despendidas nos projetos elencados no §3º, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, nos limites e nas condições estabelecidos na legislação do imposto de renda vigente, na forma de:

a) doações; e

b) patrocínios.

§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o §1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos:

a) artes cênicas;

b) livros de valor artístico, literário ou humanístico;

c) música erudita ou instrumental;

d) exposições de artes visuais;

e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos;

f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e

g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial.

h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes.

3 Nota de esclarecimento do MinC sobre a Lei Rouanet, disponível em: http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/id/1322173

das maneiras de promover a inclusão social é “estimulando a emergência de grupos culturais a partir do local”, profissionalizando esses grupos e integrando-os ao mercado, de modo que se possibilite a saída desses grupos da condição de “exclusão” e “marginalidade”.

A cultura, portanto, mais que um bem ou direito, passa a ser vista como recurso disponível para ser utilizado na busca do desenvolvimento. O Governo Federal sob a gestão de Dilma Rousseff compartilhou desse entendimento, tal como se pode observar no Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações (2011 – 2014, p. 19):

[...] a diversidade cultural não deve mais ser compreendida somente como um bem a ser valorizado, mas como um ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento. De um lado, deve ser percebida como recurso social, produtora de solidariedades entre indivíduos, comunidades, povos e países; de outro, como um ativo econômico, capaz de construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho, finalmente, para novas formas de produção de riqueza. Assim, seja na produção de vivências ou de sobrevivências, a diversidade cultural vem se tornando o ‘cimento’ que criará e consolidará, ao longo desse século, uma nova economia (Secretaria da Economia Criativa, 2011-2014, p. 19).

Mesmo diante das benesses apresentadas, Burity (2007, p. 61) chama a atenção para as limitações presentes na integração da cultura ao processo de desenvolvimento, tecendo críticas ao fato de que as iniciativas de muitos atores da sociedade civil ou mesmo do governo reproduzem de maneira acrítica representações etnocêntricas, autoritárias e oficialistas herdadas dos discursos “fundadores da identidade nacional”, levando à consagração de histórias produtoras de subalternização ou de reforço de estereótipos contra grupos, regiões e identidades historicamente marginalizadas.

O quadro apresentado revela que o recrutamento da cultura como um fator econômico promotor do desenvolvimento não é um processo necessariamente virtuoso, bem como que tal processo traz em si alguns desafios:

O primeiro é o de pensar as dinâmicas entre localidade e extra-localidade, ou para usar o termo corrente, globalidade, que esse processo passa a instituir. De um lado, há uma representação de que a resistência a partir do lugar seria uma das maneiras de neutralizar os impactos negativos que os discursos globais ou a ideia de fluxos não-territoriais estariam gerando e complicando em muitos casos os problemas sociais já existentes em várias dessas sociedades. De outro lado, há uma necessidade de reconhecer que o local, no contexto contemporâneo de que falamos, não tem mais nenhum sentido de autarquia, não pode mais ser pensado no seu isolamento, ainda que estejamos falando de comunidades cuja inserção, seja na economia nacional, seja no contexto regional do próprio Estado-Nação, seja nesses fluxos mais amplos, globais, do nosso tempo, as deixaria quase completamente isoladas [...]. O segundo desafio que esse processo nos suscita, que eu queria colocar aqui, é o de como permitir, ou como incentivar, o lado salutar desse reconhecimento de que há um vínculo entre cultura e desenvolvimento, que recomenda uma série de

estratégias diferenciadas e sempre caso a caso de elaboração e implementação de projetos de desenvolvimento sem cair na mera legitimação de processos hegemônicos mais amplos nos quais esse reconhecimento do vínculo entre cultura e desenvolvimento é um reconhecimento instrumental que está a serviço de uma outra ótica, ou de uma outra lógica (BURITY, 2007, p. 61-62).

Observa-se no excerto a existência de alguns entraves à compatibilização entre cultura e desenvolvimento, principalmente ligados à dinâmica entre o global e o local e o risco de transformar a relação entre cultura e desenvolvimento em um instrumental que trabalhe a favor de óticas externas à busca do desenvolvimento social. Nesse sentido, de forma exemplificativa, podemos citar como desvio a adoção de políticas públicas voltadas para a cultura com caráter exclusivamente mercadológico, sem levar em consideração as nuances dos costumes locais.

A discussão sobre as relações entre cultura e desenvolvimento envolve ainda uma série de problemas teóricos e práticos relacionados, inclusive, com as acepções terminológicas assumidas por essas expressões.

Inicialmente, sobre cultura, é importante ressaltar que esse termo se alastrou para além do universo conceitual, ganhando destaque em meio aos processos sociais, em especial àqueles voltados para a elaboração e implementação de políticas públicas. A definição de cultura não é uma tarefa fácil, dado o fato de que o termo é caracterizado por uma multiplicidade de definições relacionadas a diferentes interesses institucionais ou disciplinares (SODRÉ, 1988, p. 43).

Etimologicamente, a palavra cultura está vinculada à expressão latina *colere*, cuja correspondência no português se vincula a expressões como cultivar e cultuar. Segundo Eagleton (2005), o termo cultura teve o seu significado modificado ao longo do tempo, representando inicialmente atividades vinculadas à natureza humana e ao trabalho rural e assumindo, com o passar do tempo, uma conotação imaterial, mais ligada às atividades urbanas, como se pode observar em sua narrativa:

Cultura, de início denotava um processo completamente material, depois metaforicamente transferido para questões do espírito, mapeando em seu desdobramento semântico a mudança histórica da própria humanidade da existência rural para a urbana, da criação de porcos a Picasso, do lavrar o solo à divisão do átomo... A raiz latina da palavra 'cultura' é *colere*, que significa qualquer coisa, desde cultivar e habitar (*colonus* - colonialismo) a adorar e proteger. *Cultus*, no termo religioso "culto", da mesma forma que a ideia de cultura se coloca no lugar de um sentido desvanecente de divindade e transcendência na Idade Moderna, herdando o manto da autoridade religiosa, mas tem afinidades com ocupação e invasão. É entre polos positivo e negativo que o conceito está localizado nos dias de hoje, tornando sua história social excepcionalmente confusa e ambivalente (EAGLETON, 2005, p. 12).

No que pese a importância do estudo da origem terminológica para a compreensão do significado de cultura, a compreensão do seu significado a partir de um viés antropológico também é adequada ao estudo em tela, o que torna oportuna a exposição do conceito adotado por Chauí (1995), quando afirma que cultura é “a capacidade de invenção coletiva de símbolos, valores, ideias e comportamentos, de modo a afirmar que todos os indivíduos são seres culturais e sujeitos culturais”. Segundo Marchi (2014), o conceito de cultura reflete as três dimensões do plano cultural adotado pelo Ministério da Cultura: a) como expressão simbólica; b) direito à cidadania e c) campo potencial para o desenvolvimento econômico sustentável.

Em relação à dimensão simbólica, o Ministério da Cultura se propõe a apoiar manifestações culturais de forma abrangente, contemplando diversos grupos sociais e superando a distinção de tratamento entre as manifestações artísticas, por muitas vezes diferenciadas conforme a sua origem “erudita” ou “de massa”. A dimensão cidadã estabelece o princípio de que os direitos culturais integram os direitos humanos, sendo necessário, portanto, a garantia do acesso universal às produções artísticas, democratização da produção e oferta de bens culturais, bem como, o respeito aos direitos autorais. Por fim, a dimensão econômica da cultura se refere à sua capacidade de gerar trabalho e riqueza e, mais que isso, ensejar a melhoria gradual da qualidade de vida dos cidadãos.

Ainda sobre o conceito de cultura, Machado Neto e Ferreira (2014, p. 162-163) citam a concepção de Throsby (2001) a respeito do tema, a saber:

Throsby destaca duas definições relevantes no campo econômico. A primeira definição trata a cultura como ‘marco antropológico ou sociológico que descreve um conjunto de atitudes, crenças, convenções, costumes, valores e práticas comuns ou compartilhadas por qualquer grupo’ (THROSBY, 2001, p. 18). A segunda definição refere-se às atividades que conduzem ao esclarecimento e à educação da mente, relacionadas aos aspectos intelectuais, morais e artísticos da vida humana. Throsby sustenta que, sob o ponto de vista funcional, a cultura é um elemento da economia e os estudos são dirigidos à produção e ao consumo de bens culturais, que passam a ser tratados como mercadorias e revelam as questões de demanda e oferta, mercado e distribuição. Nesse cenário, prevalece o interesse próprio que leva ao impulso individualista de consumidores, que tentam maximizar a sua utilidade, e de produtores, que tentam maximizar os seus benefícios (MACHADO NETO E FERREIRA, 2014, p. 162-163).

O discurso em destaque revela duas orientações acerca da cultura, uma mais funcional, que envolve as atividades relacionadas à criatividade e que podem assumir uma acepção mercadológica, a exemplo das artes plásticas e visuais, música, teatro, cinema, entre outras, constituindo a denominada “economia da cultura”. Em outro sentido, sob uma visão mais antropológica, a cultura representaria o conjunto de atitudes, crenças e valores comuns,

compartilhados por um grupo ou sociedade e fundamentais ao seu funcionamento, sendo inserida, nesse caso, no conceito de capital cultural, que não é destinado ao consumo, mas sim transmitido de geração a geração.

Diante dessa dupla compreensão, emerge o conceito de cultura adotado por organizações internacionais, como a UNESCO, tal como relata Silva (2012, p. 113):

Segundo definições de relatórios publicados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), a cultura engloba não somente as artes e a literatura, mas também os modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e crenças e os direitos fundamentais do ser humano, constituindo-se num conjunto de atributos simbólicos e materiais que caracterizam um grupo social. Assim, a noção de cultura defendida pela UNESCO unifica os dois sentidos propostos por Throsby (1995). Este conceito se apresenta como mais abrangente e funcional e tem sido incorporado por diversos organismos ao redor do mundo, como a União Europeia em 2006 e, mais recentemente, o governo brasileiro (SILVA, 2012, p. 113).

O conceito apresentado verdadeiramente unifica as duas concepções de Throsby (2001) a respeito da cultura, contemplando de maneira ampla tanto os aspectos antropológicos quanto os funcionais da cultura. O governo brasileiro sinaliza trilhar essa linha, como se pode perceber na externalização do conceito de cultura dentro do Plano Nacional de Cultura - PNC (BRASIL, 2010)⁴:

O Plano reafirma uma concepção ampliada de cultura, entendida como fenômeno social e humano de múltiplos sentidos. Ela deve ser considerada em toda a sua extensão antropológica, social, produtiva, econômica, simbólica e estética. O Plano ressalta o papel regulador, indutor e fomentador do Estado, afirmando sua missão de valorizar, reconhecer, promover e preservar a diversidade cultural existente no Brasil. Aos governos e suas instituições cabem a formulação de políticas públicas, diretrizes e critérios, o planejamento, a implementação, o acompanhamento, a avaliação, o monitoramento e a fiscalização das ações, projetos e programas na área cultural, em diálogo com a sociedade civil (BRASIL, 2010).

Simetricamente, encontramos o Plano Municipal de Cultura de Palmas⁵, que, em seus princípios norteadores, reitera os termos do Plano Nacional e adota uma visão ampla de cultura (*grifos próprios*):

Art. 1º Fica instituído o Plano Municipal de Cultura de Palmas - PMCP para o decênio 2013-2022, amparado pelos princípios do Plano Nacional de Cultura-PNC, instituído pela Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010:
I - liberdade de expressão, criação e fruição;

⁴ Lei 12.343, de 2 de dezembro de 2010, que institui o Plano Nacional de Cultura - PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais - SNIIC e dá outras providências.

⁵ Lei n. 1.933, de 13 de dezembro de 2012, que institui o Plano Municipal de Cultura de Palmas – PMCP.

- II - diversidade cultural;
- III - pluralidade étnico-racial;
- IV - direito à produção, criação e fruição artístico-cultural;
- V - respeito aos direitos humanos;
- VI - direito de todos à arte e à cultura;
- VII - direito à informação, à comunicação e à crítica artística e cultural;
- VIII- direito à formação e capacitação artística e cultural;
- IX- direito à memória e às tradições;
- X - responsabilidade socioambiental;
- XI - responsabilidade histórico-artística e cultural;
- XII - valorização da arte e cultura como vetor do desenvolvimento sustentável;**
- XIII - democratização e transparência das instâncias de formulação das políticas culturais;
- XIV - responsabilidade conjunta dos agentes públicos e da sociedade civil pela implementação das políticas culturais;
- XV - colaboração entre agentes públicos e privados para o desenvolvimento da economia da cultura;**
- XVI - participação e controle social na formulação e acompanhamento das políticas culturais.

Destacam-se aqui os aspectos funcionais da cultura enfatizados por Throsby (2001), onde esta assume um caráter de estratégia de desenvolvimento que, em âmbito municipal, foi adotada pelo governo de Palmas- TO. Esta será a construção conceitual adotada para fins da presente pesquisa.

Sob a perspectiva da dimensão funcional da cultura, resta evidenciada a estreita relação existente entre a manifestação cultural e o desenvolvimento, sendo que, para melhor compreender tal relação, é imprescindível que se conheça o conceito deste último. Conceituar desenvolvimento é uma tarefa que envolve a compreensão da ótica utilizada para construí-lo. Sob o prisma capitalista, desenvolvimento teria o seu conceito atrelado ao de crescimento econômico, aumento de riquezas, uma verdadeira “marcha para a frente”, como sugere a literalidade do termo. Tal posicionamento, segundo Oliveira (2002, p. 37) “levou a maioria dos países do mundo a concentrar seus esforços na promoção do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), deixando a qualidade de vida em segundo plano”, fator que gera a necessidade de uma revisão nessa perspectiva de “crescimento como fim e meio do desenvolvimento”.

Ante a necessidade da construção de um conceito de desenvolvimento que contemple variáveis humanas e privilegie o bem-estar social em detrimento do simples incremento de riquezas, Oliveira (2002, p. 40) estabelece uma conceituação que entendemos adequada ao estudo em tela:

O desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social. Desenvolvimento nada mais é que o crescimento – incrementos positivos no produto e na renda – transformado para satisfazer as

mais diversificadas necessidades do ser humano, tais como: saúde, educação, habitação, transporte, alimentação, lazer, dentre outras (OLIVEIRA, 2002, p. 40).

Nesse ponto, é importante ressaltar que a cultura, principalmente em países como o Brasil e na América Latina de uma maneira geral, passa a ser concebida dentro de uma diversidade de grupos e, como tal, compõe um amplo e variado universo de significados e de elementos simbólicos. Nesse contexto diversificado, o conceito funcional de cultura pode desembocar em uma homogeneização que afronta diretamente os princípios defendidos por Sen (2000), para quem a promoção do desenvolvimento passa necessariamente pelo empoderamento dos indivíduos e pelo aumento de sua capacidade de ação e liberdade substantiva. Assim, não se pode falar em uma cultura homogênea, devendo existir por parte dos governos um esforço no sentido de conciliar a racionalidade instrumental (econômica) com a racionalidade substantiva (ético-existencial):

O que se faz necessário pensar, entretanto, são alternativas de inserção social e desenvolvimento dos indivíduos que não estejam calcadas na lógica conservadora e hegemônica funcionalista-utilitária, baseada pura e simplesmente no cálculo racional das consequências, na qual se embasam as organizações capitalistas modernas. É importante desenvolver formas de organizar que conciliem ação econômica e ação social, baseadas em valores ético-existenciais, de desenvolvimento humano e coletivo, dotando de sentido a ação humana, estimulando a expressão das subjetividades, dando possibilidades de cada indivíduo tornar-se sujeito social, consciente das suas potencialidades e limitações para agir no mundo. Trata-se de conciliar racionalidade instrumental (econômica) com racionalidade substantiva (ético-existencial), no qual há também a preocupação com o efetivo resgate da condição humana por meio de um equilíbrio dinâmico entre a satisfação pessoal, bem-estar social, viabilidade econômica e sustentabilidade ambiental (KNOPP; DARBILLY, 2007, p. 2)

Nesse mesmo compasso, Silva (2012, p. 112) informa que a partir dos anos 90, em especial com a publicação do relatório mundial do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o conhecimento sobre desenvolvimento passa por uma profunda transformação, ganhando força a ideia de que “as variáveis econômicas são extremamente importantes, mas não suficientes para produzir desenvolvimento social justo e ambientalmente sustentável e não há como legitimar o desenvolvimento econômico independentemente de suas dimensões sociais e culturais”.

Vê-se, pois, que o desenvolvimento perpassa necessariamente pela melhoria das condições humanas e sociais dos indivíduos, sendo que a cultura, mais do que um direito a ser satisfeito por meio do ensejo ao seu livre acesso e produção, constitui também um instrumento

a ser utilizado pelos governos para promover melhorias socioeconômicas, tal como apregoa Yúdice (2013, p. 30):

Discuto neste livro que o papel da cultura expandiu-se como nunca para as esferas política e econômica, ao mesmo tempo que as noções convencionais de cultura se esvaziaram muito. Em vez de focalizar o conteúdo da cultura – ou seja, o modelo da melhoria (segundo Schiller ou Arnold) ou da distinção (segundo Bourdieu), tradicionalmente aceitos, ou a sua antropologização mais recente, como todo um meio de vida (Williams), segundo a qual reconhece-se que a cultura de qualquer um tem valor – talvez seja melhor fazer uma abordagem da questão da cultura de nosso tempo, caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, como um recurso [...] Mas o que eu gostaria de frisar desde já é que a cultura está sendo crescentemente dirigida como um recurso para a melhoria sociopolítica e econômica, ou seja, para aumentar sua participação nessa era de envolvimento político decadente, de conflitos acerca da cidadania (Young, 2000: 81-120), e do surgimento daquilo que Jeremy Rifkin (2000) chamou de capitalismo cultural (YÚDICE, 2013, p. 30).

Chega-se a um ponto onde os conceitos de cultura e desenvolvimento, que em um primeiro momento, sob um viés eminentemente ortodoxo, não parecem possuir grande afinidade, começam a se emaranhar de tal maneira que assumem uma identidade de conteúdo ou mesmo sinalizam para a prevalência da dimensão cultural sobre as demais que integram o processo de desenvolvimento. Nesse sentido, são esclarecedoras as considerações de Jurema Machado:

Permanece atual a síntese que resultou da Conferência Mundial do México de 1982, ao definir a cultura como sendo o conjunto de características espirituais e materiais, intelectuais e emocionais que definem um grupo social. (...) englobando modos de vida, os direitos fundamentais da pessoa, sistemas de valores, tradições e crenças, e o Desenvolvimento como um processo complexo, holístico e multidimensional, que vai além do crescimento econômico e integra todas as energias da comunidade (...) fundado no desejo de cada sociedade de expressar sua profunda identidade. As definições desses dois fenômenos historicamente vistos como tão diversos são de tal proximidade que se tornam quase permutáveis. Celso Furtado vai além ao afirmar que, como os projetos de desenvolvimento devem ser definidos pela percepção dos fins e objetivos pretendidos pelos indivíduos e suas comunidades, a dimensão cultural deveria então prevalecer sobre as demais (BRASIL, 2011, p.81).

Uma vez identificada como recurso e, até mesmo, como sinônimo de desenvolvimento, a cultura passa a ocupar papel de destaque nos planejamentos governamentais. No Brasil, tem-se observado a relevância alcançada pelo elemento cultural na gestão da coisa pública, tendo destaque as estratégias ligadas à economia criativa, uma nova diretriz de políticas públicas para os setores de comunicação e cultura que adota uma perspectiva rearticuladora da relação entre cultura, economia e sociedade.

