Economia Criativa

Lídia Goldenstein*

Maio 2010

Resumo: O objetivo deste artigo é o de chamar atenção para o setor denominado Economia Criativa e sua importância para o desenvolvimento de uma estratégia que permita o Brasil finalmente conseguir uma inserção internacional competitiva e um crescimento sustentável, tanto do ponto de vista econômico como ambiental, e com mais equidade social.

Entre as várias propostas apresentadas, destacam-se o mapeamento do setor, para se ter a noção do seu tamanho e potencial no país, e a criação de um fórum interministerial que conduza a formatação das políticas para o setor uma vez que seu desenvolvimento depende de articulações que perpassem todo o governo na construção de uma estratégia de longo prazo para o país.

1. Introdução: o retorno a um crescimento sustentável e novos desafios

Depois de quase vinte anos de sucessivas crises, com baixas taxas de crescimento, elevada inflação e recorrentes problemas no balanço de pagamentos, o Brasil vive atualmente um cenário macroeconômico bastante positivo. Como resultado de mais de duas décadas de ajustes difíceis, e beneficiada pelo crescimento da economia mundial, finalmente a economia voltou a crescer.

A redução da vulnerabilidade externa - graças às elevadas exportações de *commodities* como da percepção generalizada de que o Brasil continuará a ser um dos países mais atrativos para os investimentos externos -, garantiu a acumulação de reservas e permitiu que o país passasse pela ultima crise internacional sem os traumas que sempre nos abateram nas crises anteriores.

---

* Formada em Economia pela USP e doutora na mesma área pela UNICAMP. Foi analista da Fundação SEADE, pesquisadora do CEBRAP e comentarista de vários programas de televisão. Exerceu o cargo de assessora da Secretaria de Economia e Planejamento do Estado do Rio de Janeiro, da Secretaria de Planejamento do Estado de São Paulo e da presidência do BNDES. Foi docente de diversas instituições entre as quais a UNICAMP, a Fundação Armando Álvares Penteado e o Instituto Rio Branco Entre outras publicações e estudos, é autora do livro "Repensando a Dependência" (1994). É sócia da LGoldenstein Consultoria. A autora agradece as críticas e sugestões de Stela Goldenstein.

Internamente, a inflação não só foi controlada, como permanece em um nível baixo, permitindo a redução da taxa de juros a qual, apesar de ainda elevada e uma das mais altas do mundo, já caiu significativamente, situando-se no menor nível desde os anos 80, mesmo após a recente elevação implementada pelo Banco Central.

O controle da inflação e a queda dos juros vêm permitindo uma elevação importante do crédito na economia a qual, somada à elevação da renda proveniente do programa Bolsa Família, da elevação do salário mínimo como tal e como benefício previdenciário e assistencial e, mais recentemente, do aumento do emprego, geraram um circulo virtuoso, de aumento de renda, emprego e consumo.

Tudo junto vêm finalmente permitindo não só a elevação das taxas de crescimento como também das taxas de investimento do país. Temos, assim, uma oportunidade única para pensarmos o futuro do país sem o peso das sucessivas crises, internas e externas, que nos abateram por longos anos. É o momento, quando os mais variados indicadores macroeconômicos mostram-se bons, ou no mínimo razoáveis, de fortalecer as bases para que a economia brasileira consolide a atual fase de crescimento e finalmente entre em uma trajetória de crescimento sustentável.

Entretanto, apesar do inequívoco bom momento pelo qual a economia brasileira vem passando, no qual crescer a taxas elevadas por um ou dois anos está se revelando muito possível, não se pode contar para sempre com um cenário tão positivo. Não só ciclos e crises sempre existiram e continuarão a existir, como podem ser de tal magnitude que comprometam a sustentabilidade do crescimento.

A capacidade de o país passar por novas eventuais crises sem desarranjos mais profundos na economia, e de manter uma trajetória de crescimento de longo prazo, depende do enfrentamento de certas questões que ainda estão sendo perigosamente postergadas, levando ao acúmulo de problemas que cedo ou tarde ameaçarão o desempenho da economia.

Alguns dos problemas já são muito conhecidos e discutidos pela imprensa e diferentes analistas econômicos, quando não já sentidos pelos empresários e pelo público em geral. O baixo nível de investimentos[1], em especial em infra-estrutura, é um deles, e vem afetando significativamente a competitividade da economia brasileira. O volume e perfil dos gastos públicos é outro, afetando a capacidade de gasto público, sua

[1] Apesar da taxa de crescimento dos investimentos prevista para 2010 ser de 18,5% do PIB, mostrando um retorno dos investimentos se comparada com os 17,4% de 2009, ainda estamos longe dos 25% considerados necessários para sustentar uma taxa de crescimento de 5% ao ano do PIB sem pressão inflacionária.

qualidade e seu custo de financiamento. Os impactos negativos da péssima estrutura educacional do país no mercado de trabalho e no custo das empresas são mais um dos problemas entre os que urgem serem enfrentados.

A consciência da necessidade de se enfrentar estas questões - caso contrário se tornarão um obstáculo à continuidade do bom desempenho da economia -, tem sido crescente. Para algumas delas já estão mapeados os investimentos e ações prioritários, tanto públicos como privados. Infelizmente, existem ainda outras questões que estão longe de serem debatidas, quanto mais enfrentadas.

Apesar da nítida redução da vulnerabilidade externa brasileira, não se pode esquecer que ela é fruto de um lado da imensa liquidez no mercado financeiro internacional e, de outro, da elevação dos preços das commodities em decorrência da demanda chinesa. A reversão deste cenário poderá não trazer o nível de *stress* com o qual convivemos por tanto tempo, mas, sem a menor duvida, imporá limites às nossas taxas de crescimento.

Por mais sofisticado tecnologicamente que seja o agronegócio brasileiro e por maior que seja o volume de nossas exportações de commodities, é perigoso que se escore o crescimento nacional apenas nestes setores. Não só devido às suas suscetibilidades aos preços internacionais, cujas oscilações estão atreladas a fatores os quais não controlamos, mas também ao fato de estes serem setores com uma capacidade de geração de empregos insuficiente para as necessidades demográficas e sociais do Brasil.

O Brasil, dadas as características de sua população - tamanho, escolaridade e estrutura etária -, e sua imensa desigualdade na distribuição de renda, não pode dar-se ao luxo de prescindir de um setor manufatureiro, tanto por sua capacidade de gerar empregos, muito superior ao setor agrícola e aos setores produtores de *commodities* em geral, como por sua capacidade de amortecer os ciclos decorrentes das vicissitudes do comércio internacional.

No mundo atual, no qual a intensificação do processo de globalização graças às novas tecnologias continua provocando impactos profundos na distribuição geográfica mundial da produção, a China, juntamente com outros pequenos países da Ásia, vêm se transformando no grande supridor internacional de manufaturados, ameaçando não só as estruturas produtivas dos países emergentes, como a de tradicionais produtores.

