

**ECONOMIA  
CRIATIVA  
COMO ESTRATÉGIA  
SOCIALISMO  
CRIATIVO  
COMO OBJETIVO**



**O PRIMEIRO PARTIDO A ADOTAR A  
ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA DE  
DESENVOLVIMENTO**



**Fundação  
João Mangabeira**

2ª Edição, 2019

- 
- **O QUE É ECONOMIA CRIATIVA**
  - **ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO**
  - **SOCIALISMO CRIATIVO: OBJETIVO E MÉTODO DE LUTA**

# CRIATIVIDADE E JUSTIÇA SOCIAL: O CAMINHO DOS SOCIALISTAS

Há anos a economia brasileira patina, estagnada em uma dependência cada vez maior em relação à exportação de commodities. Os socialistas defendem uma posição clara: desenvolver a economia é fundamental, mas não adianta só crescer e aprofundar a desigualdade e a concentração de riquezas. É preciso dividir para que a economia se torne mais ativa. Esse é o grande desafio do Brasil e do PSB.

Hoje, na era da globalização virtual, essa tese é acompanhada por outra certeza: o Brasil não pode se limitar a ser exportador de commodities, ou estará repetindo a consolidação de uma economia excludente.

O mundo não se divide mais em quem tem exército e quem tem indústria. Uma nova economia vem surgindo, baseada em saberes, em tecnologia, e o PSB quer aprofundar esse debate. O PSB, com 70 anos de caminhada, tem a ousadia de colocar na agenda temas tão transformadores como a economia criativa.

Crescer com justiça social passa, em nossos dias, por combinar o que o Brasil tem de melhor – a criatividade, a inventividade e o empreendedorismo de seu povo – com as mais modernas ferramentas tecnológicas do século XXI. Essa é a nossa era.

Esta Cartilha, de autoria de Domingos Leonelli e do presidente do PSB, Carlos Siqueira, apresenta as linhas-mestras do modo socialista de pensar.

Nada de receita milagrosa, mas da combinação entre experiências bem-sucedidas nos governos socialistas e alternativas para escapar da armadilha ultraliberal, que vem levando o Brasil para o mais impressionante processo de concentração de renda de sua história, depois da chegada dos conquistadores portugueses.

Esperamos que esta Cartilha auxilie seu trabalho no dia a dia, na comunidade em que vive, em seu local de trabalho, associação, sindicato, no Poder Legislativo ou no Executivo. E esperamos, acima de tudo, contar com suas experiências, sugestões e críticas, para poder construir, juntos, um Brasil mais criativo e mais justo.

Boa leitura!

Ricardo Coutinho  
Presidente da Fundação João Mangabeira



# O QUE É ECONOMIA CRIATIVA

# 1



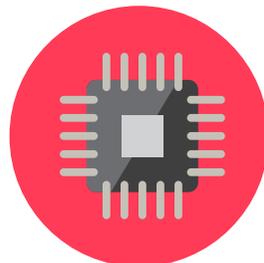
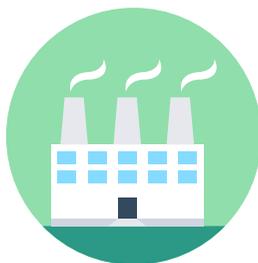


## I. O QUE É ECONOMIA CRIATIVA

É a denominação geral que se deu ao conjunto de atividades – produtos e serviços – que se originam no conhecimento, na criatividade no capital intelectual. É a economia do intangível, do simbólico.

O conceito teve origem na Austrália e transformou-se pela primeira vez em política econômica no final dos anos 90 no governo trabalhista de Tony Blair, a partir da revolução tecnológica e da queda da produção industrial na Inglaterra.

Alguns autores consideram que a economia criativa é a etapa da evolução econômica que vem depois do extrativismo agrícola e da industrialização. Etapa onde os produtos oriundos da criatividade e do talento, passam a ter um valor de mercado superior ao valor do produto material manufaturado.