3.2. ECONOMIA CRIATIVA E SUA APLICAÇÃO À REALIDADE BRASILEIRA

Vistos os conceitos e a relação existente entre cultura e desenvolvimento, chega-se ao ponto em que se faz necessário analisar a evolução do papel da cultura na sociedade, em especial no mundo capitalista. Segundo Machado (2009, p. 85) deve-se à Escola de Frankfurt o desenvolvimento de uma teoria crítica interdisciplinar da sociedade, reunindo análise empírica e reflexão filosófica, que, dentre outros temas, preocupou-se em investigar empiricamente os costumes morais e estilos de vida nos quais a prática comunicativa diária dos grupos sociais encontra expressão. Como resultado desses estudos, surgiu o conceito de indústria cultural:

Segundo Adorno e Horkheimer, a sociedade capitalista promoveria uma atomização dos indivíduos. Dessa forma, para agrupar e controlar esses indivíduos com seus egos enfraquecidos se faria necessário uma centralização das instituições, ou seja, a criação de uma ‘indústria cultural’ que, com seus vários setores, fosse capaz de orientar as ações desses indivíduos, mantendo assim a própria sociedade. Para eles, a produção de cultura na sociedade capitalista obedeceria aos mesmos princípios da produção econômica em geral, isto é, aqueles associados à lógica comercial, portanto, ao lucro. Por isso mesmo, Adorno e Horkheimer recusam o termo ‘cultura de massa’, que sugeriria uma cultura espontânea advinda das massas, e formulam o conceito analítico de indústria cultural: esse mecanismo criado pela sociedade capitalista que fabrica produtos adaptados ao consumo das ‘massas’ que, geralmente, resulta na determinação desse consumo. Dentro dessa perspectiva, tudo o que é produzido pela indústria cultural é considerado integralmente “mercadoria”, tal como Marx a define – a unidade de valor de uso e valor de troca.[...] Segundo Adorno (1987), a indústria cultural teria como principal função a reorientação das massas, não permitindo a sua evasão e impondo, ininterruptamente, os esquemas para um comportamento conformista por parte destas. Nas palavras de Adorno, ‘através da ideologia da indústria cultural, o conformismo substitui a consciência: jamais a ordem por ela transmitida é confrontada com o que ela pretende ser ou com os reais interesses dos homens’ (Adorno, 1987: 293). Assim, com a conformação dos indivíduos ao seu papel de consumidores, a indústria cultural atingiria o seu objetivo último: a dependência e servidão dos homens, à medida que ‘impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente’ (MACHADO, 2009, p. 85).

Na perspectiva frankfurtiana, o consumidor da cultura não é sujeito da indústria cultural, mas sim o seu objeto, uma vez que age de forma instrumental, submetendo-se aos modelos culturais (produtos) idealizados. Segundo Machado (2009, p. 92) a economia criativa abrange as indústrias culturais, carregando em seu conteúdo um valor econômico no mercado, no entanto, abrange também um valor cultural, imaterial e não sujeito a mensurações econômicas.

Essa perspectiva da economia criativa ganhou destaque ao ser adotada por diversos governos e organizações internacionais, aparecendo como alternativa para possibilitar a aproximação entre cultura e desenvolvimento. Marchi (2014, p. 196) informa que as políticas culturais baseadas na ideia de economia criativa tiveram sua origem com o governo australiano *Creative Nation*, no entanto, somente ganharam propulsão no final da década de 90 com sua adoção pelo Partido Trabalhista Britânico, destacando-se a figura de reformistas como Tony Blair, que apregoavam a manutenção dos princípios básicos das políticas sociais, mas submetendo-se à lógica de mercado.

A mudança operada pelos novos trabalhistas residiu na migração de um discurso focado nas indústrias culturais para as indústrias criativas, sendo que estas passaram a abranger diversas atividades: culturais, de comunicação, de desenho e de tecnologias da informação, dando atenção não apenas à distribuição e ao consumo de bens culturais, mas também à produção. O discurso sobre indústrias criativas era bastante ousado, como se pode perceber no relato de Marchi (2014, p. 198):

Em primeiro lugar, ampliava a concepção de ‘cultura’ na perspectiva do Estado britânico ao agregar atividades que antes eram de responsabilidade do comércio e/ou da indústria. Em segundo, colocava no centro das atenções do governo o caráter econômico dessas atividades, representado pela capacidade de gerar e explorar propriedade intelectual. Havia nessa reconceituação um interesse imediato: tais atividades representavam uma solução oportuna para os problemas econômicos de uma Grã-Bretanha ainda sofrendo com o fenômeno da desindustrialização. Enquanto as empresas britânicas exportavam suas fábricas para países onde a mão de obra era mais barata, as indústrias criativas ofereciam uma via de reconstrução da economia nacional por meio do trabalho imaterial, oferecendo produtos, serviços e experiências com alto valor agregado e, com isso, dando ocupação a trabalhadores altamente capacitados formados no reino. Assim, tornava-se urgente, seguia esse raciocínio, a revisão da abordagem do Estado britânico ao campo da cultura. Conforme se afirmava num dos documentos do governo, seria preciso trazer as indústrias criativas das margens para o centro do pensamento econômico e político (DCMS, 2008).

Em harmonia com os relatos em destaque, Serra e Fernandez (2014, p. 357) revelam que a expressão economia criativa tem sua origem vinculada a um artigo do jornalista Peter Coy, publicado na Revista Businessweek em 2000, onde o articulista destacou o papel das empresas em uma nova economia baseada no conhecimento, no entanto, informam que o cerne das ideias e práticas que hoje são designadas como integrantes do conceito de economia criativa remontam ao projeto *Creative Nation*, encabeçado pelo Governo Australiano em 1994 e que tinha como objetivo a busca pela preservação e valorização do patrimônio cultural nacional em toda a sua diversidade, o que resultou na escolha de algumas atividades para a concessão de incentivos:

artes performáticas; artes visuais e artesanato; biblioteca e arquivo; cinema, televisão e rádio; dança; design; educação (com foco nos setores culturais); literatura; música; multimídia; patrimônio histórico e cultural e turismo cultural.

Apesar da importância inaugural do modelo criativo australiano, foi na Inglaterra que as indústrias criativas ganharam notoriedade, sendo que o *Department for Culture Media and Sport* (DCMS, 2007) estabeleceu como atividades integrantes da Economia Criativa: artes performáticas; artes e antiguidades; artesanato; arquitetura; design; design de moda; editoração; editoração eletrônica; música; publicidade; rádio e TV; software e games; vídeo; cinema e fotografia. A enumeração em epígrafe revela uma tipologia contrastante com os pioneiros estudos australianos, uma vez que inclui no conceito de economia criativa áreas como publicidade e propaganda e exclui, mais por questões metodológicas ligadas à coleta de informações do que por razões conceituais, atividades ligadas à educação e à preservação do patrimônio histórico, bibliotecas e arquivos (SERRA; FERNANDEZ, 2014, p. 358).

Nesse sentido, Reis (2015, p. 16) estabelece que apesar de ter surgido com o *Creative Nation* australiano em 1994, o conceito de indústrias criativas ganhou força com o modelo adotado pelo Reino Unido em 1997, que, diante de uma situação econômica global problemática para os setores tradicionais, identificou treze âmbitos de maior potencial criativo, designados setores criativos. Segundo a autora, o exemplo do Reino Unido se tornou paradigmático por três razões:

- I – contextualizar o programa de indústrias criativas como resposta a um quadro socioeconômico global em transformação;
- II – privilegiar os setores de maior vantagem competitiva para o país e reordenar as prioridades públicas para fomentá-los;
- III – divulgar estatísticas reveladoras de uma participação significativa das indústrias criativas na riqueza nacional (7,3% do PIB, em 2005) e com crescimento recorrentemente impactante (6% ao ano, no período 1997-2005, frente a 3% do total) (REIS, 2015, p. 16).

Os fatos expostos demonstram a importância do modelo inglês, replicado para inúmeros países como Cingapura, Líbano e Colômbia (REIS, 2015, p. 17), no entanto, é relevante ressaltar que o conceito de economia criativa passou a assumir um caráter global e a sofrer variações conforme as diferentes tipologias assumidas em cada país onde foi adotado. Nesse contexto de propagação internacional, a proposta de desenvolvimento contemplada pela economia criativa alcançou o Sistema ONU por meio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD).

A UNESCO passou a desenvolver uma série de pesquisas sobre o setor cultural e assumiu a responsabilidade pela criação e coordenação da Rede de Cidades Criativas, que tem possibilitado espaços de desenvolvimento local com base em vocações criativas, conectando cidades do mundo inteiro que passam a compartilhar suas experiências e a entrar em contato mais direto com um amplo repertório de práticas bem sucedidas de desenvolvimento (SERRA; FERNANDEZ, 2014, p. 358). Atualmente, cinco cidades brasileiras receberam o selo UNESCO de cidades criativas⁶: Belém - PA selecionada na categoria Gastronomia; Salvador - BA, na categoria Música; Santos - SP, na categoria Filme; Florianópolis - SC, na categoria Gastronomia; e Curitiba - PR, em Design.

Confirmando a importância da criação da Rede de Cidades Criativas pela UNESCO, Dalla Costa e Souza-Santos (2011, p. 5) afirmam que as cidades criativas representam um ponto estratégico no movimento do comércio em termos globais referente a economia criativa, visto que proporcionam um dinamismo na economia pela criação de uma rede de cooperação e reposição de talentos em todo o mundo, confirmando suas afirmações com dados da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)⁷:

Tabela 01: Geração de empregos na área da cultura

Cidade	Ano de referência	População (em milhões)	Empregos na área cultural (em milhares)
Londres	2002	7,4	525
Montreal	2003	2,4	98
Nova York	2002	8,1	309
Paris	2003	11,1	113

Fonte: OCDE (2007)

A UNCTAD, por seu turno, vem propagando internacionalmente as inovações britânicas, como se pode perceber no relatório sobre economia criativa da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2008), onde se afirmou que as indústrias criativas eram um meio para alcançar um comércio internacional mais justo, uma vez que constituem empreendimentos que estão relacionados à capacidade dos indivíduos se apropriarem da cultura de sua região para gerarem novas obras, produtos e invenções. Diante

⁶ Informação constante em reportagem publicada no site da Representação da UNESCO no Brasil, em 14 de dezembro de 2015. Disponível em : http://www.unesco.org/new/pt/brasil/pt/about-this-office/single-view/news/belem_salvador_and_santos_become_part_of_unesco_creative_cities_network/#.V9A7Aa1SHm8

⁷ OCDE. International measurement of the economic and social importance of culture. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/56/54/38348526.pdf>>. Acesso em:05/08/2016.

da importância reconhecida, a UNCTAD, apesar de entender que a economia criativa ainda é um conceito em evolução, esforçou-se no sentido de estabelecer uma nova tipologia de atividades criativas, a despeito das britânica e australiana, incluindo as seguintes atividades: artes performáticas (música ao vivo, teatro, dança, circo etc.); artes visuais (pintura, escultura, fotografia e antiguidades); audiovisual (cinema, rádio, TV, etc.); edição e impressão (livros, imprensa e outras publicações); expressões culturais tradicionais (artesanatos, festivais etc.); design (interiores, gráfico, joias, moda e brinquedos); novas mídias (software, games e demais conteúdos digitais); patrimônio cultural (museus, bibliotecas, sítios arqueológicos etc.); e serviços criativos (arquitetura, publicidade, pesquisa e desenvolvimento e recreação) (SERRA; FERNANDEZ, 2014, p. 359).

Toda essa multiplicidade de definições e tipologias revela que o campo de estudo da economia criativa ainda carece de consolidação teórica, o que, no entanto, não impede a visualização da indústria criativa como atividade econômica de relevante importância para a promoção do desenvolvimento, entendimento evidenciado no discurso da UNESCO (2010, p. 262, tradução nossa): “*A comunidade internacional deve apoiar os esforços nacionais dos países em desenvolvimento para aumentar sua participação nos benefícios decorrentes dos setores dinâmicos e adotar, proteger e promover suas indústrias criativas*”. Vê-se que o objetivo da UNESCO é analisar o impacto de longo prazo das indústrias criativas nas economias nacionais e, para tanto, sugere as seguintes medidas aos governos no sentido de apoiar as indústrias criativas:

Nível micro: analisar e mapear os impactos econômicos e sociais das indústrias criativas. Ao mesmo tempo, dar suporte às pequenas e médias empresas.

Nível meso: comparar a análise entre as indústrias criativas e outros ramos da economia.

Nível macro: estabelecimento de políticas sistêmicas com instrumentos institucionais para o desenvolvimento socioeconômico e fortalecimento da identidade cultural (DALLA COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011, p. 4).

Em consonância com as orientações esposadas, Howkins (2013), ao discorrer sobre os desafios a serem enfrentados na temática das indústrias criativas, chama a atenção para a necessidade de elaboração de políticas públicas que se integrem às múltiplas dimensões e se harmonizem às demandas da economia criativa. No que tange a essa demanda de políticas públicas, Serra e Fernandez (2014, p. 355) afirmam que as políticas públicas de estímulo aos setores criativos têm se mostrado bem-sucedidas na promoção do desenvolvimento, especialmente na geração de emprego e renda, mas persistem ainda lacunas na articulação das políticas de promoção da economia criativa com as demais, além da própria compreensão de seu potencial por parte do poder público.

Sobre esse último apontamento, que revela a necessidade de um esforço estatal no sentido de modelar políticas públicas que enfoquem a questão da economia criativa, percebe-se que o Governo Brasileiro deu um passo importante ao criar a Secretaria de Economia Criativa no Ministério da Cultura (SEC/MinC), por meio do Decreto 7.743, de 1º de junho de 2012, tendo como 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” (BRASIL, 2011, p. 39). Inúmeras foram as funções atribuídas à referida Secretaria (BRASIL, 2012):

Art. 17. À Secretaria de Economia Criativa compete:

I - propor, conduzir e subsidiar a elaboração, implementação e avaliação de planos e políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa brasileira;

II - planejar, promover, implementar e coordenar ações para o desenvolvimento da economia criativa brasileira;

III - formular e apoiar ações para formação de profissionais e empreendedores criativos e qualificação de empreendimentos dos setores criativos;

IV - formular, implementar e articular linhas de financiamento de ações dos setores criativos para fortalecer sua cadeia produtiva;

V - formular e implementar ferramentas e modelos de negócios de empreendimentos criativos, isoladamente ou em parceria com organismos públicos ou privados;

VI - instituir programas e projetos de apoio a ações dos setores criativos, seus profissionais e empreendedores, para articular e fortalecer micro e pequenos empreendimentos criativos;

VII - subsidiar ações para promover bens e serviços criativos brasileiros em eventos nacionais e internacionais, em articulação com a Diretoria de Relações Internacionais;

VIII - acompanhar a elaboração de tratados e convenções internacionais sobre economia criativa, em articulação com outros órgãos e organismos públicos e privados;

IX - apoiar ações para intensificar intercâmbios técnicos e de gestão dos setores criativos com países estrangeiros;

X - fomentar a identificação, criação e desenvolvimento de polos, cidades e territórios criativos para gerar e potencializar novos empreendimentos, trabalho e renda nos setores criativos;

XI - articular e conduzir o mapeamento da economia criativa do Brasil para identificar vocações e oportunidades de desenvolvimento local e regional;

XII - criar mecanismos de consolidação institucional de instrumentos regulatórios no setor da economia criativa;

XIII - articular junto a órgãos públicos a inserção da temática da economia criativa nos seus âmbitos de atuação;

XIV - subsidiar os demais órgãos do Ministério e entidades vinculadas na formulação de políticas para a promoção da economia criativa brasileira;

XV - planejar, coordenar e executar ações para celebração e prestação de contas dos convênios, acordos e instrumentos congêneres, inclusive os que envolvam a transferência de recursos financeiros, no âmbito de sua área de atuação; e

XVI - executar ações para celebração e prestação de contas dos convênios, acordos e instrumentos congêneres, que envolvam transferência de recursos

do Orçamento Geral da União, no âmbito de sua área de atuação. (BRASIL, 2012)

O surgimento da SEC/MinC ocorreu em um contexto em que se vislumbrava com clareza os impactos positivos da economia criativa no desenvolvimento socioeconômico brasileiro, sendo que, à época, a economia criativa formal já representava entre 1,2% e 2% do PIB brasileiro e 2% a 2,5% da massa salarial formal, além de ocupar trabalhadores que ganhavam mais e que possuíam maior grau de escolaridade que a média nacional (OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013). Apesar da inegável importância de seu objeto, infelizmente, a SEC/MinC foi extinta em 2015, no segundo mandato da presidente Dilma Rousseff, o que pode resultar em perdas para o setor criativo, especialmente pelo fato de vivenciarmos no Brasil um momento de retrocesso em relação à valorização da cultura como ferramenta promotora do desenvolvimento, inclusive com a cogitação de extinção do Ministério da Cultura pelo Governo Temer. Apesar da involução vivenciada nas políticas públicas culturais, a importância da economia criativa para a economia brasileira tem crescido ainda mais⁸, fato que ensejou o direcionamento das políticas públicas ligadas às indústrias criativas adotadas em âmbito nacional para as esferas públicas estaduais e municipais.

Em publicação disponibilizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, Oliveira, Araújo e Silva (2013, p. 7) apontam que, do ponto de vista econômico, a economia criativa é um conjunto dinâmico de segmentos, cujo comércio mundial cresce a taxas mais elevadas que o resto da economia, além de promover a diversificação econômica, de receitas, de comércio e inovação, e pode se relacionar, de forma simbólica, com as novas tecnologias, podendo promover ainda a revitalização de áreas urbanas degradadas, ou mesmo o desenvolvimento de áreas rurais com herança de patrimônio cultural. Nesse sentido, reafirmando a importância da economia criativa para o desenvolvimento econômico, especialmente em períodos de crise, Cavalcanti (2016) relata que no Brasil, apesar da vigência de um período de encolhimento econômico e aumento da inflação, a economia criativa oferece uma resposta rápida e eficaz às adversidades, constituindo um segmento em que financiamento, produções e número de empresas se expandem em plena crise.

8 Em reportagem publicada pela Agência de Notícias do Senado Federal, em agosto de 2015, verifica-se que os setores ligados à economia criativa já empregam 810 mil pessoas por meio de mais de 240 mil empresas e movimentam por ano cerca de R\$ 110 bilhões no Brasil, o que equivale a 2,7% do produto interno bruto brasileiro. Notícia disponível em: <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2015/08/05/com-receita-anual-de-R-110-bi-economia-criativa-demanda-maior-atencao-oficial>

Além do aspecto econômico, a economia criativa também impacta positivamente no mercado de trabalho e seus aspectos sociais, uma vez que as ocupações criativas tendem a pagar maiores salários e têm sido associadas a empregos de melhor qualidade, além de contribuírem para a redução das disparidades sociais e até mesmo de gênero, uma vez que muitas mulheres trabalham na produção de artesanato, moda e áreas afins (OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013, p. 8). Em atenção às benesses ora apontadas, o Governo Brasileiro tem reconhecido a importância da economia criativa como instrumento propulsor do desenvolvimento nacional, como é possível observar no discurso presente no Plano da Secretaria da Economia Criativa (BRASIL, 2011, p. 19):

Dessa forma, a diversidade cultural não deve mais ser compreendida somente como um bem a ser valorizado, mas como um ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento. De um lado, deve ser percebida como recurso social, produtora de solidariedades entre indivíduos, comunidades, povos e países; de outro, como um ativo econômico, capaz de construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho, finalmente, para novas formas de produção de riqueza. Assim, seja na produção de vivências ou de sobrevivências, a diversidade cultural vem se tornando o “cimento” que criará e consolidará, ao longo desse século, uma nova economia. Mais do que institucionalizar dentro do MinC uma secretaria para se quantificar e qualificar a economia da cultura ou a economia criativa, propugnamos, como fundamento e orientação da Secretaria e do seu Plano, a convicção essencial que vem sendo construída no Ministério da Cultura, de que economia é cultura. E, por isso, só poderemos construir um país sem miséria (nos significados mais amplos que a palavra miséria possa nos suscitar) se tratarmos a diversidade cultural brasileira como recurso essencial para a construção das nossas políticas públicas (BRASIL, 2011, p. 19).

Observa-se o anseio governamental de construir uma alavanca de desenvolvimento através do binômio economia e criatividade, o que enseja uma análise mais profunda desses termos:

Criatividade é a capacidade de gerar algo novo. Significa a produção por parte de uma ou mais pessoas, de ideias e invenções que são pessoais, originais e significativas. Ela é um talento, uma aptidão. Ela ocorre toda vez que uma pessoa disser, realizar ou fizer algo novo, seja no sentido de algo a partir do nada ou no sentido de dar um novo caráter a algo existente. Economia é convencionalmente definida como um sistema para a produção, troca e consumo de bens e serviços. As ciências econômicas geralmente lidam com o problema de como os indivíduos e as sociedades satisfazem suas necessidades (que são infinitas) com os recursos (que são finitos) (HOWKINS, 2013, p. 13).