A forma como os diferentes países vêem enfrentando esse novo cenário internacional não é única. Muitos, principalmente os chamados emergentes, quer por

dificuldades na sua estrutura produtiva, quer por dificuldades políticas, muitas vezes por ambas, tem conseguido, a duras penas, agir apenas defensivamente.

A indústria brasileira tem conseguido sobreviver, mas sempre sob uma perspectiva defensiva, driblando as sucessivas crises. No momento, graças ao crescimento do mercado interno de baixa renda, a indústria tem crescido, mas nem sempre se modernizando.

A atual retomada do crescimento da economia brasileira vem sendo claramente liderada por alguns setores altamente beneficiados pelas elevadas taxas de crescimento internacional - em especial pelo fenômeno chinês, que provocou um claro deslocamento da demanda nos setores de mineração, papel e celulose, siderúrgico e agronegócios em geral -, e pelo consumo interno das famílias brasileiras, em especial as de baixa renda, cujo acesso às transferências do governo e ao crédito farto e de prazos longos para os padrões brasileiros, vem liberando uma demanda historicamente reprimida.

No caso dos setores de mineração, papel e celulose, siderúrgico e agronegócios em geral, a retomada dos investimentos vêm ocorrendo de forma significativa. São setores altamente competitivos, nos quais o Brasil se destaca com vantagens comparativas óbvias, e nos quais, com exceção do siderúrgico, no qual a China investiu pesadamente nos últimos anos, dificilmente teremos competidores que representem ameaça séria. Entretanto, esses setores ou são pouco intensivos em mão de obra, ou insuficientes para gerar os empregos que o país precisa dadas as características sócio-econômicas de sua população.

No que se refere aos demais setores industriais, salvo exceções, como o principal foco das empresas tem sido o segmento do mercado interno que está aquecido, o de baixa renda, as empresas não só estão deixando de exportar, como se adaptando à baixa exigência desse mercado em termos de produtos e de tecnologia embarcada.

No médio e no longo prazo isso significa que, independentemente do câmbio, dos gargalos de infra-estrutura e da elevada carga tributaria atual, o Brasil não está se preparando para enfrentar as mudanças que vêm ocorrendo no cenário internacional. Ao contrário, ao voltar-se novamente para o mercado interno, perde-se espaço nos mercados externos e também, com isso, um determinado tipo de empreendedorismo fundamental para as empresas sobreviverem no mundo atual.

Por terem que competir no mercado internacional e terem mais contato com compradores e concorrentes mais sofisticados, as empresas exportadoras tendem a ser mais produtivas, pagar melhores salários, e a investir mais em inovação de produtos e

processos, tecnologia, padrões de qualidade, design e marcas do que as empresas exclusivamente voltadas para o mercado interno ou para países menos desenvolvidos, com mercados menos complexos[2].

Nesse contexto, a questão mais premente e simultaneamente mais difícil que se coloca hoje para o Brasil é como construir um caminho que resulte na sustentabilidade do crescimento. Como aproveitar o atual "bom momento" e não só consolidá-lo, mas ampliá-lo, ousando, rasgando fronteiras, colocando o Brasil no mapa do mundo de forma diferenciada, garantindo uma inserção internacional privilegiada num mundo cada vez mais competitivo e complexo?

Para competir com a China, com suas escalas de produção e mão de obra barata, é preciso muito mais. Para enfrentar este desafio precisamos de empresas com uma mentalidade inovadora, capazes de construir marcas fortes, produtos com design, desenvolver tecnologia e inovar, gerando maior valor agregado para seus produtos.

Em particular, é preciso introjetar na estrutura produtiva das empresas a capacidade de inovar. Mas se esta mentalidade não floresce espontaneamente, como fazê-lo?

2. A competitividade no mundo atual

As transformações são profundas nas tecnologias e, conseqüentemente, na velocidade e intensidade do processo de globalização, abrindo mercados maiores e mais diversificados e facilitando a troca de idéias e tecnologias entre os países. Novas gerações de tecnologias permitiram a queda de preços no lado da oferta, enquanto consumidores mais ricos, diversificados e sofisticados sustentaram a demanda por bens e serviços de maior valor agregado. Uma mão de obra mais qualificada e educada passa a ser requisitada.

Neste processo, a manufatura "tradicional" também sofreu grandes transformações, as quais, entretanto, ficam menos visíveis dada a grande visibilidade das indústrias de alta tecnologia. Na verdade, as velhas divisões entre manufatura e serviços, ou entre alta ou baixa tecnologia, estão se tornando obsoletas. Mesmo indústrias consideradas de baixa intensidade tecnológica (*low tech*) foram altamente afetadas pela mudança para a chamada "economia do conhecimento".

---

[2] Ver Scheinkman, José Alexandre. "Aprendendo com a exportação" in Jornal Folha de São Paulo, Janeiro 2008.

Trata-se de um novo paradigma produtivo que vem impondo novas formas de competição e uma nova divisão internacional da produção, exigindo, tanto das economias desenvolvidas como das em desenvolvimento, respostas muito diferentes das dadas no início dos processos de industrialização. A competitividade e desempenho das empresas e organizações são crescentemente determinados pelo seu investimento em ativos baseados no conhecimento, ou intangíveis, definidos como recursos humanos, competências organizacionais (tecnológicas, processos, cultura), software especiais, rede de consumidores, rede de fornecedores, pesquisa e desenvolvimento (P&D), design, e marcas (*brand equity*) e não tanto em ativos físicos, como maquinas, construções e veículos.

Em uma economia baseada no conhecimento o papel da inovação não tecnológica é também importante, especialmente nas indústrias que não são tipicamente investidoras em P&D, mas que investem em outros intangíveis. Gastos em ativos de conhecimentos não científicos passaram a ser tão críticos quanto gastos em P&D.

Na verdade, as "fronteiras convencionais entre serviços e manufatura estão esfumaçando e deixando de ser relevantes à medida que as manufaturas estão incorporando serviços de alto valor agregado nos processos produtivos: manufatura e serviços estão ficando integrados em um processo produtivo comum." [3]

É muito mais do que uma transição de manufatura para serviços. Os investimentos das manufaturas em ativos físicos (plantas e maquinas) estão caindo como proporção do PIB e os investimentos em serviços e intangíveis crescendo. Tanto nos EUA como no Reino Unido (RU) os investimentos em ativos intangíveis tornaram-se iguais ou maiores que os investimentos em ativos físicos[4].