**Paul Keating, primeiro ministro australiano, faz uma famosa proclamação pela “Nação criativa em 1994”**

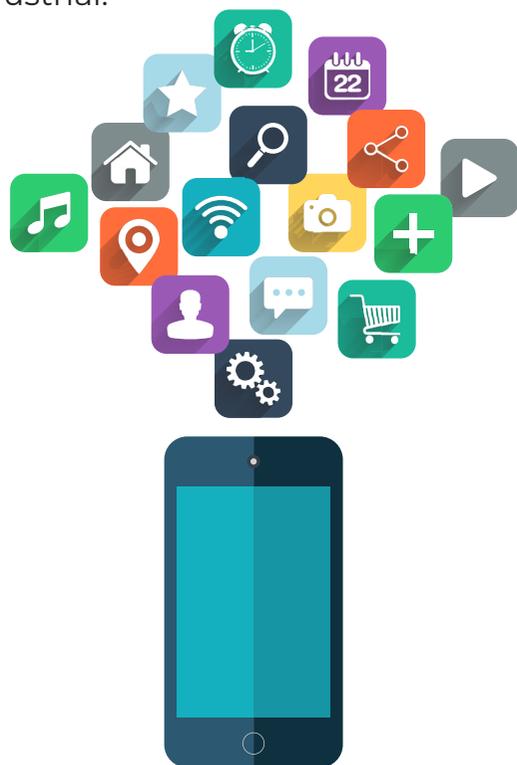


**Primeiro ministro inglês Tony Blair, diz em 1997 que o rock rende mais divisas para Inglaterra que as indústrias siderúrgicas**

Tomemos como exemplo o produto mais usado no mundo, o celular. Calcula-se que o valor de um telefone celular seja mais de 80% determinado pelo que ele possui de inteligência embarcada: os seus aplicativos valem mais que o metal, o plástico, a bateria e a própria fabricação de celular.

E como esses aplicativos ligam-se à produção intelectual a partir da criação dos seus desenhos, e às extensões artísticas do cinema, das artes plásticas e da informação (dicionários, calculadoras, jornalismo, fotografia, facebook) é que se pode afirmar que um celular é muito mais um produto criativo que industrial.

Um outro exemplo é o automóvel que já foi considerado pelo marxista francês Henri Lefebvre como “objeto rei do capitalismo”. A estrutura básica de qualquer automóvel, motor, eixo, rodas, faróis, direção custam no Brasil 30 mil reais. Entretanto o seu design/marca e os equipamentos criativos como sistema de navegação, GPS, sistema de som e DVD, computador de bordo, inteligência artificial, piloto automático, podem elevar o valor de um automóvel para 150.000 mil reais.



Isso de alguma forma aplica-se a camisas, vestidos, calças, sapatos, bolsas que tem o seu valor determinado muito mais pelo desenho e pela marca do que pela quantidade de algodão, couro e processo físico de fabricação. É verdade que a pirataria de marcas exerceu, numa certa medida, uma subversão nesse universo.

Antes da sociedade pós-industrial em que vivemos uma obra de arte fosse ela uma pintura ou uma escultura transformava-se em mercadoria quando era comercializada. Hoje, como observa o professor Paulo Miguez vice-reitor da UFBA, ocorre o inverso: as mercadorias são culturalizadas quando recebem signos e marcas culturais criativas.



E como a economia criativa resulta da acumulação de saberes e fazeres ao longo da história da humanidade, ela se incorpora a um conjunto de atividades relacionadas a cultura e as artes, a inovação tecnológica e a criatividade de maneira geral. Do artesanato ao software.

O Plano Estratégico da Economia Criativa de São Paulo, elaborado pela Fundação Vanzolini sob supervisão do Instituto Pensar para a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do governo de São Paulo define assim o conjunto de atividades do setor:

## CATEGORIAS E CLASSES CNAE 2.0 DE ECONOMIA CRIATIVA

CATEGORIA ECONOMICA CRIATIVA	CÓD CNAE	DESCRIÇÃO
ARQUITETURA E DESIGN	32116 32124 71111 74102	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes Serviços de arquitetura Design e decoração de interiores
ARTES PERFORMÁTICAS	90019 90035 94936	Artes cênicas , espetáculos e atividades complementares Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte
ARTES VISUAIS, PLÁSTICAS E ESCRITA	74200 90027	Atividades fotográficas e similares Criação artística
AUDIOVISUAL	32205 59111 59120 59138 59146 59201 60101 60217 60225 77225	Fabricação de instrumentos musicais Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão Atividades de pós-produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão Atividades de exibição cinematográfica Atividades de gravação de som e de edição de música Atividades de rádio Atividades de televisão aberta Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares
EDIÇÃO E IMPRESSÃO	58115 58123 58131 58191 58212 58221 58239 58298 63917	Edição de livros Edição de jornais Edição de revistas Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos Edição integrada à impressão de livros Edição integrada à impressão de jornais Edição integrada à impressão de revistas Edição integrada à impressão de cadastros, listas e outros produtos gráficos Agências de notícias

<b>CATEGORIA ECONOMICA CRIATIVA</b>	<b>CÓD CNAE</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
ENSINO E CULTURA	85929 85937	Ensino de arte e cultura Ensino de idiomas
INFORMÁTICA	62015 62023	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis

<b>CATEGORIA ECONOMICA CRIATIVA</b>	<b>CÓD CNAE</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
INFORMÁTICA	62031 62040 62091 63119 63194	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis Consultoria em tecnologia da informação Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
PATRIMÔNIO	91023 91031	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental
PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	72100 72207	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais  Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas
PUBLICIDADE E PROPAGANDA	73114 73122	Agências de publicidade Agenciamento de espaços para publicidade, exceto veículos de comunicação

## CLASSES CNAE 2.0 ADICIONAIS DE ECONOMIA CRIATIVA

CATEGORIA ECONOMICA CRIATIVA	CÓD CNAE	DESCRIÇÃO
ARQUITETURA E DESIGN	81303	Atividades paisagísticas
ENTRETENIMENTO	82300 93112	Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos Parques de diversão e parques temáticos
ESPORTE	93131 93115	Atividades de condicionamento físico Gestão de instalações de esportes
GASTRONOMIA	56112 56121 56201	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação de bebidas Serviços ambulantes de alimentação Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada
TURISMO	79112 55108 79121 49507	Agências de viagens Hotéis e similares Operadores turísticos Trens turísticos, teleféricos e similares

Fonte: Fundap (2011)

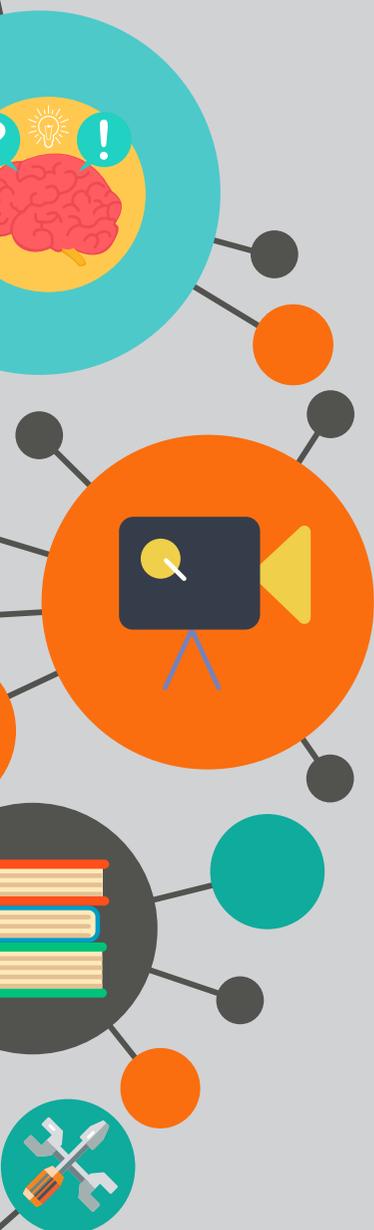
A economia criativa relaciona-se com conceitos como a revolução da comunicação e suas implicações no Estado e na sociedade, profundamente estudada pelo sociólogo espanhol Manuel Castells. Bem como ao conceito de terceira revolução industrial de Jeremy Rifkin, com suas implicações na geração de energia e no meio ambiente.