Apesar de, em um primeiro momento, a relação entre criatividade e desenvolvimento socioeconômico não se apresentar de forma aparente (OLIVEIRA, ARAUJO; SILVA, 2013), é inegável a estreita relação estabelecida entre a produção de bens e serviços criativos e o

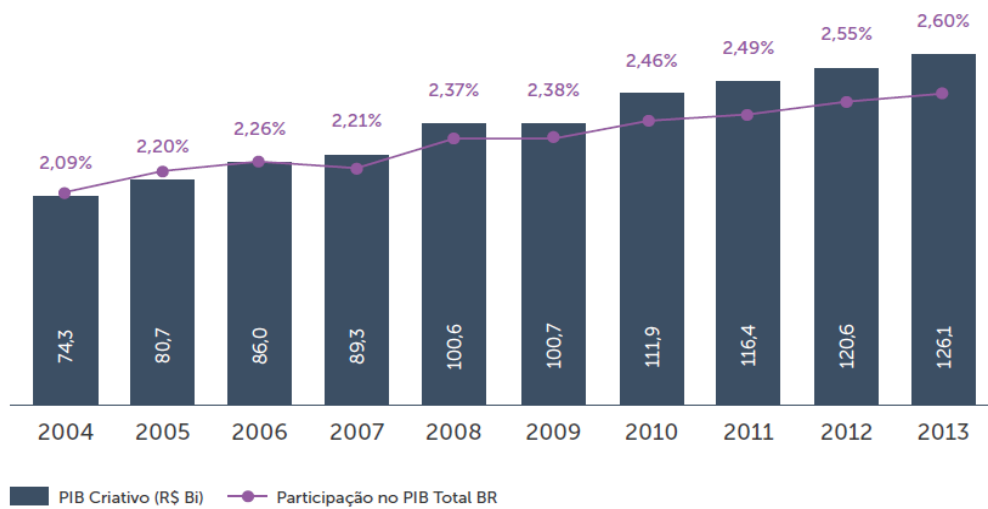
aquecimento econômico das nações, sendo a criatividade um fator determinante da vantagem competitiva, como bem salienta Florida (2011, p. 4):

Muitos dizem que vivemos numa economia da “informação” ou do conhecimento”. Ora, mais certo seria afirmar que, hoje, a economia é movida pela criatividade humana. A criatividade – ou, segundo o dicionário Webster, “a capacidade de inovar de forma significativa” – é o fator determinante da vantagem competitiva. Em praticamente todos os setores da economia (da indústria automobilística à moda, passando por produtos alimentícios e pela própria tecnologia da informação), aqueles que conseguem criar e continuar criando são os que logram sucesso duradouro. Isso sempre foi assim, desde a Revolução Agrícola até a Industrial, mas, nas últimas décadas, passamos a reconhecer claramente esse fator e agir com base nisso de modo sistemático (FLORIDA, 2011, p. 4).

A criatividade, portanto, tem sido vista como uma espécie de ativo intangível, dotada de um valor simbólico que pode ser convertido em recursos econômicos e em diferencial competitivo para as empresas. Oliveira, Araújo e Silva (2013, p. 9) destacam que as características de criatividade em diferentes áreas da atividade humana podem ser articuladas em três grandes áreas: a criatividade artística, que envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo; a criatividade científica, voltada para a curiosidade e a vontade de experimentar e fazer novas conexões em resoluções de problemas; e a criatividade econômica, que constitui um processo dinâmico conducente à inovação em tecnologia, práticas de negócios, marketing, estando intimamente ligada à obtenção de vantagens competitivas na economia. É importante ressaltar que, qualquer que seja a acepção de criatividade adotada, esta se torna uma atividade econômica quando reflete na criação de um produto econômico comercializável (HOWKINS, 2013), podendo ser definida como “o processo pelo qual as ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas que são valorizadas” (OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013, p. 10). Nesse contexto, a economia criativa passa a ser compreendida como a economia do intangível e do simbólico, alimentando-se dos talentos criativos que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos (BRASIL, 2011, p. 13).

Repisa-se aqui a relevância da economia criativa para o crescimento econômico, como se pode observar em mapeamento da indústria criativa realizado pela FIRJAN (2014), que revela um crescimento exponencial da participação do PIB criativo na consolidação do PIB total brasileiro, o que reforça o destaque desse campo na economia local, aumentando as possibilidades de participação de novos empreendimentos e gerando novas possibilidades de emprego e renda:

Figura 01: PIB criativo estimado e sua participação no PIB total brasileiro (2004 a 2013)



Fonte: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN (2014, p. 11)

Nesse contexto de relevância crescente, é oportuna a identificação de quais atividades integram o âmbito da economia criativa, sendo que tal atividade se apresenta como uma tarefa de alta complexidade, visto que o tema é recente e envolve amplos entendimentos conceituais. O primeiro desafio teórico a ser enfrentado no estudo das “indústrias criativas” está relacionado à compreensão desse termo que, por ter origem anglo-saxônica, não pode ter sua compreensão semântica vinculada à tradução literal de indústrias expressa no português falado no Brasil, mas deve ser traduzido com o sentido de “setor” ou conjunto de empresas que realizam uma atividade produtiva comum (BRASIL, 2011, p. 21).

Assim, a compreensão da economia criativa passa, necessariamente, pela identificação dos setores criativos por ela envolvidos, que não se restringem simplesmente àqueles cujas atividades produtivas têm como insumos principais a criatividade ou o conhecimento, ou se relacionam de forma restrita àqueles cuja geração de valor econômico se dá em função da exploração da propriedade intelectual, mas devem ser entendidos como os setores “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” (BRASIL, 2011, p. 12). Os setores criativos, portanto, extrapolam os identificados como tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural (música, dança, teatro, fotografia, cinema etc.), passando a compreender também expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao design, arquitetura, entre

outras áreas, configurando-se como um campo bem mais amplo que o setor cultural, conforme ilustração a seguir:

Figura 02: Setores Criativos: A ampliação dos setores culturais



Fonte: Brasil, 2011, p. 12.

A amplitude dos setores criativos é tão vasta que tem gerado inúmeras classificações doutrinárias a seu respeito. Dentre os modelos teóricos apresentados, Oliveira, Araújo e Silva (2013, p. 17) apresentam seis, que variam conforme as suposições subjacentes sobre a finalidade e o modo de operação das indústrias e se espalham em um número diferente de setores, a saber: o modelo britânico de indústrias criativas; o modelo “texto simbólico”; o modelo dos círculos concêntricos; o modelo da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) de direitos autorais; o modelo da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) e o modelo de classificação adotado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA. As tipologias apresentadas e os setores a elas correspondentes podem ser resumidos conforme figura a seguir:

Tabela 02: Classificação das indústrias criativas conforme os seis modelos

Setores	DCMS	Texto simbólico	Círculos concêntricos	Ompi	UNCTAD	Modelo Adotado
Arquitetura	x		x	x	x	X
Artes e antiguidades	x				x	X
Artes cênicas	x		x	x	x	X
Artes visuais	x		x	x	x	X
Artesanato					x	X
Artigos domésticos				x		
Audio (gravação de som, etc.)			x	x	x	
Brinquedos				x		
Celebrações e festivais					x	X
Cinema e vídeo	x	x	x	x	x	X
Design (brinquedos, gráfico, interiores, joias)	x		x	x	x	X
Eletrônicos de consumo		x		x		
Ensino de artes					x	X
Esporte		x				
Fotocopiadores, equipamentos fotográficos				x		
Instrumentos musicais				x		
Internet		x		x		
Jogos de vídeo e computador	x	x	x		x	X
Material de gravação em branco				x		
Moda	x	x	x	x	x	X
Museus e bibliotecas			x		x	X
Música	x	x	x	x	x	X
Pesquisa & planejamento (P&D) criativos						
Papel				x		
Publicações	x	x	x	x	x	X
Publicidade	x	x	x	x		
Recreação					x	
Serviços criativos					x	X
Sítios arqueológicos			x		x	
Software	x	x		x	x	
TV e rádio	x	x	x	x	x	X
Vestuário e calçados				x		
Telecomunicações			x	x		

Fonte: OLIVEIRA; ARAÚJO; SILVA, 2013, p. 17

A despeito da classificação apresentada, o Governo Brasileiro, por meio da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura (SEC/MinC), reconheceu a essencialidade da categorização e identificação dos setores criativos para a implementação de políticas públicas culturais aptas a promover o desenvolvimento local e regional, adotando, para tanto, a tipificação abaixo esquematizada:

Figura 03: Escopo dos setores criativos - Ministério da Cultura (2011)



Fonte: Brasil, 2011, p. 30.

Além de identificar setores criativos, no intuito de possibilitar a criação de mecanismos para as ações das políticas públicas governamentais, a SEC/MinC ultrapassou a barreira conceitual e estabeleceu princípios norteadores e balizadores das políticas públicas de cultura, incorporando ao conceito de economia criativa a compreensão da importância da diversidade cultural do país, a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional, a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda e a inclusão produtiva como base de uma economia cooperativa e solidária (BRASIL, 2011, p. 33), como se pode observar na figura a seguir.

Figura 04: A economia criativa brasileira e seus princípios norteadores



Fonte: BRASIL, 2011, p. 33.

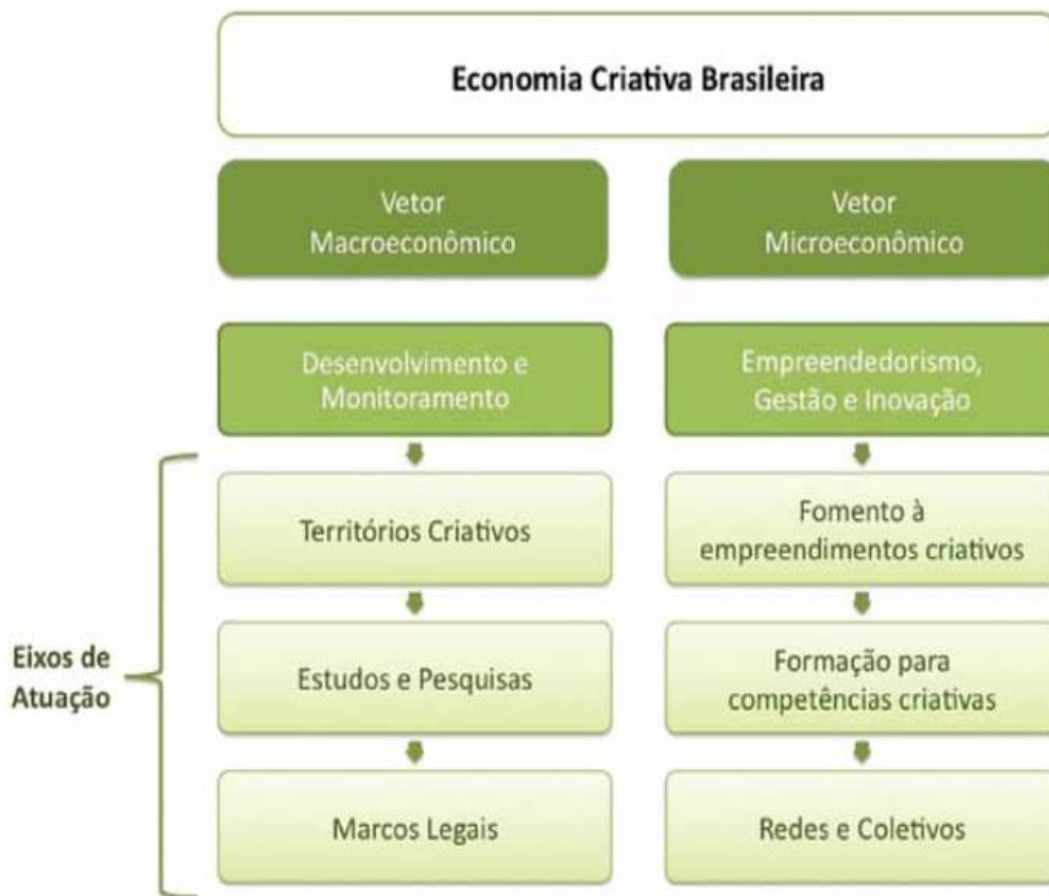
Os princípios norteadores eleitos pela SEC/MinC refletem os desafios e demandas identificados no cenário de implementação das políticas culturais brasileiras. Inicialmente, devido à ampla riqueza cultural presente no Brasil, identificou-se a diversidade cultural como indicativo da proteção e promoção da cultura nacional. Considerando a necessidade de promover um desenvolvimento que permita o usufruto de boas condições ambientais, sociais, econômicas e culturais para as gerações futuras, assinalou-se o princípio da sustentabilidade. Em resposta aos imperativos de qualificação e identificação de oportunidades que estimulam o empreendedorismo e ensejam o surgimento de novos produtos e serviços, elegeu-se o fundamento da inovação. Por fim, encerrando o quarteto principiológico, estabeleceu-se a inclusão social por meio da formação e qualificação profissional dos cidadãos, abrindo espaço para novas oportunidades de emprego e renda, bem como, para livres acesso e manifestação cultural.

Para a efetivação dos princípios estabelecidos no Plano da Secretaria de Economia Criativa, o Governo Brasileiro se viu diante de alguns desafios: primeiramente, o de realizar um levantamento preciso de informações e dados sobre a economia criativa no país, seguido pela articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, pela educação para formação de competências profissionais criativas, pelo desenvolvimento de uma Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos e,

por fim, pela criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos (BRASIL, 2011, p.36-37).

Morais (1992) conceitua o planejamento estratégico como um processo contínuo de tomada de decisão, que leva em conta seus efeitos futuros em termos de objetivos desejados e meios para alcançá-los, sendo que a gestão estratégica não se restringe às decisões e ao desenvolvimento de planos, mas envolve compromissos. Assim, o Plano estabelecido pela SEC/MinC, com todos os seus diagnósticos, princípios e desafios, não poderia e não foi estabelecido como uma mera proposição retórica, pelo contrário, previu em seu próprio corpo os vetores a serem utilizados na busca dos objetivos desejados. Esses vetores de atuação foram esquematizados conforme o modelo abaixo.

Figura 05: A economia criativa brasileira: vetores e eixos de atuação



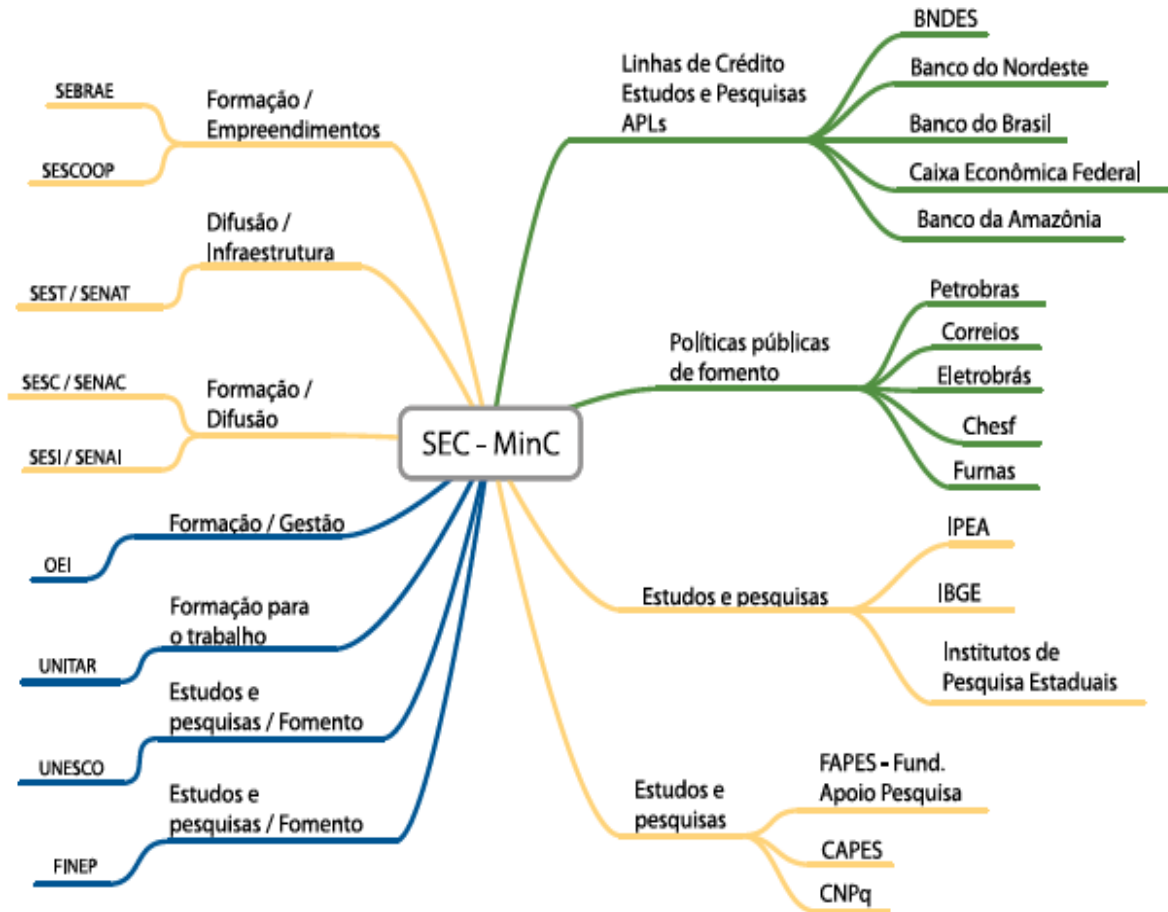
Fonte: BRASIL, 2011, p. 43

Como se observa, o Governo Brasileiro propôs um caminho a ser desenvolvido para impulsionar a atuação da economia criativa no país. A nível macroeconômico, foram propostas ações cujo objetivo era permitir a criação de uma ambiência favorável ao desenvolvimento da

economia criativa, que se desdobraram em três eixos: a criação de territórios criativos, com a concepção e a implementação de metodologias, ações, projetos e programas capazes de prospectar espaços com potencial para o desenvolvimento da economia criativa; a realização de estudos e pesquisas sobre os diferentes setores criativos e sua participação na estrutura social e econômica do país; e a construção/adequação de marcos legais tributários, previdenciários, trabalhistas e de propriedade intelectual adequados às especificidades dos empreendimentos/profissionais criativos brasileiros. Já a nível microeconômico, as ações propostas focaram diretamente os empreendedores criativos, sendo estabelecidos como eixos: o fomento técnico e financeiro a empreendimentos criativos; a articulação de programas de educação para o desenvolvimento de competências criativas e inovadoras; e a criação e promoção de coletivos e cooperativas de profissionais criativos, visando o fortalecimento da atividade criativa brasileira por meio de práticas inovadoras, associativas, cooperadas, inclusivas e sustentáveis (BRASIL, 2011, p. 43).

É perceptível a multiplicidade de atores envolvidos nas estratégias de desenvolvimento que orbitam em torno da economia criativa, o que atesta o seu caráter de transversalidade. Deheinzelin (2015, p. 23) afirma que a economia criativa, por sua multidimensionalidade, é um fator de integração de setores e dimensões da sociedade, sendo que tal integração é fundamental para que mudanças realmente profundas possam ser efetuadas e os processos de desenvolvimento articulados com eficiência. Diante desse quadro, a SEC/MinC identificou os parceiros institucionais envolvidos na atuação dos vetores da economia criativa brasileira:

Figura 06: Articulações intersetoriais com parceiros institucionais, agências de fomento e desenvolvimento, órgãos bilaterais e multilaterais



Fonte: BRASIL, 2011, p. 43

O universo de estratégias apresentado revela as inúmeras possibilidades e caminhos a serem adotados pelos gestores públicos na elaboração e implementação de políticas públicas que busquem o desenvolvimento social e econômico através da economia criativa. Nesse contexto, Deheinzelin (2015, p. 26), em alusão aos ensinamentos de George Yudice, aponta os quatro vetores que atuam e transformam o universo da Economia Criativa (*grifos próprios*):

[...] o **turismo** (e no fundo todo turismo tem caráter cultural); a **vida comunitária** (Economia Criativa é mais do que atividade econômica, é fator de interação social); a **educação** (a educação não-formal tem papel estratégico, pois Economia Criativa para o desenvolvimento está muito baseada nos saberes e fazeres tradicionais) e, fundamentalmente, o **setor produtivo de ponta** (as novas tecnologias permitem a criação de novos modelos e facilitam não apenas a criatividade como também a distribuição e o acesso) (DEHEINZELIN, 2015, p. 26).

Observa-se aqui a existência de estratégias de desenvolvimento que influenciam os programas governamentais não apenas a nível nacional, mas que, por envolverem aspectos da vida comunitária e da produção cultural, apresentam ligação direta com as políticas públicas desenvolvidas a nível local. Nesse sentido, Frey (2016) afirma que a concentração dos instrumentos tradicionais de política econômica nas mãos dos governos federal e estadual não significa que os municípios não tenham capacidade de influenciar o desenvolvimento econômico, sendo que além da renúncia fiscal e da doação de terrenos para a instalação de empresas, existem inúmeras outras portas para a promoção do desenvolvimento socioeconômico local, e a criatividade tem sido a tônica das soluções eficazes.