Em 2004, no RU, as manufaturas investiram £32 bilhões em intangíveis: duas vezes mais do que o investimento em ativos físicos. Em 1970, a proporção dos investimentos das empresas em intangíveis era de 40% dos tangíveis e em 2004 passou a 130%.[5] A razão entre investimentos em intangíveis e em tangíveis foi mais elevada nas manufaturas (2,3/1) do que no resto da economia (1,3/1). Estimativas recentes mostram que para cada emprego na manufatura existem dois em serviços que lhe são

---

[3] MANUFACTURING AND THE KNOWLEDGE ECONOMY. A knowledge economy programme report. Preparado por by Ian Brinkley, Work Foundation, janeiro de 2009.

[4] SegundoCarol Corrado, do Board do Sistema Federal de Reserva dos EUA, de 1999 a 2003 os investimentos em intangíveis contribuíram para o crescimento da produtividade do trabalho tanto quanto investimentos nos tangíveis. Ver: Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries. The Work Foundation.

[5] Idem

relacionados. Ou seja, é cada vez mais difícil separar manufatura dos serviços: é arcaico e irrelevante graças à integração de ambos.[6]

A distinção tradicional mascara mudanças fundamentais que estão ocorrendo devido às novas tecnologias, novos patrões de demanda e comportamento social. Assim, uma estratégia industrial moderna tem que olhar para além da divisão entre manufatura e serviços e focar no processo real de criação de valor, inovação e crescimento.

"As indústrias de baixa intensidade tecnológica têm sobrevivido nas principais economias da OCDE porque estão mais intensivas em conhecimento e mais aptas a respostas ao mercado. Os setores de sucesso não estão mais competindo simplesmente através de custo unitário, mas oferecendo produtos e soluções personalizados: serviços de pós vendas, liderança em responder a regulação do meio ambiente e mudanças no gosto dos consumidores. A oferta de produtos físicos tem que ser substituída por oferta de um sistema de produtos e serviços capazes de preencher a demanda do consumidor, reduzindo custos e impactos ambientais. Design, logística, serviços de pós vendas e marketing cresceram de importância como parte do valor total dos produtos. Estes serviços antes vistos como parte do setor de serviços tornaram-se parte fundamental das empresas de manufatura para mantê-las competitivas em um mundo globalizado." [7]

Nesse cenário, as estatísticas tradicionais sobre os setores precisam ser revistas. Em alguns países desenvolvidos pode parecer que a manufatura está diminuindo, porém o fato é que as empresas estão produzindo no exterior e mantendo os serviços de alto valor agregado, P&D e design no próprio país. Além disso, a manufatura é tradicionalmente analisada pela sua produção física e por seus investimentos em ativos físicos, porém atualmente a manufatura investe duas vezes mais em ativos do conhecimento do que em fábricas, máquinas e veículos.

Na verdade, conhecimento e criatividade sempre tiveram papel chave em qualquer momento econômico, mas o conceito de "economia do conhecimento" vai mais longe, pois permite capturar uma mudança marcante no paradigma atual no qual a massa critica da atividade econômica passa a dar-se na categoria de produção com conhecimento e uso de novas tecnologias[8]. Trata-se de uma evolução da concepção de crescimento historicamente baseada no trinômio terra, capital e trabalho. A tecnologia, que sempre foi importante, passa a ter um impacto mais sistêmico e de maior

---

[6] Idem.
[7] Idem
[8] Idem.

transformação, assumindo, junto com a criatividade e a inovação, o papel central de serem simultaneamente conseqüência e condutores destas transformações.

"Economia do conhecimento" é mais do que a intensificação do uso de P&D. Trata-se de uma nova dinâmica, na qual, não só o conhecimento é o coração do valor adicionado - o que exige uma nova estrutura econômica mais baseada em ativos intangíveis (conhecimento e inovação) -, como, além disso, o processo de retro alimentação entre produção e consumo ficou mais rápido e mais amplo, exigindo uma continua e intensiva capacidade de adaptação por parte das empresas e das políticas públicas. Existe uma permanente demanda para *upgrade* e inovação não só do que está sendo produzido quanto de como está sendo produzido. Faz parte desta nova dinâmica a permanente interação da tecnologia com os consumidores mais sofisticados, criando uma economia com mais capacidade e confiança na criação e transmissão do conhecimento.

Criatividade e inovação são conceitos que se sobrepõem. Criatividade é originar idéias, novas formas de olhar um problema que já existe ou olhar novas oportunidades. Inovação é o sucesso na exploração de novas idéias, é o processo que leva a novos produtos e serviços ou novas formas de fazer negócio. Portanto, no atual paradigma produtivo, torna-se crucial o fomento à criatividade e à inovação, as quais, contando com adequados mecanismos de transmissão, são as chaves para que o resto da economia e sociedade possam se beneficiar. Daí a importância das **indústrias criativas** ou, mais amplamente falando, da **economia criativa,** entendida como um conjunto de setores com forte potencial de inovação e criatividade a partir dos quais a economia ganha competitividade e sustentabilidade no mundo globalizado.

3. Economia criativa

Apesar do grande debate conceitual que existe em torno da definição do que é a Economia Criativa[9], para efeitos dessa discussão pode-se considerá-la um conceito estritamente ligado ao impacto das novas tecnologias na produção, nos mercados e na organização das atividades não só econômicas, mas também sociais e culturais. São setores dinâmicos, que tem mais capacidade de criar empregos, principalmente entre os

[9] A primeira oficina de trabalho para o projeto de "Estudo da Economia Criativa no Estado de São Paulo", realizada na Fundação SEADE, fez uma boa síntese dos diferentes conceitos utilizados pelas diferentes instituições que vêm trabalhando o tema. As definições aqui apresentadas foram baseadas nessa síntese.

jovens, e que, se bem articulados e apoiados, tornam-se propulsores de inovação e da ampliação da capacidade produtiva do conjunto da economia nacional, inclusive dos setores considerados mais tradicionais.

Trata-se de criar um ambiente no qual a chamada "economia do conhecimento" não se restrinja apenas à ciência e tecnologia, mas amplie a capacidade de utilização dos benefícios da inovação através do conhecimento em todos os setores. Um ambiente no qual os "ativos intangíveis", a geração de valores através do capital intelectual, se disseminem e impulsionem os mais diferentes setores da economia, capacitando-a para enfrentar permanentemente os novos desafios.

A UNESCO trabalha com o conceito de **Economia da Cultura,** que engloba atividades relacionadas "à criação, produção e comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais em sua natureza e que estão protegidos pelo direito autoral e podem tomar a forma de bens e serviços. São intensivos em trabalho e conhecimento e estimulam a criatividade e incentivam a inovação dos processos de produção e comercialização."

Para a UNCTAD a **Economia Criativa** "é um dos setores mais dinâmicos do comércio internacional, gera crescimento, empregos, divisas, inclusão social e desenvolvimento humano. É o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o ativo intelectual como principais recursos produtivos."

