

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE HUMANIDADES E SAÚDE
CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

BRUNA MARIA CRISPIM

O POTENCIAL DA ECONOMIA CRIATIVA NO INTERIOR DE SÃO
PAULO:
Festival Tanabata - Ribeirão Preto

RIO DAS OSTRAS

2018

BRUNA MARIA CRISPIM

O POTENCIAL DA ECONOMIA CRIATIVA NO INTERIOR DE SÃO
PAULO:

Festival Tanabata - Ribeirão Preto

Monografia apresentada no Curso de
Graduação em Produção Cultural da
Universidade Federal Fluminense, como
requisito parcial para a obtenção do título
de Bacharel em Produção Cultural.

Orientadora:

Pof^a Juliana da Silva Pinto Carneiro

RIO DAS OSTRAS

2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço à fé e a energia que me guiaram durante toda minha graduação, no qual me mantive forte e determinada, mesmo longe do aconchego familiar, mas que me deram grande conhecimento, experiência e amigos que levarei sempre comigo. Agradeço aos professores que me provocaram para que eu me tornasse cada vez mais crítica e excelente em tudo o que faço, ultrapassando os limites acadêmicos e profissionais e agradeço especialmente minha orientadora que sempre admirei e admirarei, Juliana da Silva Pinto Carneiro, que aceitou me acompanhar nessa aventura que seria tratar de um tema que me motiva e é tão atual, meu mais sincero obrigada por todo o apoio e companheirismo nessa jornada. Sou grata pela família que construí durante este processo, Carollina Sardou, Natália Monteiro, Patrick Nunes, Viviane Santos e Beatriz Siqueira, vocês e suas famílias se tornaram a minha família nos momentos em que precisei de força, apoio, carinho, abraços e conselhos, obrigada eternamente por abrirem suas casas e suas vidas para mim, agradeço também Larissa Cunha que com toda essa alegria e luz me deu ânimo para aguentar os últimos meses distante do meu lar.

Agradeço à minha maior inspiração, fonte de amor e carinho, minha mãe Patricia Maura, que com muito trabalho, esforço, cansaço e amor me manteve tão distante de minha casa para realizar meu sonho em estudar Produção Cultural, obrigada por me motivar, me apoiar em todas as minhas escolhas e por ser mãe e pai em todos os momentos que eu mais precisei, sua força é minha força, sua alegria é minha alegria, suas lágrimas são minhas lágrimas e nesse momento, minha conquista é sua conquista. Agradeço Minha avó Maria Cecília por todo amor, carinho, aconchego e palavras de paz que recebi, eu te amo grandemente e suas visitas foram o que me fizeram prosseguir com calma e determinação. Meus agradecimentos vão ao Tio Benício, minha Tia Ana Márcia e aos meus primos Júlia, Laura e Pedro, somos do mesmo sangue e do mesmo amor e vocês fizeram toda essa jornada valer a pena.

Família é algo tão bom que podemos estendê-la e agregar pessoas que nos doam amor sem esperar nada em troca, sendo assim agradeço à minha família do coração, obrigada ao meu companheiro Davi Praxedes que me acompanhou durante este processo e me deu palavras de força, de carinho e amor, além de estar comigo em todos os momentos de necessidade, agradeço à Rosana Fraga e Moacir Praxedes que me acolheram em sua família e me incentivaram a seguir meus sonhos. Agradeço à Thaís Padovani que me serviu de inspiração e exemplo, me cedeu sua amizade e seu coração para os momentos de alegrias e sofrimentos, obrigada minha

irmã. Por fim, mas tão importante, agradeço à primeira família que escolhi como minha, obrigada Júlia e Juliana Costa, que tão de longe vocês me lembravam as razões pelo qual viajei para tão longe e me trouxeram muita alegria em meio à saudade.