Algumas cidades brasileiras já têm se destacado na promoção de um desenvolvimento econômico impulsionado por ideias criativas, como se pode observar nos exemplos trazidos por Frey (2016):

Recife - O grande destaque da capital pernambucana é o Porto Digital, um dos principais parques tecnológicos e ambientes de inovação do Brasil. Localizado no centro histórico de Recife, o Porto concentra sua atuação nos eixos de software e serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação e Economia Criativa, com ênfase nos segmentos de games, multimídia, cine-vídeo-animação, música, fotografia e design. A região, antes degradada e de pouca importância para a economia local, vem sendo requalificada e hoje abriga 250 empresas, organizações de fomento e órgãos de governo. O conjunto das empresas que fazem parte do Porto Digital faturou nos últimos três anos mais de R\$ 1 bilhão. Desse montante, 65% são originados de contratos firmados fora do estado de Pernambuco. O Porto Digital é fruto de uma articulação entre poder público e iniciativa privada.

Florianópolis - Aliando a promoção da inovação com qualidade de vida, Florianópolis foi considerada a capital mais inovadora do Brasil pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Um dos projetos de destaque na cidade é o Sapiens Parque, que une o poder público e a iniciativa privada em prol da revitalização e investimentos no centro histórico da cidade e tem o objetivo de estimular a economia criativa nas áreas de design, turismo, gastronomia, artes, moda e tecnologia. Uma das parceiras neste projeto é a Fundação Certi, que foi criada em 1984 na UFSC e atualmente é composta por oito Centros de Referência que atuam com foco em soluções tecnológicas inovadoras para a sociedade e o mercado brasileiro.

Campinas - Em um ranking de empreendedorismo das cidades brasileiras promovido pela Endeavor, Campinas ocupa o 5º lugar geral – é a primeira entre municípios que não são capitais. O estudo aponta a cidade como um polo inovador que tem uma alta proporção de pesquisadores nas áreas de ciência e tecnologia e muitos investimentos do BNDES e da FINEP. A cidade conta com 5 parques tecnológicos e 15 centros de pesquisa tecnológica. As atividades de pesquisa e desenvolvimento geraram um mercado de R\$ 797,6 milhões em 2014. Em paralelo, a economia criativa, outro pilar de crescimento e desenvolvimento da cidade, gerou R\$ 4,45 bilhões em 2014 (FREY, 2016).

A abordagem da economia criativa como instrumento promotor do desenvolvimento local também já abriu espaços no estado do Tocantins. Em reportagem veiculada na Agência Sebrae

de Notícias⁹, em 18 de junho de 2013, a então superintendente do Sebrae no Estado, ao analisar a importância da implantação do projeto Oficinas Criativas e Cidades Criativas nas cidades de Porto Nacional, Arraias e Araguatins, expôs o anseio do Sebrae em promover o desenvolvimento local por meio do incentivo a atividades empreendedoras vinculadas à economia criativa, apresentando a expectativa institucional de “revelar um ambiente mais favorável para o candidato a empreendedor ou para quem já possui o próprio negócio, valorizando a criatividade e os saberes nas áreas de artesanato, moda, *design*, propaganda, folclore, festas tradicionais, arquitetura, tecnologia e outros, para agregar valor econômico ao capital intelectual e, a partir das oficinas, gerar oportunidades de negócio”.

Percebe-se claramente o poder alcançado pela economia criativa para impulsionar o desenvolvimento local, cuja abrangência e potencial foram retratados de maneira bastante objetiva por Deheinzelin (2015, p.32):

Trabalho e renda – a Economia Criativa gera emprego, renda e divisas de forma extremamente simples, efetiva e com custo muito mais baixo por posto de trabalho gerado (e, segundo o IBGE, melhor remunerado que outros setores). Além disso, representa uma nova maneira de trabalhar, atendendo necessidades apontadas por tendências de futuro, como gênero, minorias e simplificação de espaços produtivos [...]

Educação e social – ao mesmo tempo em que gera renda, a Economia Criativa qualifica o capital humano, sendo que hoje se sabe que capital humano qualificado é tão ou mais importante que capital monetário. Além disso, potencializa trocas sociais criando condições para o que nos falta muito: capital social, a capacidade de ação integrada. A meu ver, a falta de capital social é o principal fator que impede o Brasil de transformar em realidade seus potenciais e recursos. A Economia Criativa eleva a autoestima e, ao fazê-la, reforça os laços e a identidade, estimulando a cidadania. Desenvolve também competências necessárias a vários setores da sociedade, inclusive o empresarial: cooperação, criatividade, inovação, adaptação e percepção das diferenças como soluções e não como problemas.

Economia – a garantia de diferencial competitivo de um país, fundamental em tempos de globalização, é a Economia Criativa, com a vantagem extra de crescer quatro vezes mais do que a manufatura ou duas vezes mais que a indústria – lembrando, mais uma vez, que estamos lidando com um recurso que se renova e se multiplica com o uso. De uma maneira geral, verifica-se que os modelos econômicos anteriores não resolveram a questão da pobreza, que talvez possa ser melhor solucionada pela Economia Criativa. Esse potencial é reforçado pela interessantíssima interface que ela possui com a economia solidária, sendo o Brasil um celeiro de boas práticas nesse sentido, que estão sendo potencializadas pelo programa Cultura Viva.

Política e soberania – ressaltamos que nossa garantia de soberania diversidade cultural não é mais militar e sim cultural. O monopólio cultural atua como fator destruidor de identidade e soberania, razão pela qual a

9 Agência Sebrae de Notícias. Economia Criativa chega a três municípios de Tocantins. Disponível em: <http://www.to.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/TO/economia-criativa-chega-a-tres-municipios-de-tocantins,49213f316eb06410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

Economia Criativa é estratégica e a distribuição, a chave para definir poderios. Num cenário de globalização se observa um movimento inverso, de valorização do que é próprio, segmentado, original, fazendo da preservação não apenas uma estratégia de soberania como um diferencial de competitividade. A Economia Criativa, devido à sua característica transversal, tem função integradora entre os setores de produção, governos, academia e sociedade civil organizada, e é também o único dos setores ditos ‘econômicos’ onde existe interface com todos os oito objetivos do Milênio.

Desenvolvimento local – a Economia Criativa é a grande estratégia para qualificação e revitalização de áreas urbanas, espaços públicos e até áreas rurais. Nossa diversidade cultural e natural pode originar iniciativas com maior probabilidade de sucesso e longevidade, pois são baseadas em diferenciais locais, únicos. Essas iniciativas serão tanto mais bem-sucedidas quanto mais setores envolvidos simultaneamente (exemplos: turismo, agronegócio, cultura, artesanato e gastronomia integrados) (DEHEINZELIN, 2015, p.32).

Observados os inúmeros campos de atuação da economia criativa, faz-se oportuna a análise da atuação dessa ferramenta de desenvolvimento no município de Palmas-TO, sendo que, para realizar tal intento, é necessário que se identifiquem as práticas e potencialidades criativas da capital tocantinense, bem como, os instrumentos e políticas públicas adotadas pelo governo local para promover a gestão da cultura no município.

4. GESTÃO DA CULTURA EM PALMAS: CASOS, TÉCNICAS E IMPACTO SOCIAL

4.1 POTENCIAL CRIATIVO DE PALMAS-TO

Diante de uma nova realidade, marcada pela globalização, pela enorme quantidade e velocidade de informações e pela inserção e fortalecimento da criatividade no contexto econômico, é inevitável a atração de temas relativos à cultura e tecnologia para o cerne das discussões sobre desenvolvimento. A Economia Criativa se insere nessa discussão e abre espaço para debates acerca estruturação da máquina estatal e da formulação de políticas públicas capazes de satisfazer as demandas da nova perspectiva de desenvolvimento que surge a partir do aproveitamento dos “ativos intangíveis”, como bem asseveram Procopiuk e Freder (2013, p. 18):

Não obstante as dificuldades ainda existentes para se agir sistemática e intencionalmente no fomento da economia criativa, a realidade mostra que em centros urbanos normalmente há uma ampla gama de agentes culturais que atua em diferentes fases de cadeias de indústrias criativas, desde o ato criativo até a produção e distribuição de bens e serviços. Com suporte na economia criativa, nesses centros é possível identificar relações público-privadas com a finalidade de potencializar a criatividade e o empreendedorismo para dinamizar bases de desenvolvimento sustentável. As cidades, principalmente por relações de proximidade entre agentes produtivos, se constituem em terreno fértil para a formação de arranjos criativos com potenciais de geração de impactos globais. Em particular, as cidades criativas podem ser desde aquelas pequenas o suficiente para afetar apenas indústrias culturais locais até as suficientemente grandes para servirem de portais para os mercados internacionais (PROCOPIUK E FREDER, 2013, p. 18).

Nesse contexto, focalizando as estratégias de desenvolvimento que tangenciam a Economia Criativa, ganha destaque a perspectiva teórica que trata das cidades criativas. Segundo Ashton, Tomazzoni e Emmendoerfer (2014, p. 3), o termo cidades criativas surgiu para fazer referência a um novo conceito de cidade, mais dinâmica, interligada, tolerante, interativa e atraente, que busca valorizar a história e a cultura da população e está aberta às novidades, sendo constituída de elementos como a criatividade e a inovação e baseada no conhecimento humano como fator gerador de economia e de qualidade de vida. A cidade criativa seria, então, aquela que estimula os talentos, a diversidade e dá condições para que se agregue valor econômico e se dê vazão à geração de negócios a partir disso, envolvendo inúmeros atores sociais, tais como governos, empreendedores, instituições, escolas e

universidades, em uma estrutura de ganho comum, onde o capital de conhecimento é alavancado, trazendo benefícios para todos de maneira mais igualitária (CARVALHO, 2011, p. 18).

Diante das inúmeras nuances apresentadas, percebe-se que a definição de cidades criativas, no que pese a sua relevância para a promoção do desenvolvimento, ainda está em fase de construção e carece de maior solidez teórica. Nesse sentido, Reis (2011, p. 24) afirma que o conceito de cidades criativas ainda apresenta contornos muito fluidos e em transformação, sendo impossível se identificar com exatidão os seus traços marcantes. A multiplicidade de visões acerca do tema resta evidenciada quando observamos, por exemplo, as propostas doutrinárias sobre as condições necessárias para o desabrochar da economia criativa:

Assim como Landry propõe 3Cs (cultura, comunicação e cooperação), Verhagen defende que uma cidade criativa é ‘limpa, verde e segura’; Howkins salienta ‘aprendizado, colaboração, novidade’; Strickland chama a atenção para ‘justiça, igualdade, diversidade’; Kageyama menciona um misto de atributos racionais e emocionais, tornando a cidade criativa ‘funcional, segura, confortável, convivial’; Fonseca e Urani sugerem que ela tem por base ‘conexões, cultura e inovações’, em linha com o pensamento de Lerner, voltado a ‘sustentabilidade, mobilidade e solidariedade’; e Pardo apresenta quatro requisitos para uma cidade ser considerada criativa: exercício da livre cidadania; ambientes socialmente complexos; áreas culturalmente dinâmicas; qualidade de vida democrática, combinada com segurança. (REIS, 2011, p. 26)

As proposições em epígrafe revelam uma profusão de termos que torna desafiadora a tarefa de identificar as condições de base para a construção do conceito de cidades criativas. Reis e Urani (2011, p. 32) informam que, apesar de existirem entendimentos no sentido de que as cidades criativas seriam aquelas com maior potencial de atração da chamada “classe criativa”, pessoas que exercem determinadas profissões com maior carga de criatividade individual e que escolhem como cidade para viver aquela dotada de traços como efervescência, diversidade cultural, presença tecnológica e alto grau de tolerância, na verdade, é a cidade criativa que se torna atraente para as indústrias e para as pessoas criativas, tendo por pilares a capacidade de seus habitantes de colocar a criatividade em prática e um ambiente cultural e econômico favorável a isso, ou seja, “ao invés de privilegiar a presença de uma classe criativa, de um grupo de pessoas no seio urbano, a cidade criativa é sistêmica, integrada e incentiva a eclosão da criatividade de todas as profissões, de forma complementar” (REIS; URANI, 2011, p. 32).

Um dos autores mais conhecidos a tratar do tema cidades criativas, Florida (2011) defende que as cidades criativas são aquelas capazes de atrair e reter uma classe de profissionais talentosos e criativos e que podem ser reconhecidas pela presença de um ou mais determinantes

de crescimento econômico: talento – número de pessoas com formação em cursos de nível superior; tecnologia – existência de conhecimentos aplicados que geram riquezas e empregos por meio da exploração da propriedade intelectual e tolerância – abertura para com a diversidade e atitudes favoráveis à inclusão. Já Reis e Urani (2011, p. 33), em uma abordagem voltada para a realidade brasileira, apontam três características fundamentais das cidades criativas:

Uma cidade criativa é uma cidade que surpreende, que atíça a curiosidade, o questionamento, o pensamento alternativo e, com isso, a busca de soluções. Em uma cidade criativa, independentemente de sua história, condição socioeconômica e tamanho, há uma prevalência de três elementos:

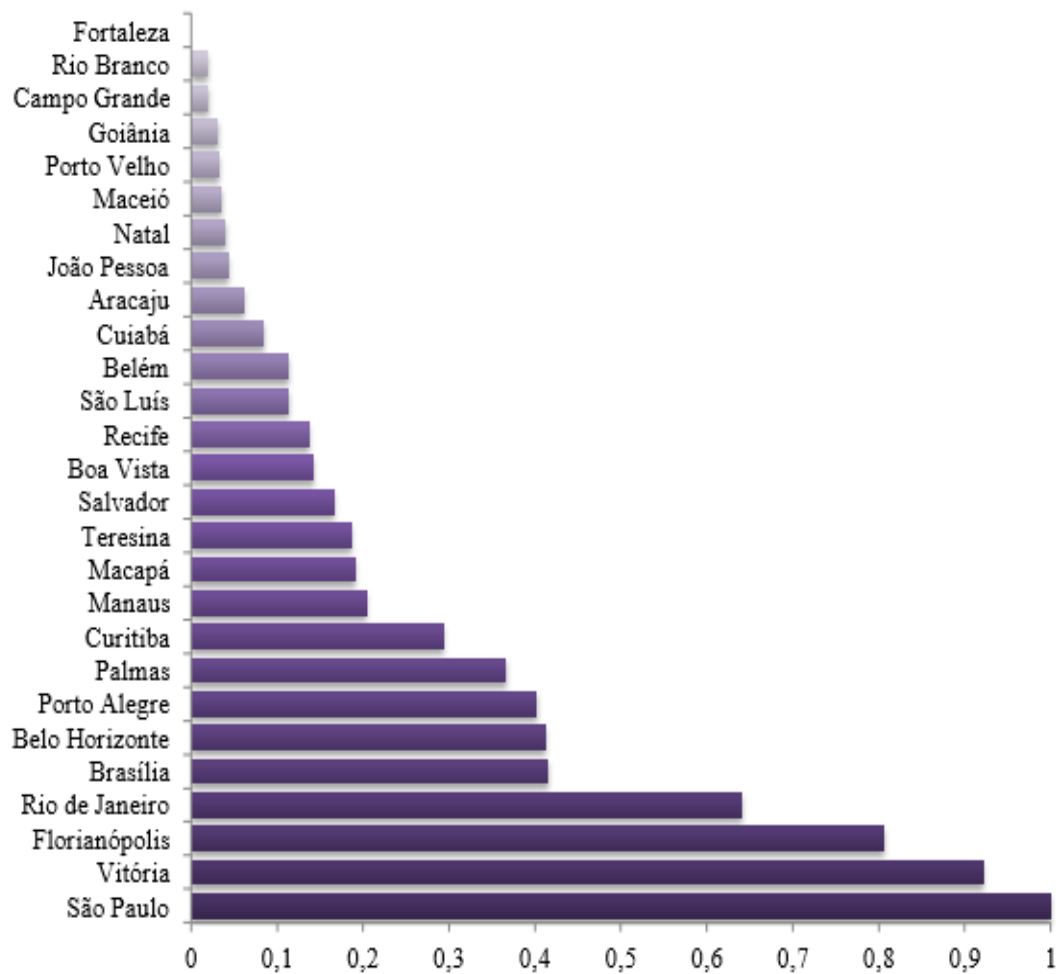
1) Inovações. Inovações podem ser entendidas como criatividade aplicada à solução de problemas ou à antecipação de oportunidades. Embora a associação mais recorrente seja a inovações tecnológicas, a criatividade urbana é sustentada por inovações das mais diversas ordens, como sociais (a exemplo dos mutirões para a construção de residências na vizinhança e de outras invenções coletivas, não raro por necessidade); culturais (um produto, serviço, manifestação ou modelo de negócio original, como o Tecnobrega paraense ou o www.queremos.com.br, site de compra coletiva de espetáculos culturais) e ambientais (a criação do comércio de créditos de carbono ou o uso de pneus na pavimentação de estradas).

2) Conexões. As conexões se dão em diversas dimensões: histórica, entre o passado da cidade, que forma sua identidade e sua estratégia de futuro, desenhando a cidade que se quer ter; geográfica, entre bairros e zonas, o que é especialmente importante nas grandes cidades, não raro fragmentadas; de governança, com a participação dos setores público, privado e da sociedade civil, cada um com seu papel muito claramente definido; de diversidades, aglutinando pessoas com distintos pontos de vista, profissões, culturas, comportamentos; entre local e global, preservando as singularidades da cidade, sem por isso se isolar do mundo.

3) Cultura. A cultura se insere na cidade criativa sob quatro formas mais visíveis: por seu conteúdo cultural *per se*, compreendendo produtos, serviços, patrimônio (material e imaterial) e manifestações de caráter único; pelas indústrias criativas, abrangendo cadeias culturais, da criação à produção, do consumo ao acesso, com impacto econômico na geração de emprego, renda e arrecadação tributária; ao agregar valor a setores tradicionais, dando-lhes diferenciação e unicidade, em um contexto mais amplo de economia criativa, a exemplo do impacto da moda sobre as indústrias têxtil e de confecções ou da arquitetura sobre a construção civil; ao formar um ambiente criativo, pela convivência de diversidades e manifestações, fonte de inspiração para olhares e ideias diferentes, em especial pelas artes. (REIS; URANI, 2011, p. 33).

Trazendo a abordagem para a realidade de Palmas-TO, identificam-se fortes traços de criatividade na capital tocantinense. Vieira (2013), em estudo que buscou elaborar um indicador de potencial criativo para as capitais dos estados brasileiros, considerando capital humano, ambiente urbano, capital social e estrutura econômico- produtiva, apontou Palmas como a oitava capital com maior potencial criativo no Brasil, sendo a primeira entre os estados do Norte e Nordeste, como é possível identificar no gráfico seguinte:

Figura 07: Indicador de potencial criativo das capitais dos estados brasileiros



Fonte: VIEIRA, 2013.

Apesar do potencial criativo relativamente alto, Palmas ainda possui limitações no campo das expressões culturais, apresentando um número reduzido de profissionais da cultura, cuja remuneração é inferior à média nacional, como se pode observar no mapeamento da Economia Criativa elaborado pela FIRJAN:

Figura 08: Mapeamento da Economia Criativa em Palmas-TO - Expressões Culturais

TO - Palmas	
Segmento: Expressões Culturais	
Profissionais	2013
Total de Profissionais para o Município Palmas - Expressões Culturais	40
Total de Profissionais no Estado Tocantins - Expressões Culturais	66
Total de Profissionais no Brasil - Expressões Culturais	22.491
Remuneração	2013
Remuneração Média para o Município Palmas - Expressões Culturais	R\$ 1.435,93
Remuneração Média no Estado Tocantins - Expressões Culturais	R\$ 1.327,05
Remuneração Média no Brasil - Expressões Culturais	R\$ 1.508,18
<i>Valores a preços de 2013 (IPCA - IBGE)</i>	

Fonte: <http://www.firjan.com.br/economiacriativa/pages/consulta.aspx>

A realidade apresentada revela que, apesar de possuir um ambiente propício ao desenvolvimento da Economia Criativa, Palmas carece de incentivos e estratégias governamentais aptas a desenvolver o seu potencial criativo. Reis (2011, p. 26) afirma que nenhuma das condições de desenvolvimento das cidades criativas pode se cristalizar sem a construção de uma governança clara e facilitadora de uma estratégia de longo prazo, sendo que o agente catalisador das mudanças pode ser o governo (especialmente o municipal, mais próximo da sociedade), uma empresa privada ou uma organização da sociedade civil. Nesse contexto, é oportuna a análise da gestão da cultura no município de Palmas-TO.