O RU trabalha com o conceito de **Indústrias Criativas,** definidas pelo seu *Department of Culture, Media and Sport* em 2001 como "aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade, na habilidade e nos talentos individuais e que têm o potencial para a geração de riqueza e de trabalho por intermédio da criação e da exploração da propriedade intelectual": propaganda, arquitetura, mercados de arte e antiguidades, artesanato, design, design de moda filme e vídeo, softwares interativos de lazer, música, artes performáticas, publicações, software e serviços de computação, televisão e radio. É diferente de país para país.

Na verdade, todos esses conceitos não são excludentes. Muito pelo contrário, podem ser vistos como complementares e ajudam a entender uma nova dinâmica que se impõe às economias.

A vitalidade da **economia criativa** de um país estimula a criatividade e capacidade de inovação na economia como um todo. Mas esse forte vínculo depende

dos mecanismos de transmissão adequados para encorajar a conectividade e transportabilidade da **economia criativa** para o resto da economia.

Não existem receitas prontas para se construir estes mecanismos de transmissão. Entretanto, pode-se dizer que o próprio sucesso da **economia criativa** vai criando estes mecanismos na medida em que engendra a demanda por uma população mais educada e por empresários mais empreendedores e, conseqüentemente, por produtos e serviços mais sofisticados.

O desenvolvimento de um setor de **economia criativa** fortalece a capacidade das empresas do próprio setor e de outros setores a criarem, lidarem e explorarem conhecimento, criando capacidade para interagir e responder à evolução da demanda. Pode-se dizer que o sucesso da **economia criativa** transborda para os outros setores os quais, através dos investimentos em intangíveis (pesquisa e desenvolvimento, sistemas organizacionais, software, design, marca, capital humano), passam a ter maior capacidade de criatividade e inovação, em novos produtos, processos, serviços além de sistemas mais desenvolvidos dos que os já existentes.

O significativo poder de alavancagem dos setores da **economia criativa** para a economia em geral decorre também de sua maior diversidade e abertura, de sua interdisciplinaridade, da sua capacidade de interação com arte e ciência. Mais ainda, a economia criativa cumpre um precioso papel, pois, além de ser mais pró-cíclica que outros setores, reconhecidamente cria mais empregos e de maior remuneração[10].

Obviamente, ao gerar tão profundas mudanças nos padrões da atividade econômica, a economia do conhecimento impõe mudanças importantes nos padrões de investimento.

Enquanto está cada vez mais difícil para as empresas se diferenciarem nos setores nos quais a rotina domina os processos que, além disso, podem ser codificados e transplantados para outras empresas, nos setores nos quais a parte principal dos negócios é mais difícil de ser roteirizada, onde se depende da capacidade dos trabalhadores resolverem problemas e comunicar idéias complexas, a capacidade competitiva se desenvolve. Decorre daí, que "o desafio não é só encorajar as indústrias criativas é encorajar todas as indústrias a se tornarem criativas".

Nesse novo paradigma o papel da demanda como fator de dinamismo das economias se acentua. O aumento do poder de compra permite o surgimento de um

---

[10] É sabido que empregos crescem mais no setor de serviços do conhecimento (financeiro, negócios, informação e computação e P&D) e indústrias do conhecimento (telecomunicações, saúde e educação).

mercado consumidor mais complexo, poderoso e diverso. Consumidores mais ricos e bem educados têm demanda maior por produtos mais sofisticados e bens e serviços mais individualizados sendo, muitas vezes, co-criadores da economia do conhecimento. A pressão da demanda acelera as melhorias de qualidade, a atualização e renovação dos produtos e a customização (termo genérico para explicar as múltiplas formas nas quais os produtores buscam satisfazer a demanda crescente de consumidores mais ricos, mais bem educados, com preferências e gostos). Reduz-se a vida útil dos produtos (bens e serviços) que passam a ter uma continua reapresentação para incorporar mais qualidade e desempenho.

Não só as novas tecnologias permitem às firmas oferecerem respostas mais sofisticadas para as demandas, como os negócios tornam-se estimulantes da demanda de outras empresas que agem como consumidoras e provedoras de serviço, como por exemplo, as empresas de software que sustentam eficiência em outros setores.

Portanto, a existência de uma classe média (e média alta) passa a ser um grande diferencial para os países dada sua capacidade muito forte de alavancar mais crescimento através de uma demanda diferenciada. A pressão da demanda é que leva as empresas a construir capacidade organizacional de criar e inovar por meio da incessante renovação dos processos.

Do lado da oferta, torna-se imperativo abraçar a complexidade e sofisticação da demanda moderna e inovar na cadeia, nos processos internos e no engajamento dos consumidores, o que só é possível se a inovação tornar-se um processo sistêmico.

Tradicionalmente, inovação era concebida de forma hierárquica e linear: uma elite de ciências nas universidades e nos laboratórios das grandes corporações gerava fluxo de invenções e de tecnologia que eram comercializadas. Se a inovação não ocorresse, ou ocorresse de forma insuficiente, a culpa era da universidade, dos laboratórios de pesquisa e das empresas que investiam pouco. Agora a chave para a inovação não está restrita à P&D e as habilidades (*high skills*) estão mais difusas. Espera-se que a força de trabalho participe, experimente, ofereça sugestões de como melhorar os processos de produção e não apenas aplique a informação em seqüência mecânica.

No RU, um dos países que mais tem investido na chamada **economia criativa**, a redução de sua estrutura produtiva tradicional com a ampliação da produção na China e na Índia foi "compensada" pela geração de empregos e pela capacidade de exportação deste conjunto de setores que, depois do mercado financeiro, é o maior do país e

atualmente o que mais cresce. São setores dinâmicos, que têm mais capacidade de criar empregos, principalmente entre os jovens, e que, se bem articulados e apoiados, tornam-se propulsores de inovação e da ampliação da capacidade produtiva do conjunto da economia nacional.

A comprovada elevada capacidade de geração de empregos de nível mais alto e maior remuneração permitem à e**conomia criativa** cumprir um papel extremamente relevante de ampliação de uma classe média e média alta, consumidoras de bens e serviços mais sofisticados. Conseqüentemente, ao mesmo tempo em que se alavanca um mercado consumidor mais complexo e diversificado com a elevação do seu poder de compra, molda-se uma mão de obra mais preparada e educada para impulsionar a criatividade e inovação dentro das empresas.

Podemos considerar a economia criativa como sendo a essência da economia do conhecimento, onde consumidores e criadores se confundem, assim como as empresas são ao mesmo tempo provedoras e consumidoras de serviços e bens sofisticados. Consumidores mais sofisticados obrigam as empresas a se sofisticarem e, ao fazê-lo, as empresas geram empregos e renda que estimulam novas demandas.