Assim, a Economia Criativa é a expressão mais geral por definir as modernas relações econômicas e sociais da chamada Era do Conhecimento. A inovação é o seu motor, e o design de produtos e processos a sua ferramenta principal



# ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

# 2



A economia criativa não é apenas mais um ramo da economia que reúne uma série de atividades altamente produtivas, mas, sim, uma estratégia de desenvolvimento.

A indústria manufatureira no Brasil caiu de 24% nas décadas de 60 e 70 para pouco mais de 8% do PIB brasileiro no ano de 2017.

A cultura, o turismo, a pesquisa em ciência e tecnologia, as indústrias criativas, já possuem um PIB superior ao da indústria manufatureira tradicional. Se estimulados adequadamente podem ser o carro chefe de um novo tipo de desenvolvimento sustentável capaz de gerar, empregos, renda, riquezas, igualdade.

Óbvio, portanto, que precisamos de um novo projeto nacional de desenvolvimento social e econômico que assegure ao Brasil uma inserção soberana na economia globalizada. Precisamos passar de mercado-consumidor-passivo, para mercado-produtor-ativo.

Somos por exemplo o 4º maior mercado consumidor de jogos eletrônicos no mundo, e não estamos nem entre os 10 primeiros produtores. Isso acontece também com outros produtos tecnológicos e com a inovação em geral.

**A INDÚSTRIA  
MANUFATUREIRA NO  
BRASIL CAIU DE 24%  
NA DÉCADA DE 60 PARA  
POUCO MAIS DE 8% DO PIB  
BRASILEIRO NO ANO DE  
2017**

Esse novo projeto precisa em primeiro lugar romper o cerco rentista (bancos, especulação financeira) que dita as regras da economia no Brasil, desde o governo Color passando por FHC, Lula e Dilma e principalmente Temer, onde 43% do nosso PIB está destinado a pagar bancos e financeiras juros e amortização da dívida interna.

Além disso precisa, também, propor uma reestruturação da economia que passe por:

 Defender os valores do trabalho e os trabalhadores dentro das novas tecnologias para que elas não signifiquem apenas lucros para as grandes empresas da economia criativa, mas sim novas oportunidades de inserção social e redução das desigualdades e não uma nova geradora de desigualdade. Segundo Richard Florida da universidade de Toronto nossa tarefa é construir uma comunidade criativa não apenas uma economia criativa”;

 Fortes estímulos à inovação tecnológica para possibilitar que a nossa indústria torne-se moderna e competitiva, com design nacional, novos processos industriais e novos produtos

 Defende uma revolução na educação e qualificação profissional que também está se revolucionando com as novas tecnologias;

 Dirigir investimentos públicos e privados para os setores de maior dinamismo econômico como as indústrias criativas, que mesmo na recessão cresceram o dobro e até o triplo do que a economia tradicional;

 Fomentar e desonerar tributariamente os empreendimentos criativos ligados ao design, inovação, ao turismo, a cultura;

**PSB40**

reduzir as taxas de importação para materiais de pesquisa, componentes de instrumentos musicais e outros itens não produzidos no Brasil;

**PSB40**

propiciar linhas de créditos especiais nos bancos públicos e privados com menos garantias patrimoniais para os empreendimentos criativos;

**PSB40**

Estimular econômica, financeira e institucionalmente o desenvolvimento do design nacional baseado na nossa identidade cultural, em software, arquitetura, moda, novos produtos industriais, artesanato, gráfica, áudio visual. Criação de um fundo nacional ou e de uma grande empresa de capital misto capaz de competir com as grandes corporações internacionais;



**PSB40**

estabelecer um novo marco legal capaz de amparar e estimular novas formas de produzir, nas áreas tributárias, previdenciárias, trabalhistas de taxas alfandegárias, e propriedade intelectual, de forma a libertar as atividades criativas do monopólio da mídia e do transporte de dados;