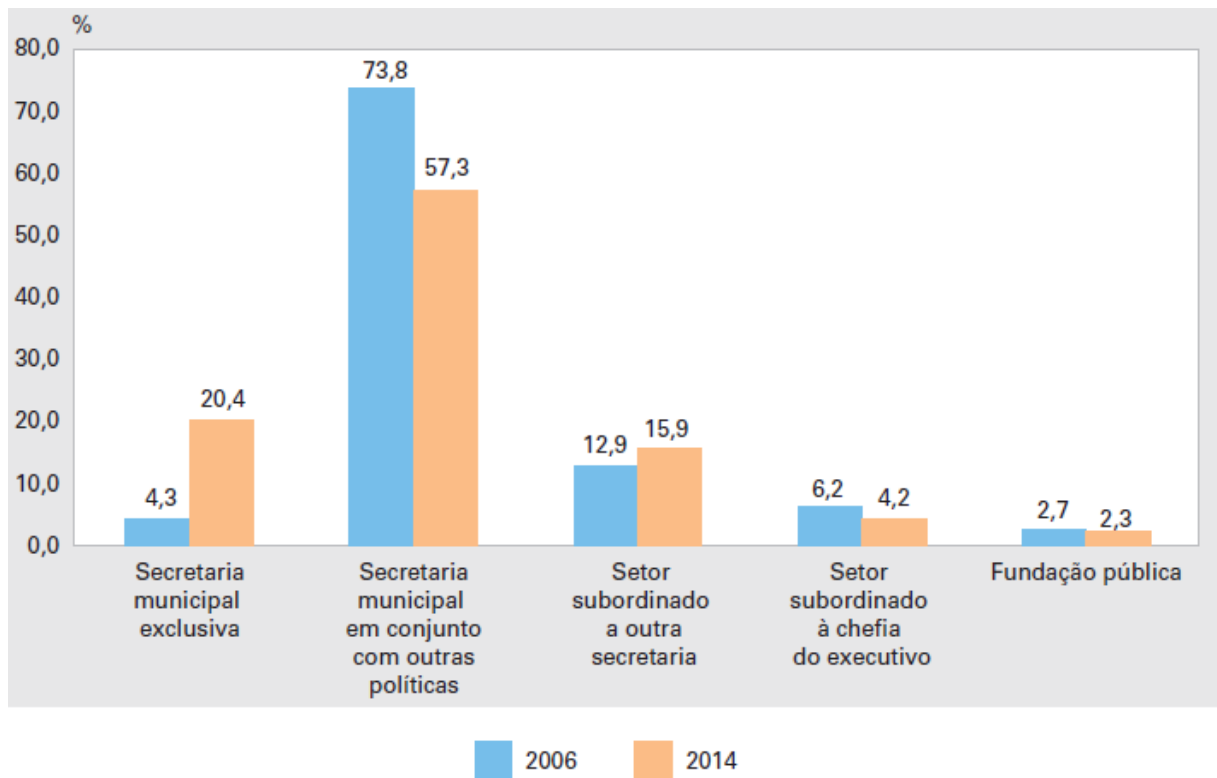
4.2. GESTÃO DA CULTURA EM PALMAS-TO

Ao se falar em gestão da cultura pela Administração Pública, é primordial que se observe a estruturação das entidades públicas por meio de seus órgãos gestores. Nesse contexto, o órgão

gestor da cultura tem sob sua responsabilidade a formulação e a implementação de uma política a partir da realidade das unidades federativas e dos municípios, não apenas em termos de sua vida cultural, mas também levando em consideração a sua realidade socioeconômica. Desta maneira, a institucionalização de um órgão oficial de cultura, seja no formato de secretaria de cultura ou como em outro modelo similar, constitui um diferencial para potencializar as funções da gestão cultural dentro da estrutura administrativa do poder público, especialmente nos municípios (IBGE, 2015).

A institucionalização de órgãos oficiais de cultura, portanto, se apresenta como uma ação de fundamental importância para dinamizar e alavancar o desenvolvimento das atividades artístico-culturais e, conseqüentemente, ensejar um ambiente propício para a consolidação de cidades criativas. Conforme informações do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (IBGE, 2015), 5.260 municípios brasileiros (94,5%) tinham alguma estrutura organizacional para tratar da cultura em 2014, sendo que, desse total, 1073 municípios eram dotados de secretaria exclusiva para a política cultural e 119 com órgão da administração indireta, como fundações públicas, conforme esquematizado no gráfico:

Figura 09: Percentual de municípios, por caracterização do órgão gestor da cultura - Brasil - 2006/2014



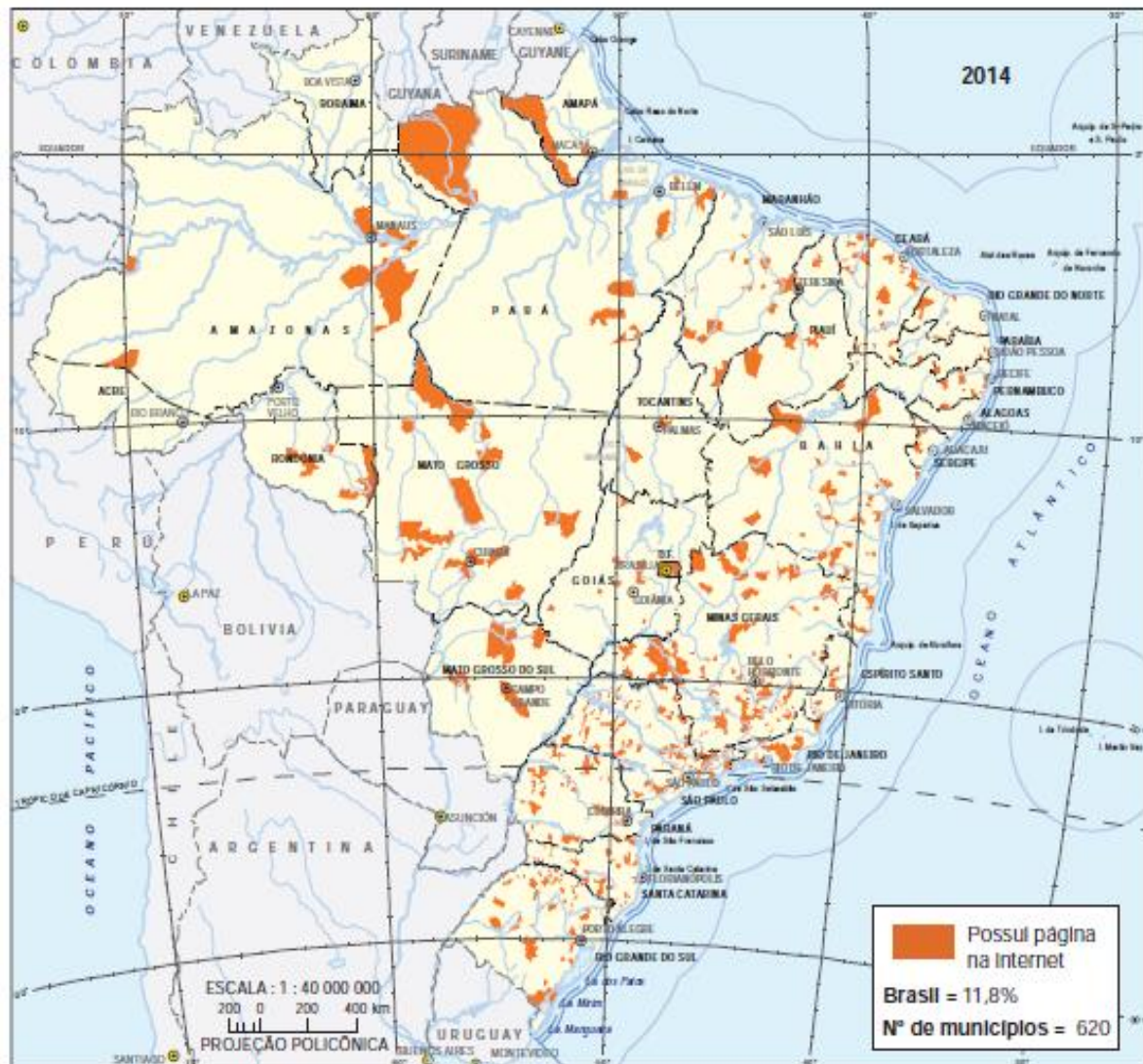
O município de Palmas-TO se insere no contexto apresentado como parte do universo de 2,3% dos municípios que transferiram a gestão de suas políticas públicas culturais a entidade integrante da Administração Pública Indireta. Em um primeiro momento, a referida escolha administrativa pode parecer não envolver maiores discussões estratégicas, no entanto, é importante ressaltar que o fenômeno da descentralização, impulsionado no Brasil pela Reforma Gerencial do Decreto-lei 200/67, surgiu com o fito de trazer maior eficiência à gestão pública brasileira, concedendo mais autonomia e possibilitando a ampliação das relações estabelecidas pelos entes públicos com a sociedade civil. Canedo (2007) apresenta algumas vantagens do modelo de gestão cultural por meio de fundações:

[...] uma fundação possui ampla autonomia para buscar parcerias e recursos de terceiros no sentido de viabilizar a implantação de ações na esfera da cultura. Diferente dos órgãos públicos, que não podem selar contratos, as fundações podem gerar receitas próprias. A fundação pode obter outras rendas, além dos recursos do orçamento municipal, através da cobrança de ingressos, concessão de exploração comercial de espaços de suas instalações, doações, parcerias com a iniciativa privada e venda de publicações, cartões ou outros produtos. Essas receitas adicionais podem ser integralmente aplicadas nas atividades da entidade. A estrutura administrativa de uma fundação confere dinamismo e agilidade na execução de projetos e programas. Os funcionários administrativos podem se especializar nas necessidades e especificidades da área de cultura, o que confere vantagens na compra de bens e serviços e organização de eventos, onde normalmente as áreas de cultura localizadas na administração direta encontram mais dificuldades ou precisam terceirizar os serviços. As ações também se tornam independentes, não estando submissas às mudanças políticas. Entretanto, vale ressaltar que, apesar da autonomia administrativa, a esfera central de poder não perde a capacidade de interferir na gestão cultural. A fundação pública está sujeita aos mecanismos de controle da prefeitura ou do governo do estado, que têm por objetivo assegurar o cumprimento das metas fixadas nos atos de criação da entidade; harmonizar sua atuação com a política e programação do Governo; zelar pela obtenção de eficiência administrativa e pela autonomia administrativa, operacional e financeira. A fundação cultural tende a se apresentar com maior visibilidade junto à população, pois fica diferenciada da prefeitura e assume uma identidade própria. A implantação de uma política cultural mais democrática e participativa encontra terreno fértil na estrutura da fundação (CANEDO, 2007)

Outro ponto positivo identificado na gestão cultural da capital tocantinense diz respeito à sua infraestrutura, mais especificamente, ao aperfeiçoamento dos procedimentos. Considerando que a informatização de determinados processos no setor que cuida da gestão cultural é um dos indicadores potenciais da sua capacidade técnica e administrativa (IBGE, 2015, p. 33), o município de Palmas revela eficiência ao utilizar sistemas informatizados para gerenciar algumas de suas políticas públicas culturais, bem como, destaca-se ao integrar os 11,8% dos

municípios brasileiros em que o órgão gestor da cultura possui página na internet, como se pode observar no cartograma abaixo:

Figura 10: Municípios em que o órgão gestor da cultura possui página na internet - Brasil-2014



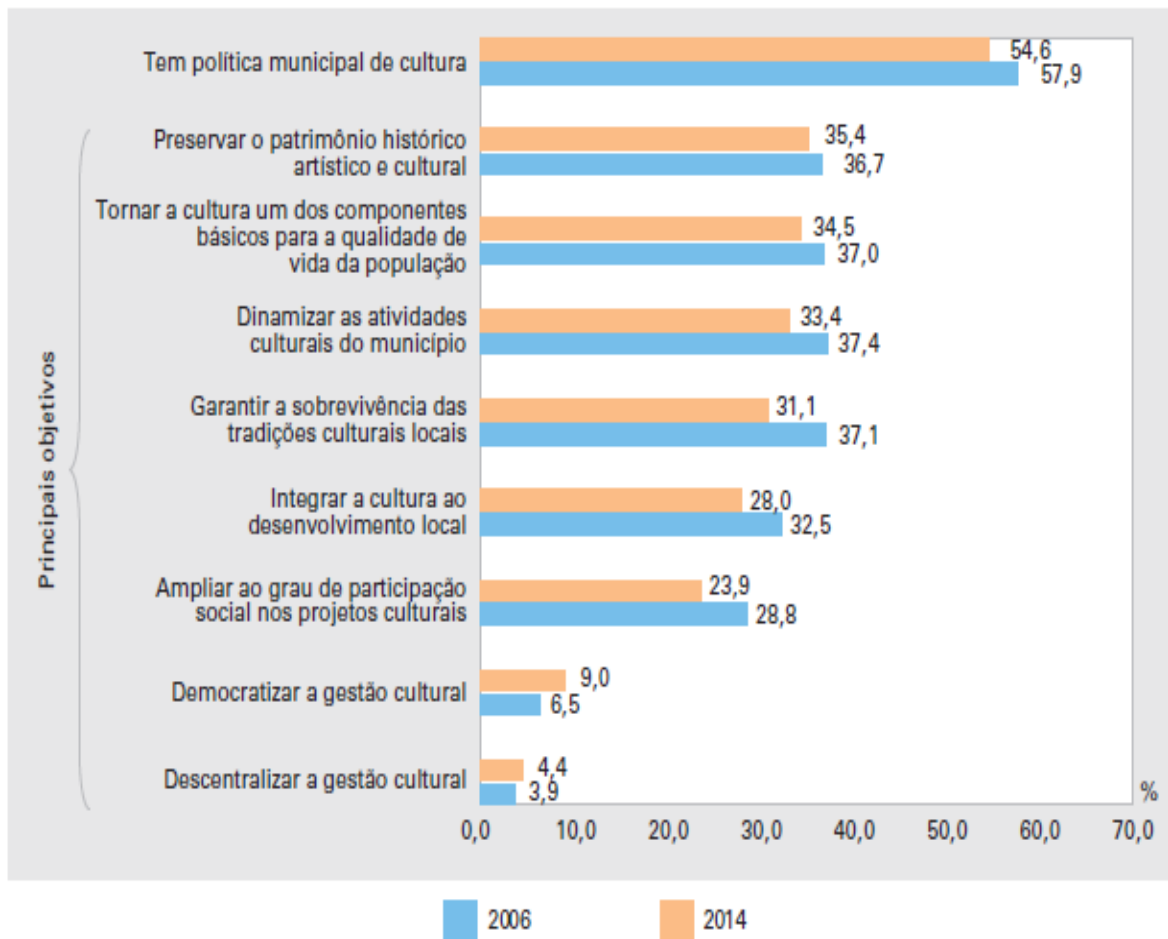
Fonte: IBGE, 2015, p. 36.

Ainda sobre a articulação da gestão da cultura em Palmas-TO, é oportuna a análise do papel assumido pelo plano de cultura e pelas políticas culturais nesse contexto. Segundo Barbalho (2013, p. 6), pensar na dimensão política da cultura significa considerar o Art. 215 da Constituição Brasileira de 1988, que afirma que “o Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais”, o que reflete o anseio constitucional em ver na cultura um direito, assim como, postular a legitimidade de intervenções do Estado na seara criativa. Dessa maneira, a ideia da cultura como um direito deve formar a base para políticas públicas de cultura no nosso

país, sendo estas compreendidas como “um conjunto mais ou menos coerente de princípios (conceitos e diretrizes), objetivos (onde se quer chegar), estratégias (como alcançar os objetivos projetados), meios necessários e as ações a serem realizadas (os programas e projetos concretos)” (BARBALHO, 2013, p. 8).

Ao mensurar a existência das políticas públicas culturais nos municípios brasileiros, o IBGE (2015) identificou que pouco mais da metade das cidades brasileiras (54,6%) possuem política pública para o setor da cultura, sistematizando os principais objetivos buscados pelos gestores culturais da seguinte maneira:

Figura 11: Percentual de municípios com política municipal de cultura e seus principais objetivos - Brasil - 2006/2014

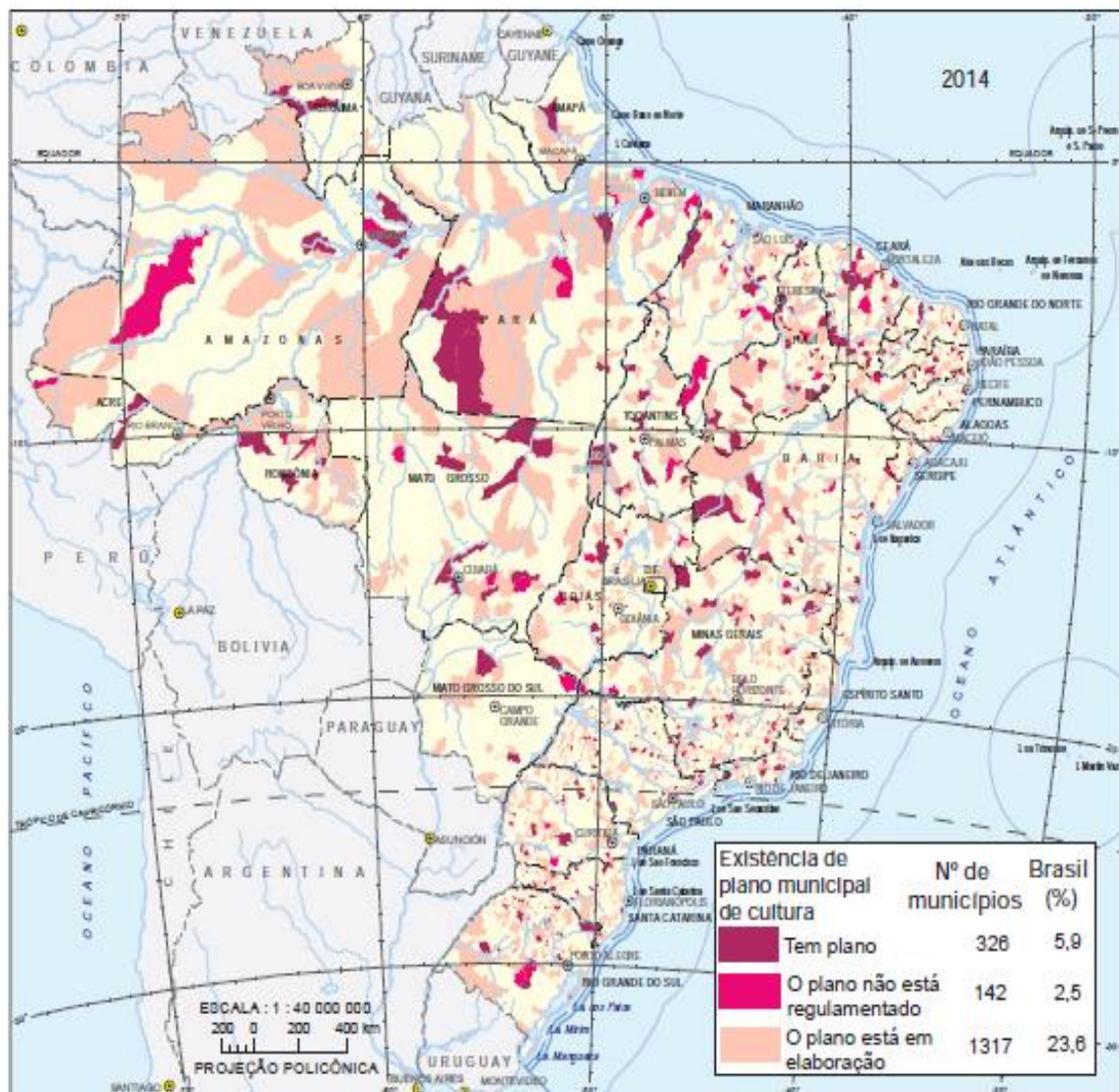


Fonte: IBGE, 2015, p. 43.