O caminho para destravar o reconhecidamente baixo investimento em inovação das empresas brasileiras passa pelo fortalecimento dos setores que compõem a chamada **economia criativa**, por sua capacidade de criar uma demanda mais sofisticada assim como as condições de resposta da oferta para suprir esta demanda. Dependentes de uma mão de obra mais educada, os setores que compõem a economia criativa remuneram melhor seus trabalhadores os quais, conseqüentemente, têm demandas mais sofisticadas, renda para exercê-las e capacidade para produzi-las.

Este é o caminho para solucionarmos um velho enigma que ronda o debate sobre inovação no Brasil. Ora se culpam as empresas por seus baixos investimentos, ora o isolamento das universidades e, na prática, todas as tentativas de elevar o grau de inovação e de investimentos tecnológicos têm tido resultados aquém das expectativas. É a falta de uma maior de pressão da demanda por produtos melhores, mais modernos e tecnologicamente mais avançados que leva à acomodação das empresas resultando no seu baixo grau de investimentos em inovação.

Quando a economia brasileira era fechada, todos consumiam produtos de baixa qualidade e defasados tecnologicamente. Com a abertura da economia, houve uma nítida melhora a qual, entretanto, não resultou em um processo profundo e permanente de inovação das empresas. A nosso ver, a grande explicação é a inexistência de uma

classe média robusta com suficiente poder aquisitivo para demandar produtos de mais valor agregado e maior incorporação tecnológica. O tamanho do mercado interno para esses produtos e as dificuldades de exportação (câmbio, infra-estrutura e políticas comerciais do país), não justificam sua produção em ampla escala no país.

Portanto, a garantia não só de maior sustentabilidade, mas de maior equidade do crescimento atual, passa necessariamente pelo fortalecimento da **economia criativa.** É a **economia criativa** que pode garantir a geração de um ambiente inovador robusto, que se espraie para todos os setores da economia, no processo criando e alavancando os instrumentos necessários para o fortalecimento do setor manufatureiro brasileiro, o qual tem perdido espaço quer internamente, para as importações, quer no mercado internacional, para outros países exportadores.

Setores considerados tradicionais, como o têxtil, por exemplo, articulados e "vitaminados" pela **economia criativa**, passam a assumir a construção de "ativos intangíveis" como forma de competição, inovando, quer em design, quer em produtos, quer em processos e ou materiais, tornando-se setores dinâmicos, com capacidade de exportar, atrair investimentos, gerar empregos e sobreviver à violência da atual concorrência internacional. Indústrias tradicionais deixam de ser tradicionais quando incorporam ao seu cotidiano o desenvolvimento de novos processos e produtos, novos materiais e design.

Setores tão diversos, como o financeiro, o automobilístico, o de cosméticos, o calçadista e o têxtil têm, na **economia criativa**, um mínimo denominador em comum que, se trabalhado conjuntamente, tem o poder de alavancar a capacidade de criação de bens intangíveis, os únicos, em um mundo cada vez mais "commoditizado", capazes de, através da diferenciação, criarem riqueza e garantirem crescimento.

Mais do que tudo, trata-se de fomentar a criação de um "caldo de cultura", de um ambiente no qual a chamada "economia do conhecimento" não se restrinja apenas à ciência e tecnologia, mas amplie a capacidade de utilização dos benefícios da inovação através do conhecimento em todos os setores. Um ambiente no qual os "ativos intangíveis", a geração de valores através do capital intelectual, se disseminem e impulsionem os mais diferentes setores da economia, capacitando-a para enfrentar os novos desafios que inevitavelmente surgirão. Só através da e**conomia criativa** é que se pode encarar o desafio de tornar todas as indústrias criativas.

As características culturais do Brasil representam uma imensa oportunidade de desenvolver suas **indústrias criativas** e, com elas, elevar o valor agregado do setor de serviços e segmentos do setor industrial.

Mas, para isso, é fundamental contarmos com um projeto pró-ativo que envolva governos, agências de governo, setor privado, empresários dos mais diferentes setores, economistas e representantes dos setores criativos e culturais.

4. Cultura e economia criativa

Ao transformar a dinâmica da competitividade entre economias e regiões e, conseqüentemente, a divisão geográfica internacional da manufatura, o novo paradigma tecnológico resulta na necessidade de crescente competição através de novas armas que não mais apenas baixos salários, abrindo enormes oportunidades para os setores culturais.

Pela primeira vez o setor cultural pode ser visto como um grande diferencial de competitividade que permite cidades, regiões ou países competirem, uma vez que a economia criativa é o lugar no qual os mais contundentes instrumentos de diferenciação e competição podem ser construídos. A **economia criativa** bebe e come do setor cultural, nas suas mais diferentes manifestações: popular, clássica, nas mais diferentes tribos e grupos que constituem a sociedade.

Tradicionalmente o setor cultural ou as políticas culturais são vistas como políticas de inclusão para setores de baixa renda ou como políticas de preservação do exótico, do folclórico e popular, ou ainda, no outro extremo, como políticas de proteção da produção cultural considerada de "alto nível" tais como sinfônicas e balés.

Agora, pela primeira vez, impõe-se a necessidade das atividades culturais estarem no centro das preocupações políticas e econômicas e não em segundo plano. Na economia do conhecimento, as novas tecnologias introduzem uma nova dinâmica, abrindo novos espaços para a cultura na sua mais ampla definição, níveis e percepções. Cada vez mais o sucesso de uma economia depende do sucesso do seu setor criativo que, por sua vez, depende do sucesso do setor cultural.

O setor cultural passa a ter um momento especial no atual paradigma, abre-se uma grande oportunidade e um grande desafio, muitas vezes não percebido pelo próprio setor que teme e critica o chamado mercado, mostrando-se preconceituoso com relação

a ele. Há o medo de ser manipulado, medo de que "a pureza" da produção cultural seja apropriada pelo mercado.

Falando de uma forma caricata, mas não muito longe do discurso de várias pessoas ligadas aos setores culturais, o preconceito é decorrente do medo dessa possível manipulação, da utilização da cultura pelos setores empresariais, associados ao que genericamente rotulam de "mercado" o qual é visto como uma entidade absoluta que, por definição, é uma força do "mal" e está associada a outras, como a globalização e o velho imperialismo.

É fato que mercado tem relação antropofágica com a cultura, e isto é intrínseco a ele. Mas isto existe desde que mercado existe e a dinâmica sempre foi esta. Quais as ligações entre cultura e mercado? Quais as fronteiras? Elas não são claras.

Mas esta indefinição é, talvez, exatamente uma das principais fontes de dinamismo do setor cultural, querendo sempre "surpreender" o mercado, apesar de saber (e talvez querer), que o mercado se aproprie de sua produção. É do confronto entre "não para o lucro" e "só para lucro" que ambos os setores se alimentam.