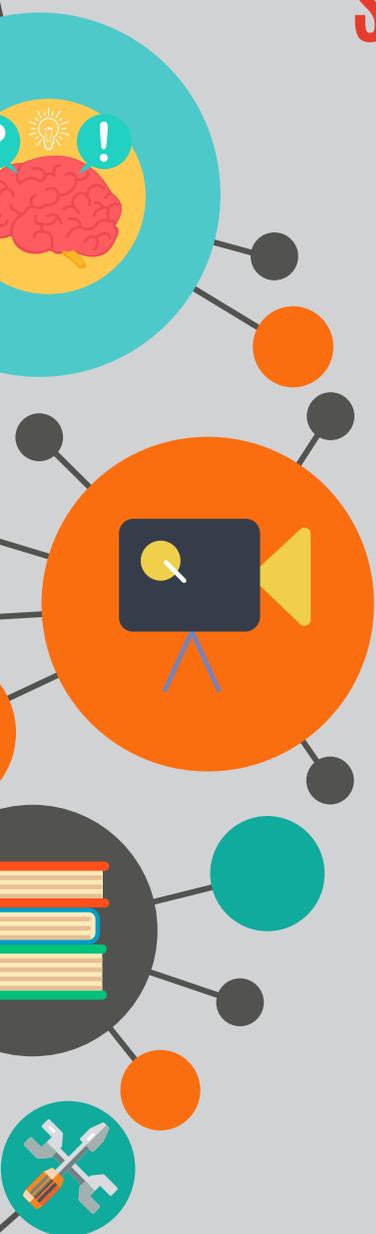
**PSB40**

implantar algumas dessas políticas públicas nos estados e municípios no sentido da multiplicação de Territórios, Distritos E Cidades Criativas. Como diz a consultora da UNESCO Ana Carla Fonseca, uma cidade criativa não é necessariamente aquela em que a economia criativa prevalece, mas sim, a cidade em que “soluções práticas para problemas ou antecipação de oportunidades, sejam elas inovação tecnológica, sociais ou culturais, estabelecem conexões entre o público e o privado, entre local e global, entre a economia, cultura e demais setores”.





# SOCIALISMO CRIATIVO: OBJETIVO E MÉTODO DE LUTA



# 3

## COMO OBJETIVO

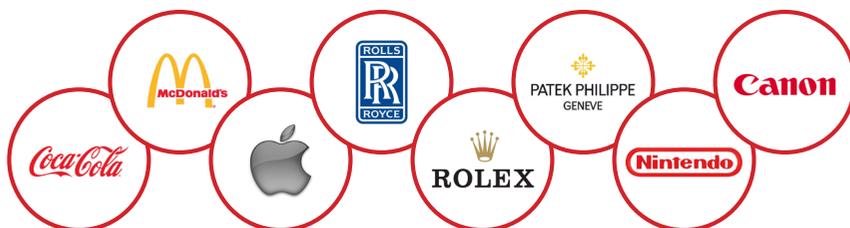
Nos últimos 100 anos o capitalismo demonstrou sua criatividade criando produtos de valor universal e montando uma vigorosa cadeia de distribuição desses produtos oriundos principalmente dos EUA, da Europa e do Japão.

Já o socialismo criou igualdade em proporção nunca antes vista pela humanidade. Alfabetizou, alimentou e assegurou saúde a mais de um bilhão de seres humanos, na China, União Soviética e até na pequena Cuba. Possibilitou também, níveis elevados de igualdade social nos países capitalistas do norte da Europa, o chamado “socialismo nórdico”.

A revolução tecnológica, no entanto, e o longo e relativo interregno de paz, impuseram aos dois sistemas um imperativo econômico e cultural: a competição criativa.

Ambos participaram da revolução tecnológica, a União Soviética e a China no setor militar, aeroespacial, de energia e transporte.

Estados Unidos, Europa e Japão, além desses setores desenvolveram também uma linha de produtos de consumo universal criando e vendendo grandes marcas (Jeans, Coca-Cola, Jazz, rock, McDonald's, Apple, Rolls-Royce, Rolex, Patek Philippe, Nintendo, Seiko, Canon) através das quais estenderam suas fronteiras econômicas e culturais.



As marcas e os produtos intensivos em design e tecnologia produzidas nos países capitalistas contribuíram para a formação de uma forte hegemonia política e cultural capitalista, até mesmo nos países socialistas. Como consumidores ou como fabricantes no caso da China.

Pode-se dizer que a grande marca do socialismo é o próprio socialismo com a sua promessa de igualdade.

Estamos, portanto, diante de um novo paradigma: o capitalismo criativo só será efetivamente superado por um socialismo criativo.