Os objetivos expostos revelam uma tendência dos governos municipais em priorizar políticas que promovam a preservação do patrimônio histórico, artístico e cultural, que busquem tornar a cultura um dos componentes básicos da qualidade de vida da população e que

dinamizem as atividades culturais dos municípios. Para tanto, é imperioso que se estabeleçam planos municipais de cultura consistentes e voltados para o aproveitamento do potencial criativo das cidades. Entretanto, no Brasil, são visíveis as lacunas para o exercício da função da cultura no plano municipal, uma vez que apenas 5,9% dos municípios brasileiros possuíam plano de cultura regulamentado por instrumento legal em 2014, conforme dados da MUNIC/IBGE:

Figura 12: Municípios com plano municipal de cultura - Brasil - 2014



Fonte: IBGE, 2015, p. 44.

A realidade exposta revela uma posição privilegiada para Palmas-TO, que integra o seletivo grupo de municípios dotados de um plano municipal de cultura. Trata-se da Lei 1.933, de 13 de dezembro de 2012, que instituiu o Plano Municipal de Cultura do Município para o decênio 2013-2022 e, dentre outros pontos, estabeleceu como diretrizes gerais (PALMAS-TO, 2012):

Art. 2º O Plano Municipal de Cultura de Palmas - PMCP tem como princípio as seguintes diretrizes gerais:

I - fortalecer o pacto federativo atuando de forma integrada e complementar com os governos Estadual e Federal;

II - democratizar e descentralizar as ações, atuando em todas as regiões da cidade;

III - promover a diversificação das fontes de financiamento e a descentralização dos recursos públicos para a cultura;

IV - fortalecer a importância da economia da cultura e a centralidade da cultura como fator de desenvolvimento no mundo atual;

V - solidificar as manifestações da cultura local e promover o intercâmbio cultural com outras cidades do estado e do país, valorizando a multiculturalidade de Palmas, promovendo um amplo diálogo intercultural;

VI - atuar de forma transversal com as áreas da educação, do turismo, da juventude, do planejamento urbano, do meio ambiente, da segurança pública e do desenvolvimento econômico e social e outras;

VII - consolidar o papel da cultura como um importante vetor de desenvolvimento do município de Palmas, atuando conjuntamente com outros órgãos governamentais, o setor privado e a sociedade civil;

VIII - incorporar as políticas públicas de cultura à dinâmica urbana e ao processo de desenvolvimento do município de Palmas, considerando a diversidade cultural um dos pilares fundamentais para a sustentabilidade da cidade;

IX - priorizar no orçamento municipal os recursos públicos para a cultura e buscar ampliar os investimentos para o setor através de parcerias públicas e privadas;

X - fomentar ações direcionadas à implementação de políticas públicas de cultura de forma sistemática e permanente;

XI - implementar políticas que valorizem a informação, a formação e a profissionalização de artistas, agentes e gestores culturais;

XII - implantar, manter, cuidar e ampliar os equipamentos culturais do município, organizando programações permanentes que contemplem as mais diversas áreas e manifestações culturais da cidade;

XIII - organizar a utilização dos equipamentos culturais de forma a maximizar os recursos físicos e financeiros, atuando com o conceito de rede articulada no desenvolvimento artístico-cultural e de formação e profissionalização das diversas áreas artísticas;

XIV - avançar no processo de democratização da gestão cultural da cidade, com a consolidação do Conselho Municipal de Política Cultural de Palmas - CMPCP, dos fóruns permanentes, da Conferência Municipal de Cultura, da Plenária e do Fórum Temático do Orçamento Participativo para a Cultura;

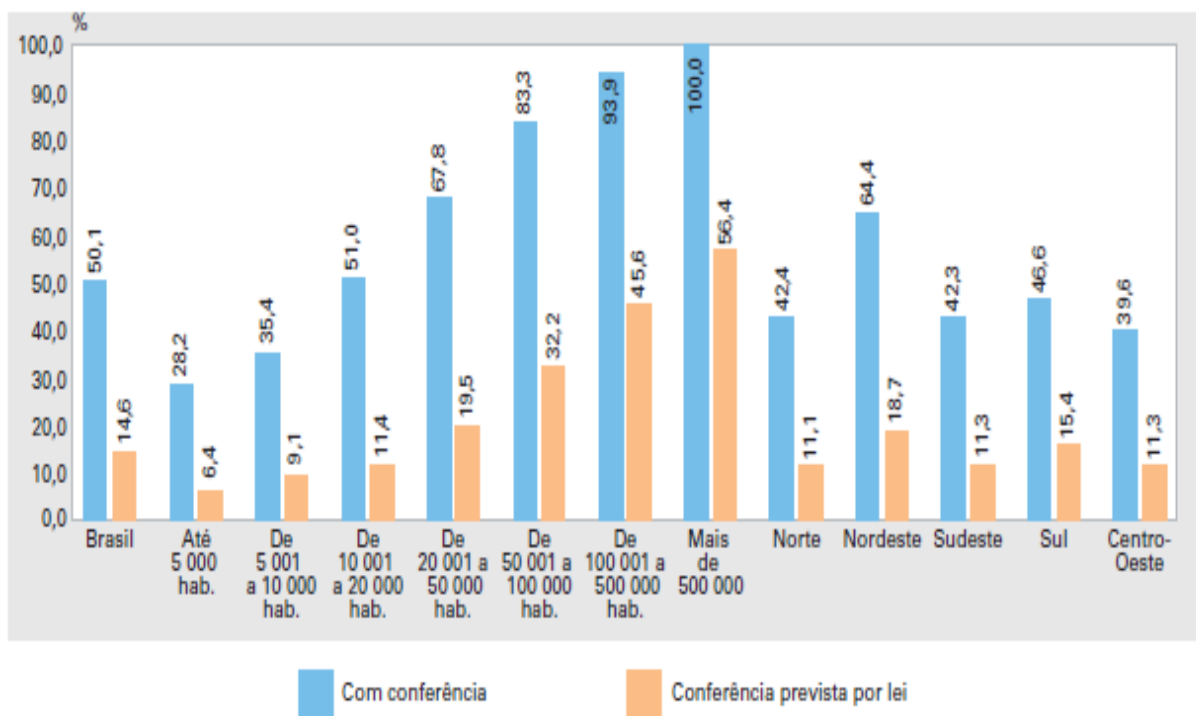
XV - participar ativamente dos debates e da formulação das políticas públicas de cultura nos diversos fóruns, conferências, reuniões e articulações institucionais nacionais e internacionais, por meio de seu órgão gestor de cultura (PALMAS-TO, 2012).

As diretrizes em destaque revelam o anseio governamental de desenvolver o processo de democratização da gestão cultural da capital do Tocantins. Para tanto, dentre outras ferramentas, o Plano Municipal de Cultura faz menção à Conferência Municipal de Cultura. Canedo (2008) defende que as Conferências de Cultura são um mecanismo implantado pelo governo federal e se propõem a estimular a participação social na elaboração das políticas

públicas voltadas para o setor cultural, constituindo espaços de debate e proposição de políticas, programas e ações para o campo da cultura, por representantes do poder público, da sociedade civil, das comunidades culturais, artistas, produtores, agentes e articuladores culturais. Nesse espaço democrático, as conferências municipais constituem o primeiro passo no processo de participação social, propiciando que as demandas culturais a nível local sejam conhecidas e contempladas pelas políticas públicas presentes em todas as esferas de governo.

Apesar da importância das Conferências para a formulação de políticas públicas culturais, em 2014, muitos municípios ainda não haviam realizado os encontros, sendo que, nesse contexto, o Tocantins aparece como o Estado da Federação com a menor participação de municípios nas Conferências, contando apenas com 25 cidades (16%). A MUNIC/IBGE também trouxe dados importantes acerca da realização das conferências de cultura pelos municípios brasileiros, a saber:

Figura 13: Percentual de municípios que realizaram Conferência de Cultura, segundo as classes de tamanho da população dos municípios e as Grandes Regiões - 2014.



Fonte: IBGE, 2015, p. 85

Os dados apresentados revelam que Palmas aparece mais uma vez em posição de destaque quando se trata de estruturação da gestão cultural. Se considerarmos a Região Norte, a capital tocantinense integra a minoria de 11,1% dos municípios que estabeleceram as Conferências

Municipais por meio de lei. Essa situação não apenas confirma o potencial criativo do município, como também revela uma máquina estatal que já caminha em direção à implementação de estratégias de desenvolvimento vinculadas à economia criativa.

Outro ponto que traz notoriedade à política cultural desenvolvida em Palmas-TO diz respeito à sua posição em relação ao Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura – IDECULT, elaborado pelo IPEA. Barbosa da Silva (2012) defende a ideia de que o desenvolvimento implica na qualidade das distribuições do crescimento econômico e não apenas na sua quantidade, resultando em valores morais relacionados à oportunidade de viver uma vida saudável, adquirir conhecimento e outros recursos necessários para ter uma vida digna.

Nesse contexto, é atribuído aos poderes públicos um papel primordial na criação dessas oportunidades, o que, no caso do desenvolvimento cultural, pressupõe o conhecimento fornecido por indicadores específicos relacionados à distribuição, acesso e valorização da diversidade, sem desvinculá-los das dimensões políticas, econômicas e de modelos interpretativos (BARBOSA DA SILVA, 2012, p. 94). Para atender à demanda em apreço, o Governo Federal, por meio do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, desenvolveu o IDECULT, que leva em consideração as seguintes dimensões:

O IDECULT leva em consideração duas dimensões: a oferta e a demanda cultural dos municípios brasileiros. Do lado da oferta, elege três subindicadores ou subíndices:

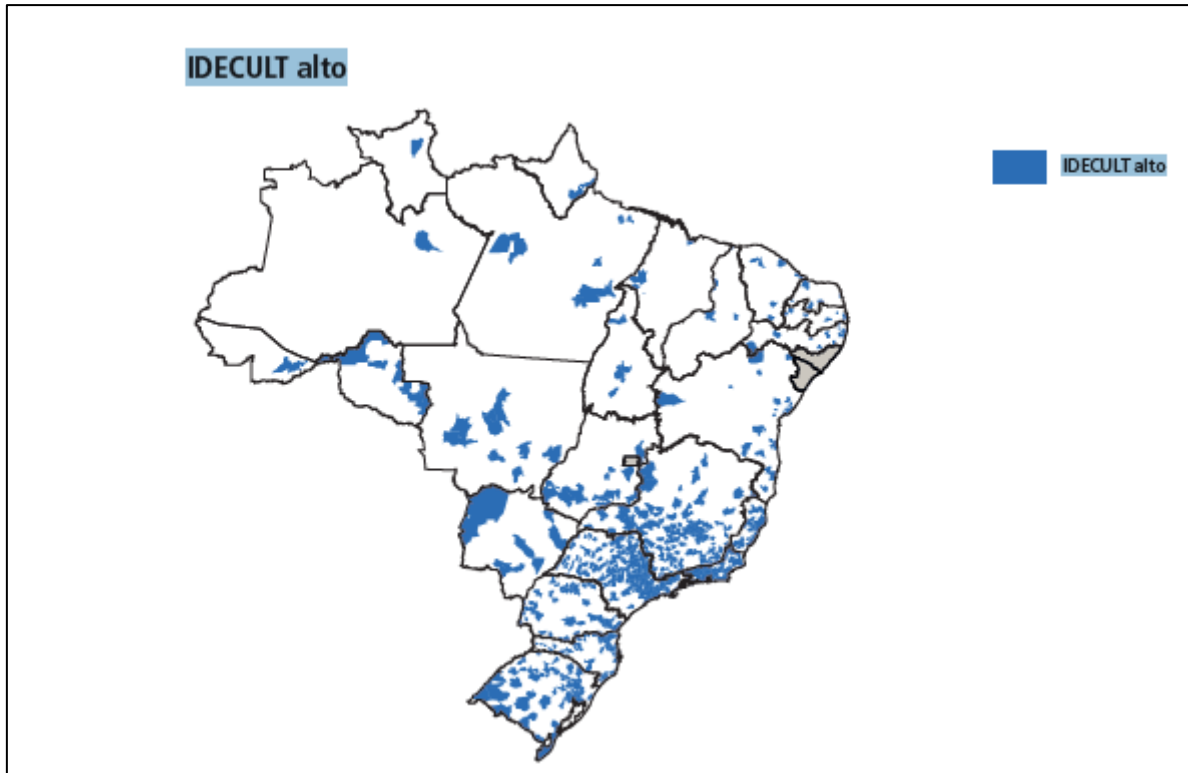
- as profissões culturais – a partir do Código Brasileiro de Ocupações (CBO) –, que dimensiona o número de ocupações estritamente culturais;
- o setor cultural – a partir do Cadastro Nacional de Atividades Culturais (CNAE) –, que se refere ao número de ocupações em estabelecimentos culturais e que indiciam o dinamismo setorial; e
- a oferta de equipamentos culturais nos municípios.

Pelo lado da demanda, são utilizados dois subindicadores:

- o percentual de domicílios consumidores de cultura; e
- o gasto médio por domicílio com bens culturais (IPEA, 2010, p. 8).

Não se pretende realizar nesta pesquisa um aprofundamento acerca da metodologia adotada pelo IPEA na construção do IDECULT, antes, o que se deseja é observar a realidade retratada pelo referido indicador. Assim, observa-se que Palmas-TO ocupa uma posição de destaque no ranqueamento nacional do IDECULT, integrando o seletor grupo de 414 municípios (7,43%) classificados como possuidores de um alto indicador de desenvolvimento da economia da cultura (0,723), como se pode visualizar no mapa:

Figura 14: Municípios Brasileiros com IDECULT alto



Fonte: IPEA, 2010, p. 89

Ressalta-se que o IDECULT foi desenvolvido com base em dados relativamente antigos (Censo 2000/IBGE; POF 2002-2003/IBGE e MUNIC 2001/IBGE), no entanto, o retrato construído é revelador no que diz respeito à orientação sobre quais são as regiões mais carentes de fomento e fruição cultural e pode refletir na formatação de políticas públicas específicas para esses locais. Também é importante ressaltar que a própria publicação que demonstra a metodologia adotada pelo indicador reconhece a existência de limitações na sua consolidação (IPEA, 2010, p. 29):

Figura 15: Caracterização do indicador de desenvolvimento da economia da cultura

Indicador	Conceito	Problemas
IDECULT	O Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura mede o desenvolvimento da cultura por meio da padronização de informações sobre consumo cultural das famílias, mercado de trabalho cultural e sobre a presença de equipamentos culturais nos municípios brasileiros, como indicadores de demanda e oferta de bens culturais	<ul style="list-style-type: none"> • Limita-se aos aspectos quantificáveis da cultura e descarta processos não captados pelas estatísticas, como as práticas e manifestações ligadas ao campo do patrimônio imaterial, o mercado de obras de arte e os fluxos comerciais para fora ou para dentro do país • Não capta as atividades culturais amadoras e não monetizadas • As bases de dados estatísticas não permitem a construção de conceito simétrico de cultura a partir do CBO, CNAE, POF e MUNIC • O consumo dos municípios é construído por técnicas estatísticas e modelagem econométrica

Fonte: IPEA, 2010, p. 29.

Diante das limitações apresentadas, para que se consiga construir um panorama do desenvolvimento relacionado à economia da cultura, é necessário que se estabeleça uma comparação entre o IDECULT e outros índices e variáveis relacionadas ao desenvolvimento humano, demanda que foi atendida pelo IPEA na exposição do indicador da cultura, como se observa na tabela a seguir:

Tabela 03: Características gerais dos municípios e sua relação com os clusters do IDECULT: ótimo (0,723), bom (0,504), médio (0,378) e baixo (0,320)

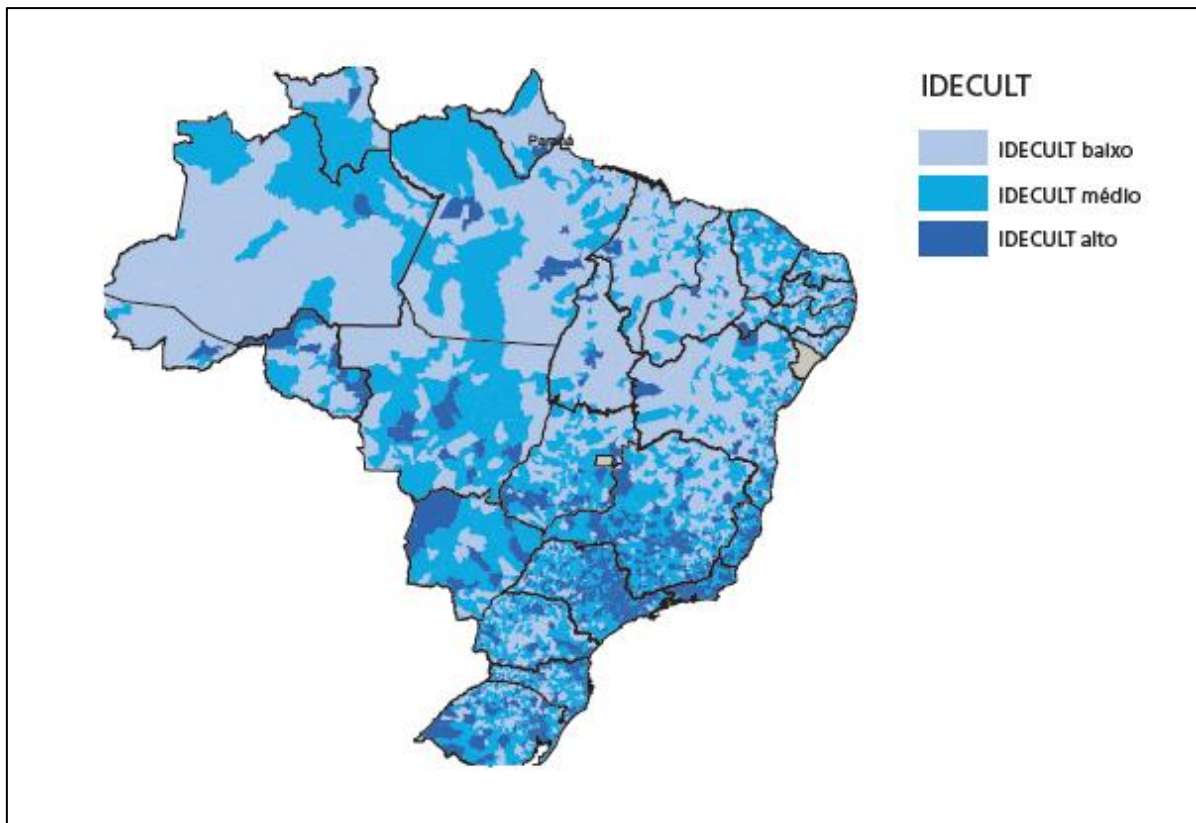
Total municípios	População média	Média de anos de estudo das pessoas de 25 anos ou mais (2000)	Taxa de alfabetização (2000)	Mortalidade até cinco anos de idade (2000)	PIB <i>per capita</i> (2000)	Esperança de vida ao nascer (2000)	Renda <i>per capita</i> (2000)	Índice de Gini (2000)
414	186.422	6,43	93,20	18,21	9.278,10	72,6	377,7	0,558
1622	25.235	5,05	88,76	20,46	6.792,97	71,7	243,9	0,549
1683	15.654	3,92	80,15	35,67	3.894,37	68,3	148,5	0,562
1788	15.002	2,68	63,41	81,39	1.684,54	62,4	77,62	0,570
5507	-	4,52	81,38	38,93	5.412,49	68,8	211,93	0,560

Fonte: IPEA, 2010, p. 86

As informações em evidência revelam que existe uma relação direta entre o IDECULT e as variáveis consideradas na composição do IDH, ou seja, há uma tendência de que um município com alto indicador de desenvolvimento da economia da cultura tenha um elevado índice de desenvolvimento humano, fato também evidenciado nos estudos expositivos do IDECULT, onde encontramos a informação de que nos 20 municípios com menor IDECULT (concentrados nos estados do Maranhão, Piauí e Tocantins) a esperança de vida é bastante baixa, bem como a média de anos de estudos, a taxa de alfabetização e a renda *per capita*, além de apresentarem uma mortalidade infantil altíssima (57,6 na média) e possuírem equipamentos e consumidores de bens culturais em um quantitativo extremamente baixo (IPEA, 2010, p. 92).

Para que se tenha uma ideia clara da posição de Palmas-TO em relação ao desenvolvimento da economia da cultura no contexto nacional, é pertinente que se exponha o mapa que sintetiza o IDECULT no Brasil (IPEA, 2010, p. 95):

Figura 16: Síntese do IDECULT (alto, médio e baixo) - Brasil



Fonte: IPEA, 2010, p. 95

Assim, diante do contexto exposto, propõe-se a análise do Festival Gastronômico de Taquaruçu como ferramenta de desenvolvimento local, uma vez que se trata de evento cultural emblemático e que, visivelmente, aproveita os ativos intangíveis da população local para promover a melhoria gradativa da qualidade de vida dos cidadãos palmenses.