Do outro lado, também existe o preconceito do setor econômico (empresários e autoridades) para quem o setor cultural é visto como marginal: ou como política social compensatória para as mazelas do país ou como preservação da "alta" cultura. As políticas culturais são vistas como "socialmente boas/corretas" ou atividades nobres e estéticas. Em suma, para muitos as indústrias culturais são menos importantes do ponto de vista econômico e a **economia criativa** simplesmente não existe, não é reconhecida como um setor que deve ser desenvolvido e, mais ainda, de importância crescente por qualquer ângulo que se analise: geração de emprego, renda, exportações, atração de investimentos e turismo, em suma, uma das mais importantes alavancas da competitividade de um país no mundo atual.

Para avançar no entendimento da **economia criativa** e de sua importância, antes de tudo é preciso desfazer a confusão usual entre essa economia e indústria cultural, ou indústria do entretenimento. A **economia criativa** é um conceito muito mais amplo, que engloba os produtos e serviços culturais, a indústria do entretenimento, a chamada alta cultura e a cultura popular.

Como já dito anteriormente, existem atualmente várias definições do que é a **economia criativa**. Desde as primeiras definições, introduzidas pelo RU em 1997, muito se avançou. Mas, mesmo apesar dos avanços, a discussão do conceito muitas vezes ainda é realizada sob um ângulo paternalista, privilegiando seu caráter de

promoção de inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano, os quais são irrefutáveis, mas que ao serem destacados diluem a relevância do papel macro e microeconômico do setor e, ao fazê-lo, acabam por reduzir o assunto ao âmbito das políticas sociais. Perde-se assim, a capacidade de ungir o setor como uma das prioridades das políticas públicas que ditam as regras de financiamento, tributação e incentivo aos mais diferentes setores da economia, nem sempre tão relevantes em termos de criação de empregos, renda, valor adicionado e exportação, entre outros aspectos.

Obviamente a proposta que se segue não visa esconder o caráter socialmente inclusivo da **economia criativa**, mas pretende ir além ao destacar também sua importância econômica e, portanto, a necessidade de o setor ser encarado pelos governos de uma forma mais sistêmica, com a construção de políticas públicas que dêem conta de sua complexidade e importância.

5. Estado e economia do conhecimento: frente a uma nova economia, uma nova política.

O debate sobre o papel do Estado e das políticas públicas é pendular, sujeito a modismos e ideologias. É no final da Segunda Guerra Mundial, durante a Guerra Fria que podemos localizar a raiz da distorção que sustenta a idéia de que Estado e mercado são conflitantes e, conseqüentemente, de que o Estado não pode, não faz e não deve se envolver na economia. A dicotomia entre Estado versus mercado emerge como claro resultado dos imperativos políticos e ideológicos[11].

Linda Weiss[12] mostra como a associação com militarismo, comunismo e nazismo contribuíram de forma decisiva para que a autonomia do Estado virasse uma idéia sinistra depois da Segunda Guerra. Colocar desta forma a questão - dicotomia entre capitalismo/Estado fraco e comunismo/Estado forte - servia para o propósito político de diferenciação do ocidente de "mercado livre" e o sistema soviético totalitário.

Entretanto, apesar do discurso enfático, nos países desenvolvidos a intervenção do Estado através de políticas as mais diversas foi sempre intensa desde o início de seus processos de industrialização. A sua condenação por organismos internacionais é

---

[11] Ver Weiss, Linda. The State in the Economy: Neoliberal or Neoactivist? In Oxford Handbook of Comparative Institutional Analysis, organizado por John Campbell, Colin Crouch, Peer Hull Kristensen, Glen Morgan, Ove Kai Pedersen e Richard Whitley. Oxford: Oxford University Press.

[12] Idem. Todas as citações em tradução livre.

relativamente recente e, em geral, não os impede de continuar a implementá-las largamente em novos setores de ponta.

No Brasil a "ressaca" do intervencionismo dos anos cinqüenta e sessenta e a importação dos modismos, associada à pressão dos organismos internacionais, interditaram o debate que, agora, começa a ressurgir.

Entretanto, atrelado às experiências do passado, no início da industrialização do país, e retomado desde aquele ângulo, o debate envelheceu, pois não está levando em conta que a economia internacional vem se transformando rapidamente em uma economia do conhecimento, impondo uma nova agenda.

Se o Estado desenvolvimentista foi importante para o sucesso econômico no século XX, será muito mais importante no século XXI no qual necessidades estratégicas das economias e dos países demandam uma capacidade muito maior do setor público. [13]

Mas, para enfrentar esses desafios do desenvolvimento no século XXI, as instituições do século XX vão precisar passar por profunda revisão. Para Evans, "o tipo especifico de envolvimento ou sinergia Estado/sociedade que foi crucial no processo do século XX, - densas redes de amarras conectando o Estado às elites industriais -, terá que ser substituído por vínculos muito mais amplos para assegurar o sucesso desenvolvimentista no século atual".[14]

A mudança do perfil da atividade econômica - com a condução do crescimento passando a ser liderada mais por idéias e informação do que pela transformação física da natureza -, exige um novo tipo de arranjo institucional que melhor permita às sociedades gerar habilidades, conhecimento, idéias e as redes necessárias para a difusão e obtenção de vantagens sobre estes conhecimentos.

Evans[15] mostra como a centralidade da produção de idéias em lugar da acumulação de capital físico exige a reconstrução das conexões políticas com a sociedade para habilitar o Estado a mudar suas estratégias.

"No séc. XX quando o projeto de desenvolvimento era focado na manufatura, a simbiose entre a lucratividade privada e um projeto nacional compartilhado era mais fácil de ser executada. Projetos comuns em torno da industrialização dependiam de se contrabalançar a aversão ao risco do setor privado, e empurrar as perspectivas privadas em direção a um horizonte de tempo mais longo, mas a eventual capacidade produtiva

---

[13] Evans, Peter B. In search of the 21st Century Development State. Working Paaper nº 4. The Centre for Global Political Economy. Universidade de Sussex. Brighton, Reino Unido, dezembro de 2008.
[14] Idem.
[15] Idem.

servia facilmente na lógica de mercado focada na lucratividade. Quando a expansão das habilidades e conhecimentos passa a ser a meta, os riscos e prazos não compensam a distância entre retornos públicos e privados. A expansão da habilidade/conhecimento não se ajusta tão bem num projeto compartilhado com o capital privado." [16]

Em outras palavras, governos têm papel central no desenvolvimento de uma **economia criativa** estável através de políticas públicas específicas. Ainda que só governos e agências governamentais possam representar, regular e aplicar os direitos de propriedade intelectual, seu papel não é apenas regulatório. O envolvimento de todo o sistema educacional, por exemplo, estimulando gostos e cabeças criativas, é fundamental.