Mas estamos também diante de um grande desafio: construir um modelo de socialismo do século XXI que mantenha o seu DNA igualitário e humanístico, mas se adapte a novas formas de produção.

Por isso, a China, nos seus últimos planos quinquenais, tem colocado a Economia Criativa como sua prioridade número um. Pretende sair do “made in China” para O “design in China”.

Se o capitalismo criativo está voltado para atender exclusivamente o lucro das suas empresas, o socialismo criativo deverá voltar-se para o bem-estar e a valorização do trabalho inclusive do trabalho criativo.



O socialismo criativo deverá se constituir na dimensão humana do desenvolvimento das forças produtivas e da revolução tecnológica.

## **COMO MÉTODO DA LUTA COTIDIANA**

Os socialistas não consideram a economia criativa como uma panaceia universal, nem tem uma atitude de temor reverencial em relação à inovação e à revolução tecnológica. Consideram, sim, que esses novos elementos precisam ser incorporados a nossa luta maior pela transformação estrutural do país em direção a igualdade social. A revolução tecnológica não eliminou a contradição entre capital e trabalho, apenas a colocou em outro patamar. Por isso submeteremos a economia criativa a uma visão crítica do socialismo democrático.

Mas como enfrentar a grande crise de credibilidade e do esvaziamento ideológico pelo qual passam todos os partidos inclusive os de esquerda do Brasil e do mundo?

A própria forma de organização partidária está em cheque.

Novas bandeiras, novos conteúdos, novas formas de organização precisam ser levantadas e praticadas sob pena do obscurantismo, da vulgaridade e de um novo niilismo ocupar todo espaço político.

Em primeiro lugar vamos incorporar às bandeiras do PSB as propostas contidas no capítulo do socialismo criativo como estratégia de desenvolvimento transformando-as em reivindicações concretas junto às instâncias municipais, estaduais e federal.

Vamos utilizar as novas linguagens, oriundas das novas tecnologias, na nossa comunicação com a sociedade.

Vamos aprimorar a democracia digital interna do nosso partido com uma militância digital horizontalizada, mas fazendo valer a fidelidade aos princípios do socialismo democrático e da disciplina partidária. Ao invés do velho centralismo democrático, dos antigos partidos comunistas, uma nova democracia descentralizada, mas com foco nos objetivos comuns, nos programas e no estatuto do partido.

Vamos nos integrar e estimular as novas organizações de produção cultural, científica e de inovação, como os coletivos de trabalho, as associações profissionais, as cooperativas, as redes de startups. Levar a todas elas nossas propostas de trabalho e humanização da tecnologia.

Vamos criar coletivos políticos para estudar e trabalhar os temas relativos a mais valia e ao papel dos trabalhadores no novo mundo do trabalho criado pela revolução tecnológica. Exercendo sempre uma crítica socialista e democrática a essa nova realidade.

Vamos enfim, reinventar a militância política com essas e muitas outras novas ideias.



Está “cartilha” sobre Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento é uma das ferramentas de trabalho destinada a contribuir para o debate sobre o tema que já foi aprovado no XIV Congresso Nacional do PSB em março de 2018. Contém informações básicas e fundamentais para os Militantes Socialistas dos segmentos da Juventude, Negritude, Sindical, Movimentos Popular, Mulheres e LGBT. Mais informações e espaços de debates podem ser acessados através do nosso Site [www.socialismocriativo.com.br](http://www.socialismocriativo.com.br)

**CARLOS SIQUEIRA**  
**Presidente do Partido Socialista Brasileiro**

Queridos Companheiros e Companheiras, aproveitem, leiam, estudem e vamos colocar em prática a Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento. Nossa juventude é indutora de todas as mudanças que nossa sociedade precisa e somos vanguardas na defesa do desenvolvimento com distribuição de renda. Essa cartilha é um resumo de grande qualidade escrita pelo Domingos Leonelli e pelo Presidente do PSB, Carlos Siqueira. Faça um bom proveito, estamos à disposição. Um grande abraço!

**TONY SIQUEIRA SECHI**  
**Presidente Nacional da JSB**



[www.socialismocriativo.com.br](http://www.socialismocriativo.com.br)