4.3. ANÁLISE DO FESTIVAL GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU COMO POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO LOCAL VINCULADA À ECONOMIA CRIATIVA

Após análise do potencial criativo de Palmas-TO, entende-se como oportuna a averiguação fática da aplicação dos princípios da Economia Criativa como vetores de desenvolvimento nessa capital. Para tanto, observou-se o Festival Gastronômico de Taquaruçu, evento cultural de incentivo ao turismo, criado em 2005 por iniciativa do governo municipal e cuja relevância para a promoção do desenvolvimento local cresceu gradativamente ao longo do tempo.

Taquaruçu é um distrito de Palmas e tem sua origem e vínculos culturais pré-existentes à própria capital do Tocantins, uma vez que a criação de Palmas ocorreu justamente pela transferência da administração municipal do então município de Taquaruçu para a nova capital do Estado, como se pode observar no relato histórico trazido pelo IBGE¹⁰:

Planejada para ser a capital do Tocantins, Palmas foi criada em 20 de maio de 1989 (pouco tempo depois da criação do Estado) e instalada em 1º de janeiro de 1990, após a transferência da capital provisória, Miracema. O primeiro passo para o planejamento da capital definitiva foi dado logo após a eleição do governador Siqueira Campos, em 15 de novembro de 1988, que solicitou levantamento para definir a localização de uma cidade que lhe possibilitasse ser um polo de irradiação de desenvolvimento econômico e social do Estado. O resultado do estudo determinou uma área localizada entre os municípios de Porto Nacional e Taquaruçu do Porto, a leste do povoado do Canela. A instalação de Palmas só foi possível com a transferência da sede administrativa do município de Taquaruçu para Palmas, tornando o prefeito eleito de Taquaruçu, Fenelon Barbosa, o primeiro prefeito de Palmas. Com esta decisão, Taquaruçu do Porto transformou-se em Distrito de Palmas, assim como Taquaralto e Canela. O nome de Palmas foi escolhido em homenagem à comarca de São João da Palma, sede do primeiro movimento separatista do norte goiano, e também pela grande quantidade de palmeiras na região (IBGE, 2016).

Observa-se que, outrora município emancipado, Taquaruçu cedeu seus direitos políticos administrativos a Palmas, o que repercutiu em profundas transformações na sua paisagem e contexto social. Atualmente, o distrito tem sua economia umbilicalmente ligada ao ecoturismo, contando com uma paisagem natural apropriada para o desenvolvimento de atividades como rapel, trilhas, *mountain biking*, tirolesa, dentre outras atividades do gênero. Milagres, Souza e Souza (2010) informam que as ações de planejamento e implantação da atividade turística em Taquaruçu ocorreram a partir do Diagnóstico Turístico do Distrito, realizado em 2002 pela Prefeitura Municipal de Palmas, através da extinta Agência do Meio-ambiente e Turismo – AMATUR, visando à identificação das vocações e potencialidades econômicas do Distrito e fundamentando um plano estratégico de ações e parcerias para o desenvolvimento de projetos e programas. O diagnóstico alcançado, apesar de relatar a ausência de fluxo turístico em Taquaruçu, resultou na implantação de um programa de incentivo à exploração de atividades de visitação e consumo, haja vista a identificação de um alto potencial de atratividade em decorrência do conjunto paisagístico da região.

10 Fonte: <http://cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=172100&search=||infoqr%E1ficos:-hist%F3rico>, consulta em 12 de nov. 2016.

Ao longo dos anos, o potencial turístico identificado no diagnóstico da AMATUR foi trabalhado por meio de programas, planos e projetos que resultaram na implementação de um polo ecoturístico no distrito. Hoje, Taquaruçu se consolidou como uma região que atrai visitantes interessados em desfrutar da tranquilidade do ambiente serrano ou mesmo desejosos de aproveitar os atrativos naturais que permitem a prática de esportes mais radicais, como é possível observar no resumo de atrativos turísticos divulgado pelo Governo do Estado do Tocantins:

Para muitos moradores de Palmas, Taquaruçu é uma espécie de refúgio, para onde vão em busca de recarregar as energias. Mas o lugar também é perfeito para quem quer adrenalina. São 82 cachoeiras catalogadas, paredões, grutas, córregos e mirantes, num local onde o turista pode praticar atividades como rapel, tirolesa, trilhas - tanto a pé quanto de bicicleta - e se refrescar nas águas. Entre os principais atrativos, estão a Cachoeira da Roncadeira - com 70 metros de altura; a Cachoeira Escorrega Macaco, a Cachoeira do Evilson, Cachoeira do Vale do Vai Quem Quer, Cachoeira de Taquaruçu, Cachoeira do Sambaiba, Cachoeira Raizana, Cachoeira Pequena, Cachoeira Rappel, Cachoeira Caverna, Corredeira Rio São João e o Balneário Natureza (TOCANTINS, 2016).

O potencial turístico de Taquaruçu não se resume aos atrativos naturais, mas também se relaciona ao ambiente bucólico e às manifestações culturais e gastronômicas da região. Vieira (2016) informa que com a instalação de Palmas, em 1989, uma nova safra de moradores chegou a Taquaruçu, os chamados alternativos (ecologistas, artistas, produtores culturais, profissionais liberais e todos outros entusiastas de um maior contato com a natureza), que vêm promovendo o resgate da história e da cultura local, através da música, arte cênica e do artesanato. Outro aspecto a ser considerado diz respeito à produção artesanal, que começou a ganhar força a partir da criação da Associação dos Artesãos de Taquaruçu - ASAT, responsável pela organização da Feira Artesanal da Serra, para comercialização dos produtos e de comidas regionais. A seguir, apresentamos uma amostra visual dos atrativos turísticos da região:

Figura 17: Principais atrativos turísticos do Distrito de Taquaruçu



Cachoeira da
Roncadeira



Cachoeira do Escorrega
Macaco



Cachoeira do Evilson



Carnaval Tradicional
com Bonecos Gigantes



Feirinha de Artesanato
da Serra



Festival Gastronômico



Pedra do Pedro Paulo



Tirolesa Voo do Pontal

Fonte: TOCANTINS, 2016.

O Festival Gastronômico de Taquaruçu se insere no contexto apresentado como uma importante ferramenta para consolidar e impulsionar o potencial turístico do Distrito, gerando emprego e renda, fomentando atividades empreendedoras e abrindo espaço para a livre manifestação cultural.

Karlla e Mota (2015, p. 15), em publicação distribuída pela Agência Municipal de Turismo de Palmas –AGTUR, informam que o Festival de Taquaruçu foi criado em 2005, integrando a programação de férias do mês de julho, promovida pela Prefeitura de Palmas, trazendo a oportunidade de as pessoas degustarem os pratos produzidos especialmente para a ocasião por chefes locais e a baixo custo. A primeira edição durou apenas dois dias, contando somente com cinco participantes, mas representou o início da ação que a consolidaria como um poderoso atrativo turístico para o Distrito. Nos anos seguintes, o festival ganhou força, repetindo-se até 2009 (5ª edição), onde “alcançou maioria e começou a se consolidar como evento tradicional no Estado, passando a se destacar por atrair um público eclético, pelo talento

dos culinharistas presentes, o charme das atividades ao ar livre e é claro pelo uso das iguarias típicas tocantineses” (KARLLA; MOTA, 2015, p. 16).

Em 2012, após dois anos sem o evento, Taquaruçu voltou a receber um grande público na sexta edição do Festival, que, com a participação de aproximadamente 15 mil pessoas, consolidou-se definitivamente no calendário cultural do Estado, promovendo incrementos na economia local e gerando empregos (KARLLA; MOTA, 2015, p. 16). Os anos seguintes foram marcados pela ampliação do evento, que passou a contar com mais dias de realização, melhorias estruturais e atrações musicais de reconhecimento nacional.

Em 2013, a sétima edição do Festival Gastronômico de Taquaruçu foi considerada a ação da Prefeitura mais bem avaliada pela população de Palmas, conforme relatório da pesquisa desenvolvida pela Assessoria Técnica e de Planejamento da Prefeitura Municipal, que avaliou quesitos como limpeza, organização, segurança, decoração, higiene, qualidade dos shows e estrutura, resultando em uma classificação geral do evento em mais de 90% (entre bom e ótimo) e contando com um público aproximado de 40 mil visitantes¹¹.

A oitava edição do Festival, ocorrida em 2014, foi bastante inovadora, trazendo, além dos shows regionais, artistas nacionais de renome como Nando Reis, Kiko Zambianchi, Jorge Vercillo, Paula Toller e Tales Roberto, além de contar com a presença do *chef* de cozinha e apresentador Edu Guedes. Além das atrações musicais, a oitava edição também inovou com a ampliação do circuito do festival, com a instalação de uma agência de receptivo do distrito, com a apresentação de pacotes turísticos, adega de vinhos, frios e massas, assim como, com a disponibilização gratuita de brinquedos para as crianças e desenvolvimento de trabalho de conscientização sobre a não exploração de mão-de-obra infantil. Ademais, a oitava edição foi marcada pela introdução do projeto “cozinha show”, realizado por meio da parceria entre a AGTUR e a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), proporcionando a qualificação da população local através de workshops culinários¹². A média de público estimada para esse período foi de 80 mil pessoas.

Em 2015, o Festival também contou com muitos artistas renomados, tais como Banda RPM, Ana Carolina, Leoni, Roupas Nova e André Valadão, sendo que a principal inovação da 9ª edição ficou por conta da participação popular. Por meio do site da Prefeitura ou de aplicativo para

11 Informação disponível em: <http://www.palmas.to.gov.br/secretaria/agencia-de-turismo/noticia/1496740/agturlanca-8-festival-gastronomico-de-taquarucu/> Acesso: 10 nov. 2016.

12 Informação disponível em: <http://www.palmas.to.gov.br/secretaria/agencia-de-turismo/noticia/1497532/8o-festival-gastronomico-de-taquarucu-traz-shows-nacionais-e-outras-atracoes/> Acesso: 10 nov. 2016.

smartphone os visitantes puderam votar nos seus pratos preferidos. Nessa edição foi registrada a presença de aproximadamente 112 mil pessoas nos cinco dias de festival¹³.

Por fim, em 2016, a 10ª edição do Festival Gastronômico de Taquaruçu trouxe como novidade a inclusão da cota de 35% das barracas para os moradores de Taquaruçu. Também foi aberto espaço para a participação de comerciantes não selecionados para feira, que foram cadastrados pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Emprego (Sedem) e ocuparam local específico destinado à comercialização de alimentos e bebidas. As atrações musicais nacionais em destaque foram a Banda Rosa de Saron, Pregador Luo, Zélia Duncan, Paula Fernandes e a Banda Sambô, alcançando, ao término dos 5 dias, um público aproximado de 105 mil pessoas¹⁴.

O crescimento do Festival Gastronômico de Taquaruçu como instrumento promotor do desenvolvimento da região refletiu no aumento gradativo de investimentos no evento, como é possível observar no demonstrativo de aplicação de recursos disponibilizado pela Agência Municipal de Turismo de Palmas:

13 Informação disponível em: <http://www.clebertoledo.com.br/n72181> Acesso: 10 nov. 2016

14 Informação disponível em: <http://www.palmas.to.gov.br/secretaria/agencia-de-turismo/noticia/1503133/10o-festival-gastronomico-de-taquarucu-termina-com-gosto-de-queiro-mais/> Acesso: 10 nov. 2016.

Tabela 04: Valores referentes aos investimentos do Festival Gastronômico realizados com recursos da AGTUR

Ano	2013	2014	2015	2016
Valor do investimento	R\$ 284.016,40	R\$ 819.128,00	R\$ 869.819,00	R\$ 507.591,00
Destinação	<p>Locação de estruturas metálicas para eventos, contratação de artistas regionais, confecção de aventais, camisetas e toalhas, contratação de seguranças e stafs, contratação de serviços de locução, fornecimento de água e lanches.</p>	<p>Locação de estruturas metálicas para eventos, contratação de artistas regionais e nacionais, contratação de chefs de cozinha de reconhecimento nacional, premiação, confecção de aventais, camisetas e toalhas, contratação de seguranças e stafs, contratação de serviços de locução, fornecimento de água, lanches e hotelaria.</p>	<p>Locação de estruturas metálicas para eventos, contratação de artistas regionais e nacionais, contratação de chefs de cozinha de reconhecimento nacional, premiação, confecção de aventais, camisetas e toalhas, contratação de seguranças e stafs, contratação de serviços de locução, fornecimento de água, lanches e hotelaria.</p>	<p>Contratação de artistas nacionais, premiação, confecção de aventais, camisetas e toalhas, contratação de, contratação de serviços de locução, fornecimento de água, lanches e hotelaria.</p>

Fonte: Agência Municipal de Turismo de Palmas – AGTUR, 2016.

Os valores evidenciados, tomados como fato exemplificativo do crescimento do Festival de Taquaruçu, apesar de não revelarem a totalidade de recursos destinados ao evento, que também contou com investimentos públicos realizados diretamente pelo Município de Palmas ou através de outros entes da Administração Pública Indireta, assim como, com o emprego de recursos oriundos de parceiros da iniciativa privada, demonstram que o poder público tem

visualizado a importância do incentivo à produção cultural como mola propulsora do desenvolvimento, mesmo em épocas de crise.

Observada a evolução histórica do Festival, passemos à análise dos pontos consonantes e dissonantes entre o evento e a perspectiva de desenvolvimento proposta e acionada pela Economia Criativa.

4.3.1 O Festival Gastronômico de Taquaruçu sob a ótica da Economia Criativa

Revisitando o conceito de Economia Criativa, entende-se que esta constitui um conjunto de atividades voltadas para o mercado e baseadas no potencial criativo, no capital cultural dos indivíduos e nos recursos materiais disponíveis, que gera empregos, riquezas e ambientes prósperos para os negócios (HOWKINS, 2013). Nesse sentido, não obstante a inexistência de uma teoria consolidada acerca do tema, observa-se que os princípios da Economia Criativa conduzem ao abandono do paradigma clássico que contempla o desenvolvimento como mero crescimento produtivo, passando-se a uma nova ordem econômica que gera mercados e novas formas de consumo e de relacionamentos, baseando-se nas ideias, no simbólico, no capital intelectual, nos saberes tradicionais, dentre outros ativos intangíveis.

Esse escopo está presente na essência do Festival Gastronômico de Taquaruçu, como se pode observar no discurso do atual Prefeito de Palmas, Sr. Carlos Amastha:

O Festival Gastronômico de Taquaruçu representa muito mais que um simples evento, é um momento de valorização da cultura palmense, um momento de fortalecimento da identidade gastronômica local, e em especial, um incremento ao turismo no nosso distrito de Taquaruçu, que a cada dia desenvolve mais suas potencialidades [...] Mantendo a tradição e os costumes dos palmenses, aliados ao empreendedorismo, o mundo pode ter o prazer de conhecer este belo lugar que é Taquaruçu e pode experimentar nossas maravilhas gastronômicas. Por isso, buscaremos sempre melhorar e investir nesse evento tão importante para nossa Capital (KARLLA; MOTA, 2015, p. 12).

Vê-se, portanto, um retrato do anseio governamental em desenvolver políticas públicas alinhadas à Economia Criativa por meio de uma ferramenta que aproxima o turismo, a livre manifestação cultural e o empreendedorismo. Ashton, Tomazzoni e Emmendoerfer (2014, p.5) informam que políticas que envolvem o turismo de base local e a preservação das identidades culturais são diversas no Brasil, sendo que os casos inovadores, de sucesso, como roteiros e festas temáticas, são referências para novas iniciativas de regionalização e de roteirização do turismo. Nesse sentido, o Governo de Palmas demonstra seu anseio em se valer do turismo

cultural como instrumento promotor de criatividade e catalisador do seu processo de desenvolvimento, em harmonia com o pensamento de Strickland (2011, p. 53):

O turismo é um fator a ser considerado na formação da cidade criativa, porque ele será definido por meio das pessoas, ideias, culturas e experiência, e atribuirá essas características às pessoas ou aos mercados, quando elas se mudarem e fincarem raízes, trazendo consigo seus valores, crenças, ideias e visões de mundo. O turismo é uma manifestação temporária desse fenômeno, de dentro para fora. Por definição, o turismo leva dinheiro e gente para um lugar físico. Não raro, as forças econômicas e governamentais são profundamente afetadas por esse influxo de capital e ideias e devem responder às demandas criadas por um turismo mais ativo e, portanto, às forças de mercado [...]. O turismo, com uma base sustentada, pode e irá acarretar mudanças no governo, nas comunidades, e o alcance da expressão cultural pela pura vontade das forças econômicas e do poder da mídia. O melhor do turismo ainda está por vir, no que diz respeito à ampliação da agenda mundial, e se tornará muito mais proativo no desenho da cultura da cidade do futuro. Ao invés de o turismo ser uma decorrência, ele está se tornando rapidamente uma força deliberada e consciente de esperança e desejo de vários grupos que representam a melhor esperança de uma cidade do futuro, moderna e diversa (STRICKLAND, 2011, p. 53).

A configuração do Festival Gastronômico de Taquaruçu como política de desenvolvimento alicerçada na interpermeabilidade entre cultura, turismo e criatividade fica evidente no Edital nº 001/2016 – AGTUR¹⁵, que traz as regras para participação na 10ª edição do evento, estabelecendo como tema principal a “valorização dos ingredientes culinários regionais e a criatividade na elaboração dos pratos, os quais obrigatoriamente devem ser típicos da culinária regional”, e informando como objetivo do festival o fortalecimento da identidade gastronômica local e a atração de fluxo turístico para a capital.

Levando em consideração os princípios norteadores da Economia Criativa eleitos pela SEC/MinC (BRASIL, 2011, p. 33), quais sejam, a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inclusão social e a inovação, fica evidente no tema e objetivo constantes no regulamento do Festival a adoção da Economia Criativa como norte do desenvolvimento perseguido pelo evento.

No que tange à utilização da diversidade cultural como recurso promotor do desenvolvimento, nota-se a preocupação da Administração Municipal em preservar as características marcantes da identidade gastronômica do distrito ao estabelecer como condição para participação no festival a utilização de ingredientes típicos da região. Busca-se o incentivo

15 Documento disponível em:< http://www.palmas.to.gov.br/media/doc/3_3_2016_15_32_17.pdf>

a atividades comerciais vinculadas à cultura, contudo, sem descaracterizar a culinária local. Tal posicionamento se harmoniza com a visão presente no Plano da Secretaria de Economia Criativa (Brasil, 2011, p. 19):

[...] a diversidade cultural não deve mais ser compreendida somente como um bem a ser valorizado, mas como um ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento. De um lado, deve ser percebido como recurso social, produtor de solidariedades entre indivíduos, comunidades, povos e países; de outro, como um ativo econômico, capaz de construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho, finalmente, para novas formas de produção de riqueza. Assim, seja na produção de vivências ou de sobrevivências, a diversidade cultural vem se tornando o "cimento" que criará e consolidará, ao longo desse século, uma nova economia (Brasil, 2011, p. 19).

Além de vincular a utilização de ingredientes típicos da região para os participantes do concurso, a décima edição do Festival inovou ao estabelecer cotas de incentivo à gastronomia de Taquaruçu, destinando 35% das 70 barracas do evento para os moradores do Distrito, fato que demonstra claramente os anseios governamentais de promover o desenvolvimento local preocupando-se, ao mesmo tempo, com a preservação da identidade cultural da região.

Outro princípio da Economia Criativa presente no Festival diz respeito à sua preocupação com a sustentabilidade. Ao longo das edições percebeu-se a existência de práticas voltadas para a preservação ambiental e utilização racional dos recursos necessários ao desenvolvimento do evento. Uma atividade que ganhou destaque na décima edição (2016) diz respeito ao programa desenvolvido por meio de convênio firmado entre AGETUR e a Fundação Municipal do Meio Ambiente, onde se oportunizou à população a realização de troca de óleo de fritura saturado por mudas de árvores. Apesar dos avanços, uma breve incursão no evento permite identificar que o Festival de Taquaruçu ainda carece de maior planejamento no que diz respeito à sustentabilidade, sendo que nesse ponto é emblemática a ausência de coleta seletiva de resíduos, como se pode constatar no registro fotográfico:

Imagem 01: Estrutura de coleta de lixo: 10º Festival Gastronômico de Taquaruçu - 2016



Fonte: Acervo particular do autor (2016).