O investimento público é essencial para nutrir os talentos criativos e dar espaço a experimentos. A importância do investimento do Estado, não apenas através de subsídios, é condição *sine qua non* na viabilidade de uma **economia criativa** competitiva e sustentável. Mas, as empresas individuais e o investimento privado são importantes assim como o investimento público em artes e educação. É essa economia mista que oferece o modelo mais moderno e flexível para uma **economia criativa** robusta.

6. Propostas

Apresentaremos algumas propostas, umas mais genéricas, outras mais específicas, todas elas visando o fortalecimento da **economia criativa** e buscando dar-lhe o papel de destaque que achamos imprescindível para o Brasil construir uma política que viabilize uma economia balanceada, na qual a indústria manufatureira e a indústria de serviços se complementem para moldar um parque produtivo competitivo, capaz de gerar empregos diferenciados e cadeias de valor integradas, da pesquisa à comercialização, passando pela produção. Acreditamos ser este o caminho para uma inserção internacional competitiva e um crescimento sustentável, tanto do ponto de vista econômico como ambiental e social.

São apenas algumas das inúmeras propostas que precisam ser ampliadas, aprofundadas e articuladas. Muitas delas são inspiradas em experiências internacionais

[16] Idem.

de sucesso, de países desenvolvidos ou em desenvolvimento, que já perceberam a importância de uma estratégia baseada na **economia criativa.**

a. O ponto de partida para a formulação de uma política para a Economia Criativa é o mapeamento do setor de forma a conscientizar a sociedade da sua importância em termos econômicos[17]. Na cidade de São Paulo um primeiro mapeamento está sendo realizado com uma metodologia especialmente desenvolvida para abarcar os diferentes segmentos que compõem o setor, e os primeiros dados já revelam o seu enorme potencial para a economia da cidade e, conseqüentemente, para o país. Propomos expandir o mapeamento para o Brasil, aproveitando a metodologia já desenvolvida.

b. Aplicar os esforços e recursos necessários para transformar o setor em uma locomotiva do desenvolvimento, deixando de considerá-lo como algo marginal, secundário do ponto de vista macroeconômico e "apenas" como política de inclusão social ou política cultural.

c. Explorar a transversalidade do tema, buscando identificar as conexões, sinergias e o alcance inter-setorial que possa alcançar. O exemplo do RU mostra a importância do comprometimento de todas as instâncias do governo na idealização e implementação das políticas para o setor, uma vez que sua agenda deverá perpassar todas as ações governamentais. É fundamental a construção de um compromisso de governo, e não de um ministério isolado, pois se trata de uma agenda que envolve praticamente todas as políticas governamentais: cultura, educação, esportes, turismo, Fazenda, planejamento, meio ambiente, energia, governos estaduais e municipais, agências de governo, bancos públicos e agências de fomento.

---

[17] Em 1999 foi realizado o primeiro mapeamento do setor no RU. Em 2001 foi realizado um segundo mapeamento mais abrangente que revelou uma participação de 5% do PIB. Entre 1997 e 2002 os empregos nas indústrias criativas cresceram 3% ao ano, enquanto no país cresceu 1%. Em 2002, o setor gerava 1,1 milhões de empregos diretos e 800 mil empregos criativos em outros setores (por exemplo, arquitetos na construção e designers nas indústrias manufatureiras). Entre 1997 e 2002 os empregos nas indústrias criativas cresceram 3% ao ano enquanto na economia como um todo cresceu 1%. Um novo mapeamento em 2004 mostrava que o setor era responsável por 8,2% do valor adicionado bruto de toda a economia, com um crescimento médio anual de 8%, comparado com 2,6% da economia como um todo. Além disso, as exportações do setor cresceram 15% enquanto a da indústria de serviços cresceu 7% e a do país apenas 4%. Depois do mercado financeiro, já é o maior do país e atualmente o que mais cresce.

d. Dada a importância do setor privado no desenvolvimento da **economia criativa**, propõe-se a criação de fóruns adequados, de alto nível institucional, a exemplo de um de ministros do governo, com a participação de empresários dos mais diferentes setores, para avaliar como as atuais políticas do governo influenciam a atividade das indústrias criativas, e que outras medidas o governo poderia adotar para promover tal atividade em diferentes partes do país. Caberia ainda ao Fórum analisar as necessidades com relação às políticas e investimentos governamentais, e identificar formas de maximizar o impacto econômico do setor, bem como verificar as ameaças ao crescimento contínuo das indústrias criativas no Brasil.

e. Introduzir a "cultura" em suas mais diferentes manifestações (artes plásticas, design, cinema, fotografia, teatro, dança, música e outras) em todos os níveis de educação como área central e não periférica. A criação de consumidores e produtores culturais é o que dará massa crítica para o desenvolvimento de um setor de **economia criativa** robusto e dinâmico.

f. Identificar os setores capazes de ter um maior efeito multiplicador em termos de geração de emprego e renda e criar políticas especificas de financiamento. O exemplo do cinema de animação no Canadá, cuja capacidade de geração de empregos, renda e exportação é tão significativa quanto os de setores considerados "nobres", como o setor automobilístico, deveria inspirar os formuladores de políticas os quais, em geral, continuam privilegiando os setores tradicionais, em detrimento dos setores mais modernos, os quais simplesmente desconhecem ou não dão a necessária importância.

g. Adequar as políticas fiscais e tributárias às necessidades dos setores criativos em geral muito diferentes dos chamados setores tradicionais. Uma revisão das leis de incentivo à cultura (Lei Rouanet, Lei Mendonça e outras) deve ser realizada na perspectiva mais ampla de dar à economia criativa um papel de relevância inexistente na estrutura atual.

h. Atrelar as políticas para o setor às políticas de renovação urbana que fomentem nas grandes cidades a sua capacidade de multiplicar e gerir redes de contato, circulação de informações e formação de negócios.

i. Financiar largamente centros culturais, galerias de arte, bibliotecas, salas de cinema como elementos formadores de público consumidor, mão de obra qualificada, espaços de conexão e trocas.

j. Criação de um grande Centro de difusão e promoção de P&D&Design[18]. O objetivo é estreitar a interação entre diversos atores envolvidos na promoção e representação dos setores criativos e serviços. O local seria um *hub* para a indústria criativa, com diversos programas para ajudar pequenas e médias empresas a superarem sua falta de conhecimento sobre a importância e papel da criatividade. Um verdadeiro centro de excelência multidisciplinar que combine estudos e trabalhos de administração, engenharia e tecnologia e artes criativas.

k. A articulação de políticas que alavanquem a capacidade de desenvolvimento de tecnologia no país é decisiva para a criação de uma estrutura de oferta competitiva no cenário internacional. Neste sentido, apesar dos avanços recentes, é imprescindível o desenvolvimento de parcerias mais sistemáticas entre o setor privado e os institutos de pesquisa/universidades de modo a ampliar o leque de capacitação tecnológica das empresas atuantes no Brasil.

---

[18] A China, por exemplo, vem realizando um esforço enorme, além de injetar muitos recursos, para criar uma capacidade endógena de design. Vem repetindo o caminho dos Estados Unidos e Alemanha no inicio do séc. 19, do Japão mais recentemente e depois da Coréia e Taiwan. Depois de começar copiando e produzindo grandes quantidades com custo baixo, vem investindo em desenvolver capacidade de pesquisa e capacidade de transferir a competência tecnológica para produtos e serviços de maior valor adicionado. Tem investido especialmente em avançar sua capacidade de design para conseguir transferir as possibilidades tecnológicas em produtos e sistemas apropriados, usáveis e acessíveis, além de atrativos para pessoas em diferentes situações culturais e econômicas. A Inglaterra, percebendo a ameaça que o avanço chinês nesta área pode significar, vem desenvolvendo, através do Design Council e outras agências, programas específicos para ajudar pequenas empresas a identificar onde o conhecimento de criatividade e design pode ajudar a melhorar suas performance e ações. A Coréia construiu o Korea Design Center um complexo de 12 andares em Songnam City que serve de hub do Korean Institute of Design Promotion's. Chamado de Design Mecca of Korea é um centro que trabalha para desenvolver a competitividade nacional através do design. Taiwan tem um National Design Center, aberto em 2004. Singapura tem o Fusionopolis Creative Center aberto em junho de 2007 a um custo de 158 milhões de libras.

l. Ampliar e modernizar o suporte do governo para inovação canalizando fundos públicos para negócios voltados para inovação nas áreas nas quais existem as maiores oportunidades para crescimento futuro: novas energias, biotecnologia, games, softwares e os mais diferentes segmentos da **economia criativa**.

m. A experiência internacional mostra que novos negócios, especialmente em áreas não tradicionais, têm dificuldades enormes de acesso ao financiamento uma vez que os bancos não se dispõem a correr os riscos embutidos neste tipo de empresa ou setor. A criação de mecanismos novos de financiamento para esses setores é decisiva para a sua possibilidade de florescimento. As possibilidades são inúmeras:

   i. A política de compras do governo pode e deve ter um enorme impacto no setor de economia criativa[19]. As compras governamentais podem ter poderoso papel em formatar mercados com o potencial para novas tecnologias, habilidades e processos: desde a compra de material didático, passando pela compra de uniformes profissionais, militares e escolares, até a compra de material para o Exército, tudo pode passar por uma política de incentivo à inovação. [20]

   ii. BNDES, outros bancos públicos e agências de fomento precisam incorporar às suas políticas uma visão mais moderna, na qual os setores da **economia criativa** deixem de ser vistos como periféricos, e inovar nas condições de financiamento que precisam que dar conta das

---

[19] No RU o setor publico é o maior consumidor de bens e serviços, gastando 175 bilhões de libras anualmente.

[20] A inovação americana deve-se em grande parte aos contratos do governo para comprar produtos e serviços do setor privado que ainda não existem ou precisam ser adaptados para o uso público. O orçamento para compras do governo federal é de U$ 450 bilhões, ou U$1 trilhão se incluirmos os estados, tornando-se um grande instrumento para uma ação proativa de incentivo à inovação através de suas compras. Apesar do mito do puro desenvolvimento de mercado, é sabido o papel das compras governamentais na promoção do setor de tecnologia. O sucesso do Vale do Silício como hub internacional de tecnologia deveu-se em parte ao desdobramento da indústria de defesa americana subsidiada. Da mesma forma, os Estados Unidos se manteve na liderança em setores como aeroespacial e energia nuclear graças a uma expressiva ajuda e apoio do governo, muitas vezes através dos gastos militares. Mais ainda, o governo americano foi o grande "anjo" que providenciou capital e demanda, o que explica o desenvolvimento inicial do setor de inovações, sem *venture* capital privado ou mercado de capitais.

especificidades desse setor, muitas vezes baseado em pequenas e médias empresas e investimentos em ativos intangíveis.

n. A necessária mudança no padrão de consumo energético vai requerer uma enorme transformação estrutural na geração e uso de energia, criando uma enorme oportunidade de negócios em decorrência da expansão da demanda por bens e serviços de baixo consumo de carbono e maior eficiência energética e de recursos. O governo tem um papel central em criar os incentivos que levarão a esta transformação. Políticas de regulação, taxação e financiamento estão sendo usadas nos mais diferentes países.

o. Exercitar o grande impacto do poder de regulação do Estado para moldar demandas ou condições de oferta nos mais diferentes setores como, por exemplo, através da imposição de requerimentos de baixo carbono na construção civil.

Bibliografia

1. **Creating growth: How the UK can develop world class creative business. NESTA Research report.** www.**creative**lancashire.org/download.asp?id=161.

2. **Creative Industry performance - A statistical analysis for the DCMS. -- Frontier Economics Ltd, Londres, janeiro de 2008.**

3. **Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries. The Work Foundation.** www.the**workfoundation**.com/assets/docs/publications/176_**stayingahead**.pdf

4. **Ideopolis: Knowledge City-Regions. The Work Foundation. 2006.**

http://www.theworkfoundation.com/research/publications/publicationdetail.aspx?oItemId=60

5. **London's Creative Economy: an accidental success? – John Knell and Kate Oakley. The Work Foundation, Provocation Series, Volume 3, Nº 3.**

6. **The state in the economy: neoliberal or neoactivist? Linda Weiss. Department of Government and International Relations. The University of Sydney. 2006.**

7. **In search of the 21st century developmental state. Peter B. Evans. Centre for Global Political Economy at The University of Sussex. Working paper nº 4. Dezembro de 2008.**

8. **New industry new jobs: a strategic vision for Britain's recovery. UK dept for business, innovation and skills (BIS). Abril 2009.**

9. **Reshaping the UK economy: the role of public investment in financing growth. Yannis Pierrakis and Stian Westlake. NESTA Research report: Junho de 2009**

10. **Demanding growth - Why the UK needs a recovery plan based on growth and innovation. NESTA Policy Report. Março 2009.**

11. **Manufacturing and the knowledge economy: A knowledge Economy programme Report. Work Foundation. Janeiro de 2009.**

12. **Creative Economy Report. UNCTAD. 2008**

13. **Attacking the Recession. How Innovation Can Fight the Downturn. Charles Leadbeater and James Meadway, com Mike Harris, Theresa Crowley, Sami Mahroum e Brune Poirson. Discussion Paper: Dezembro de2008.**

14. **Manufacturing: new challenges, new opportunities. Cabinet Office Better Regulation Executive, UK Government Department for Business, enterprises & regulatory reform. Setembro de 2008.**