Em relação à promoção da inclusão social e do desenvolvimento da economia local, é inegável que o Festival Gastronômico contribui de forma significativa para a geração de emprego e renda em Taquaruçu, seja pela exposição do potencial turístico e criativo do distrito, servindo de vitrine para os atrativos naturais, seja pelo aquecimento sazonal do comércio e dos empreendimentos de hotelaria e culinária da região, ensejando o contato dos visitantes do evento com as comidas típicas e com os demais atrativos do distrito serrano, tais como os balneários, hotéis-fazenda, trilhas, restaurantes e feiras de artesanato.

No que concerne à geração de empregos, os promotores do evento informam que há uma média de contratação de quatro funcionários para cada barraca instalada, além do estímulo ao desenvolvimento do comércio informal no entorno do paço onde são comercializados os pratos concorrentes e onde acontecem as apresentações culturais. A Administração Municipal separou um espaço próprio onde aqueles que não logram êxito na seleção para participação no Festival podem comercializar alimentos e bebidas, denominado “Vila dos Sabores”. Além desse espaço, ao longo da rua que dá acesso à praça onde ocorre o Festival também se desenvolveu um comércio informal de alimentos e artesanato, como se observa no seguinte registro:

Imagem 02: Atividades comerciais no entorno do 10º Festival Gastronômico de Taquaruçu - 2016



Fonte: Acervo particular do autor (2016)

Apesar da iniciativa do Governo Municipal em criar um espaço para incentivo ao comércio informal, observou-se que a estrutura disponibilizada para a “Vila dos Sabores” não contemplou de maneira satisfatória as necessidades dos comerciantes. O abastecimento de água no local era precário, assim como, não foram disponibilizados banheiros químicos para utilização dos comerciantes.

Outra atividade informal impulsionada pelo Festival Gastronômico de Taquaruçu é a utilização de residências como estacionamentos rotativos para atender aos visitantes. Apesar de serem estruturados de forma amadora, sem qualquer capacitação prévia dos prestadores e sem regulamentação das tarifas e serviços por parte do poder público, os estacionamentos informais são bastante procurados e geram um mercado rentável para a população local. Os valores cobrados pelos moradores no 10º Festival variaram de R\$ 10,00 a R\$ 25,00 por noite, sendo possível encontrar estabelecimentos espalhados por todo o distrito.

Imagem 03: Estacionamentos rotativos no entorno do Distrito – 10º Festival Gastronômico de Taquaruçu - 2016



Fonte: Acervo particular do autor (2016)

Neste ponto, identifica-se uma falha do poder público em relação ao acompanhamento dos desdobramentos do Festival Gastronômico. Os estacionamentos funcionam sem qualquer regulamentação de preços e atividades, identificando-se, inclusive, a utilização de vias públicas como estacionamentos privados. Apesar de estar presente por meio da Agência Municipal de Transportes, a Administração pública não desenvolveu qualquer atividade de organização e controle dos serviços prestados nos estacionamentos.

O Festival também promove o aquecimento do mercado imobiliário e hoteleiro da região. Antes mesmo da realização do evento, muitos proprietários de imóveis no distrito disponibilizam suas residências para aluguel por temporada, assim como, os hotéis da região ficam praticamente lotados devido à demanda de vagas para atender tanto aos envolvidos na estruturação das atividades do evento quanto aos turistas.

Arrematando as considerações acerca dos princípios da Economia Criativa presentes no Festival Gastronômico de Taquaruçu, trata-se do incentivo à inovação e à criatividade presentes no evento. Inicialmente, por se tratar de um concurso cujos critérios de seleção envolvem a

originalidade das receitas e a criatividade dos pratos¹⁶, já se percebe a promoção do desenvolvimento de novos produtos e técnicas a serem apropriados pelo comércio gastronômico local. Ademais, a participação no evento é condicionada à frequência a cursos de aprimoramento culinário, higiene pessoal, manipulação de alimentos e empreendedorismo oferecidos pelo SENAC e SEBRAE, o que demonstra a preocupação dos organizadores com o desenvolvimento técnico-profissional dos participantes. Outra medida que contribui para o desenvolvimento dos talentos da população local e que vem sendo implementada desde a oitava edição do Festival é o projeto “Cozinha Show”, realizado por meio de parceria firmada entre a AGTUR e a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) e que disponibiliza a todos os visitantes do evento a participação em workshops culinários.

Assim, diante de todos os pontos analisados ao longo deste capítulo e considerando os princípios da Economia Criativa adotados pela SEC-Minc, resta evidenciado que o Festival Gastronômico de Taquaruçu, apesar de carecer de melhorias quanto à participação popular na formulação de suas estratégias e políticas, é um exemplo emblemático de promoção do desenvolvimento regional pela exploração de ativos intangíveis, que respeita a diversidade cultural, promove a sustentabilidade e incentiva o crescimento econômico e a criatividade.

¹⁶ Informação presente no Edital nº 001/2016 - AGTUR

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa refletiu sobre a relação existente entre a variável cultural e o processo de desenvolvimento em Palmas-TO, buscando identificar os principais aspectos teóricos presentes na referida relação e verificando como a atual estrutura de órgãos, leis e políticas culturais do Município foi impactada pela adoção de valores e estratégias vinculados à Economia Criativa.

Cultura e desenvolvimento conviveram de maneira bastante controversa ao longo da história. Inicialmente, sob a égide de uma teoria do desenvolvimento focada em aspectos puramente econômicos, identificou-se um antagonismo entre os valores culturais do subdesenvolvimento e o crescimento econômico necessário para que uma nação viesse a se inserir no “Primeiro Mundo”. No entanto, as mudanças operadas na concepção de desenvolvimento, que passou a ser interpretado como o empoderamento dos indivíduos e a ampliação de suas liberdades substantivas, harmonizou o atrito identificado a princípio.

Ante essa nova abordagem, emergiu o conceito de Economia Criativa, que ganhou notoriedade por meio de intervenções reformistas ocorridas na Inglaterra, no final da década de 90, quando o governo daquele país identificou os âmbitos de maior potencial criativo e, em meio a uma situação econômica global problemática, estabeleceu políticas públicas para fomentá-los. As estatísticas acerca do impacto do setor criativo na economia mundial fez com que o modelo inglês fosse replicado para inúmeros países, alcançando inclusive o Sistema ONU, que, por meio da UNESCO, desenvolveu a Rede de Cidades Criativas, objetivando a abertura de espaços de desenvolvimento local com base no potencial criativo das cidades.

No Brasil, a influência da Economia Criativa como instrumento ligado à promoção do desenvolvimento ganhou evidência a partir da apropriação dos seus princípios pelo Plano da Secretaria da Economia Criativa, que oficializou o entendimento da diversidade cultural como um ativo indispensável para a promoção da melhoria das condições de vida da população. Nesse contexto, diante de uma ampla tipificação doutrinária, a Secretaria da Economia Criativa reconheceu a essencialidade da categorização dos setores criativos para a implementação de políticas públicas aptas a promover o desenvolvimento e estabeleceu como princípios norteadores da Economia Criativa a diversidade cultural, a inovação, a sustentabilidade e a inclusão social.

Nesse ponto, o presente estudo não apenas verificou a adoção dos princípios da Economia Criativa pelo Governo Brasileiro, como também identificou a existência de vetores e eixos de atuação que direcionam as políticas culturais no país, desde o nível nacional até a esfera local. Em relação a Palmas-TO, os dados estatísticos observados nessa investigação científica demonstram que a capital tocantinense constitui um cenário propício para o desenvolvimento da indústria criativa e, mais especificamente, em relação à variável cultural, não apenas apresenta um modelo de gestão avançado em relação aos demais municípios do Norte do Brasil, como também se destaca em relação ao desenvolvimento humano.

A análise dos dados constantes na Pesquisa de Informações Básicas Municipais – MUNIC/IBGE revela que Palmas-TO tem sua gestão cultural capitaneada por entidade integrante da Administração Pública Indireta, a Fundação Cultural de Palmas, fato que revela uma estratégia administrativa que proporciona autonomia financeira e administrativa ao órgão gestor, possibilitando sua maior aproximação da sociedade civil e ensejando a modernização de seus procedimentos e técnicas. Ademais, Palmas se destaca por integrar o pequeno universo nacional de 326 municípios (5,9%) que possuem um plano municipal de cultura, estruturado por meio da Lei 1.933, de 13 de dezembro de 2012.

Em relação aos princípios contidos no Plano Municipal de Cultura de Palmas (PMCP), a análise realizada revelou forte influência dos pressupostos adotados pelo Plano Nacional e defendidos pela Secretaria da Economia Criativa, constatando a existência de diretrizes como a democratização e a descentralização das ações culturais, a promoção da diversidade de fontes de financiamento, a transversalidade com outras áreas (educação, turismo, juventude, planejamento urbano, meio ambiente, entre outras), além da incorporação formal de diretrizes da Economia Criativa, tais como a inovação, a sustentabilidade e a inclusão social.

O presente estudo também revelou que os esforços para a construção de uma gestão cultural eficiente e moderna em Palmas-TO refletiram em posições de destaque no que diz respeito a indicadores como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e o Indicador de Desenvolvimento da Economia da Cultura (IDECULT). A análise dos referidos índices revelou que a capital do Tocantins pertence ao grupo dos municípios brasileiros com IDECULT ótimo (0,723), além de apresentar o maior índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) da Região Norte (0,788), ocupando a oitava posição no ranking das capitais mais desenvolvidas do país. Outro índice também observado na pesquisa foi o Indicador de Potencial Criativo, que, levando em consideração variáveis como capital humano, ambiente urbano, capital social e estrutura econômico-produtiva, revelou um escalonamento criativo em que Palmas ocupa a oitava posição nacional e a primeira do Norte e Nordeste, confirmando os pressupostos de

existência de uma forte ligação entre o potencial criativo dos municípios e o nível de desenvolvimento humano de sua população.

Em sua parte final, a pesquisa permitiu ainda a análise da materialização dos princípios presentes no Plano Municipal de Cultura de Palmas por meio da observação de uma política pública específica: o Festival Gastronômico de Taquaruçu.

A averiguação histórica do Festival Gastronômico revelou o aumento gradual de sua importância para a promoção do desenvolvimento do Distrito de Taquaruçu, fato evidenciado pelo explosivo aumento do público visitante, que na última edição (2016) totalizou 112 mil pessoas, contribuindo para consolidar e impulsionar o potencial turístico do Distrito, gerando emprego e renda, fomentando atividades empreendedoras e abrindo espaço para a livre manifestação cultural.

Analisou-se a estrutura do Festival: as atividades desenvolvidas, parcerias, editais, investimentos e impacto social, o que resultou na constatação da presença dos princípios norteadores da Economia Criativa como meios de condução da estratégia de desenvolvimento proposta pelo evento. A preocupação em restringir o concurso culinário a receitas que utilizam ingredientes típicos da região, o desenvolvimento de campanhas de conscientização ambiental, a destinação de um espaço específico para desenvolvimento do comércio informal, a promoção de cursos de capacitação e de workshops culinários, a divulgação dos atrativos turísticos da região, dentre outros pontos salientados na pesquisa, revelam claramente um evento cultural que propõe impactos positivos no desenvolvimento local através da defesa da diversidade cultural, da sustentabilidade, da inovação e da inclusão social.

Assim, diante de todo o exposto, é possível concluir que a promoção da melhoria das condições de vida dos indivíduos por meio da utilização de ativos intangíveis, com destaque para a variável cultural, é uma estratégia de desenvolvimento que transcende o campo teórico e que tem sua efetividade comprovada por meio da análise de indicadores de bem estar social como o IDECULT, o IDH e o Indicador de Potencial Criativo. Focalizando a análise na cidade de Palmas-TO, tanto o aporte teórico que embasou a pesquisa quanto as percepções empíricas obtidas por meio de observações *in loco*, comprovaram que o potencial criativo presente na realidade multicultural da capital do Tocantins é aproveitado na geração de um crescimento socioeconômico sustentável e na melhoria da qualidade de vida da comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHTON, Mary Sandra Guerra; TOMAZZONI, Edegar Luis; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. Turismo em cidades criativas e validação de novos destinos turísticos competitivos. In: **XI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo**, 11. 2014, Fortaleza: Universidade do Estado do Ceará, 2014, p. 1-19.

BARBALHO, Alexandre. **Política Cultural**. Salvador: Secretaria de Cultura da Bahia, 2013.

BAYARDO, Rubens. Cultura y desarrollo: Nuevos rumbos y más de lo mismo? In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org). **Teorias e Políticas da Cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

BORJA, Bruno. Cultura e desenvolvimento no pensamento de Celso Furtado. In: **V ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador: UFBA, 2009.

BRASIL. **Decreto 7.743, de 31 de maio de 2012**.

BRASIL, **Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações**, 2011-2014. 1ª ed. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. 148p.

_____. **Lei n. 12.343, de 02 de Dezembro de 2010**. Institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC e dá outras providências. Disponível em <www.cultura.gov.br>.

BURITY, Joanildo. Cultura e Desenvolvimento. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org). **Teorias e Políticas da Cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

CANEDO, Daniele. Secretaria da Cultura ou Fundação Cultural? In: **III ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador: UFBA, 2007.

CANEDO, Daniele Pereira. **Cultura, democracia e participação social: um estudo da II Conferência Estadual de Cultura da Bahia**. 2008. Dissertação (Mestrado) – Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/10590/1/disertacao%20Daniele%20Canedo.pdf>.
Acesso em out. 2016.

CAVALCANTI, Glauce. Economia criativa avança mesmo durante a recessão. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 03 de janeiro 2016.

CHAUÍ, Marilena. Cultura política e política cultural. **Estudos Avançados**, v. 9, n. 23, p.71-84, 1995.

CARVALHO, Caio Luiz de. Cidades criativas e a transformação. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

COSTA, Frederico Lustosa da. Cultura e desenvolvimento: Reflexões em torno do conceito de bacia cultural. **Economia Global e Gestão**. Lisboa, v. 16 n. 1, p. 105-127, 2011.

DALLA COSTA, Armando; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, Curitiba, vol. 25, p. 1 – 8, abril/jun. 2011.

DEHEINZELIN, Lala. Economia criativa, sustentabilidade e desenvolvimento local. **Caderno de Economia Criativa: Economia criativa e desenvolvimento local**. Secretaria de Cultura do Estado do Espírito Santo, 2015.

EAGLETON, T. **A idéia de cultura**. São Paulo: Editora UNESP, 2005 .

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2014.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa: e seu papel na transformação do trabalho, lazer, comunidade e cotidiano**. Tradução de Ana Luiza Lopes. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

FREY, João Guilherme. Municípios usam criatividade para estimular a economia. **Jornal Gazeta do Povo**, Curitiba, 25 de abril de 2016.

FURTADO, Celso. **Introdução ao Desenvolvimento: enfoque histórico-estrutural**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

GOVERNO DO ESTADO DO TOCANTINS. Site oficial. Disponível em: <http://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/serras-e-lago-/principais-atrativos/taquarucu/> Acesso em 10 nov. 2016.

HOWKINS, Jhon. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books, 2013.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros: cultura/2014**. Coordenação de população e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades: Tocantins- Palmas – histórico do município. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=172100&search=tocantins|palmas|infograficos:-historico>> . Acesso em: 10 de novembro de 2016.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Indicador de desenvolvimento da Economia da Cultura (IDECULT)**. IPEA. Brasília, 2010

KARLLA, Lorena; MOTA, Malena (orgs.). **Festival Gastronômico de Taquaruçu**. Palmas: Agência Municipal de Turismo, 2015.

KNOPP, Glauco da Costa; DARBILLY, Leonardo Vasconcelos Cavalier. Reflexões sobre políticas culturais para o desenvolvimento local. In: **XXXI Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, 2007.

LISOWSKI, Telma Rocha. As políticas públicas de acesso e difusão da cultura no Brasil e o caso do Programa Nacional de Apoio à Cultura. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 5, nº 1, 2015 p. 156-169.

MACHADO, Rosi Marques. Da indústria cultural à economia criativa. **ALCEU**. Vol. 9, n. 18, p.83 a 95, jan./jun. 2009.

MACHADO NETO, Manoel Marcondes; FERREIRA, Lusia Angelete. Antes da Economia criativa vem a economia da cultura: A arte brasileira de colocar o carro à frente dos bois. **Pragmatizes – Revista Latino Americana de Estudos em Cultura**. Ano 4, n. 6, p. 156-183, março 2014

MARAÑÑA, Maider. **Cultura y Desarrollo: Evolución y perspectivas**. UNESCO Extea – Centro UNESCO del País Vasco, Cuadernos de Trabajo nº 1, 2010.

MARCHI, Leonardo de. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e Cultura no Brasil. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol.37, n. 1, junho 2014.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org). **Teorias e Políticas da Cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

MILAGRES, Vanessa Rios; SOUZA, Eliane Marques; SOUZA, Lucas Barbosa. Percepção ambiental no Distrito de Taquaruçu, Município de Palmas (TO): a relação dos moradores com as transformações da paisagem ao longo da história local. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio

de Janeiro, v. 10, Nº 1, jan./abr. 2010. Disponível em:<<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php?journal=caderno&page=article&op=view&path%5B%5D=373&path%5B%5D=232>>. Acesso em: 11 out. 2016.

MILANI, Carlos. Teorias do capital social e desenvolvimento local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). In: **IV Conferência Regional ISTR-LAC**, 10., 2003, San José, 2003, p.1-30.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. São Paulo/Rio de Janeiro: HUCITEC-ABRASCO, 1994.

MORAIS, Rodrigo Marques de. Do planejamento estratégico à gestão estratégica. **Cadernos de Administração**. Belo Horizonte, v.1, n.1, nov. 1992.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Gilson Batista de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. **Rev. FAE**, Curitiba, v. 5. n. 2, p. 37-48, maio/ago. 2002.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013.

PALMAS-TO. **Lei n. 1.933, de 13 de dezembro de 2012**. Plano Municipal de Cultura de Palmas – PMCP.

PIMENTEL, Alessandra. O método da análise documental: seu uso numa pesquisa historiográfica. **Cadernos de Pesquisa**. n. 114, p. 179-195, nov. 2001. Disponível em<<http://www.scielo.br/pdf/cp/n114/a08n114.pdf>> Acesso em 23 fev. 2016.

PROCOPIUK, Mário; FREDER, Schirlei Mari. Políticas públicas de fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**. Curitiba, v. 2, n. 2, p. 15-29, jul./dez. 2013.

REIS, Ana Carla Fonseca. Introdução. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca; URANI, André. Cidades criativas – perspectivas brasileiras. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Evolução Histórica: Da indústria criativa à economia criativa, pequeno panorama global. Caderno de Economia Criativa: Economia criativa e desenvolvimento local*. Secretaria de Cultura do Estado do Espírito Santo, 2015.

SERRA, Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. *RAI – Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 355 – 372, out./dez. 2014.

SENADO FEDERAL. **Com receita anual de R\$ 110 bi, economia criativa demanda maior atenção oficial**. Disponível em:

<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2015/08/05/com-receita-anual-de-R-110-bi-economia-criativa-demanda-maior-atencao-oficial>. Acessado em 25 de setembro de 2016.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia de Letras, 2000.

SILVA, Francisco Raniere Moreira da. As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira. *Revista NAU Social*, v. 3, n. 4, p. 111-121, maio/out2012.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da. Desenvolvimento e cultura – linhas gerais para um mapeamento conceitual e empírico. *Revista Latitude*, vol. 6, n°2, pp.85-118, 2012.

SODRÉ, Muniz. **A verdade seduzida: por um conceito de cultura no Brasil**. 2.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

STRICKLAND, Bill. Cidade Criativa. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

THROSBY, David. **Economia y cultura**. Madrid: Cambridge University Press, 2001

TOCANTINS. Portal de Turismo do Estado do Tocantins - Taquaruçu. Disponível em: <<http://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/serras-e-lago-/principais-atrativos/taquarucu/>>. Acesso em: 10 de nov. 2016

UNESCO. **Creative economy**: report 2010. Nova York: United Nation, 2010.

VIEIRA, Carolina Bilha. **Economia criativa: índice potencial criativo das capitais brasileiras**. Monografia (Bacharelado em Economia) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2013.

VIEIRA, Wagner. Taquaruçu: o recanto ecológico de Palmas. *Revista Turismo*. Disponível em:< <http://www.revistaturismo.com.br/ECoturismo/taquarussu.html>> . Acesso em:11 out. 2016.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: Usos da cultura na era global**. 2 ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.