A todos que cruzaram meu caminho, me deram apoio, me trouxeram alegrias e me deram forças durante este processo, obrigada, vocês foram muito importantes para mim e para este momento de conquista. Agradeço à turma de 2016.1 que compartilhou comigo muitos conhecimentos e aprendizados por meio de tanta diversidade presente em um grupo, vejo esta etapa como vencida com sucesso, pois dei o meu melhor e recebi o melhor de cada um.

EPÍGRAFE

A cidade é um palco, subamos nele.

Flávio Aniceto

RESUMO

A Economia Criativa é um conceito atual que ainda está em disputa, por carecer de clareza, reforço conceitual, metodológico e crítico. No Brasil, o tema está relacionado com a diversidade cultural como um fator que possibilita o desenvolvimento social, cultural e econômico de territórios. A institucionalização do termo Economia Criativa ocorre em maior parte nas capitais, principalmente em São Paulo que é conhecida como uma Cidade Criativa, Este trabalho busca, através da análise de caso do Festival Tanabata, debater a descentralização do tema e apresentar o potencial da Economia Criativa no interior de São Paulo, na cidade de Ribeirão Preto, por meio da diversidade e expressões culturais presentes no município.

Palavras-chave: Economia Criativa, Indústria Criativa, Diversidade Cultural.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. CAPÍTULO UM: Sobre a Economia Criativa	16
2.1. Indústrias Culturais e Indústrias Criativas	17
2.2 Economia da Cultura e Economia Criativa	20
2.3. Contextualizando a Economia Criativa	21
3. CAPÍTULO DOIS: Um Histórico das Práticas Culturais de Ribeirão Preto e o Desenvolvimento Municipal Por Meio do Setor Criativo	26
3.1. Ribeirão Preto e a Criatividade	27
3.2. Um Breve Mapeamento das Formadoras Profissionais que Possam atuar no Setor da Economia Criativa em Ribeirão Preto	30
4. CAPÍTULO TRÊS: O Festival Tanabata Como um Potencializador da Economia Criativa em Ribeirão Preto	33
4.1. Contexto Histórico de Festival Tanabata Matsuri	33
4.1. A Importância do Festival Tanabata para Ribeirão Preto	36
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	39

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Quadro de Levantamento de Demanda Com Profissionais dos Setores Criativos	12
Figura 02: Classificação da UNCTAD para Indústrias Criativas	18
Figura 03: Quadro de Atividades do Núcleo - 2009	21
Figura 04: Número de Empregados na Economia Criativa e na Indústria Criativa no Brasil, por Área e Segmentos Criativos (2013 e 2015)	31
Figura 05: Representação de Kengyu, deus Tentei e Orihime	34

1. Introdução:

Ao iniciar a graduação no curso de Bacharel em Produção Cultural eu, assim como a maior parte do corpo discente, não tinha ideia do que realmente o curso iria proporcionar. Não esperava nada além de me tornar uma produtora cultural capaz de produzir e fomentar a cultura. Recebi muito além do esperado e descobri que a cultura ocupa dimensões maiores do que eu tinha conhecimento, partindo da visão de uma recém ingressante na universidade.

Ao longo do curso fui tendo a oportunidade de ler textos muito interessantes e, aos poucos, o debate sobre as políticas culturais no Brasil foi se tornando meu principal campo de interesse acadêmico. Um documento, em especial, me chamou muito atenção: O Plano Nacional de Cultura¹. Esse documento, que foi fruto de um longo debate com a sociedade civil, a partir de 2004, demonstrava que o Ministério da Cultura (MINC), reconhecia a cultura a partir de suas três principais: dimensão simbólica, cidadã e econômica.

A cultura como lugar de inovação e expressão da criatividade brasileira fará parte do novo cenário de desenvolvimento econômico, socialmente justo e sustentável. Os recursos nessa área serão distribuídos de forma democrática, e atenderão às necessidades locais e regionais. Em 2020, muitos territórios criativos terão sido reconhecidos e a produção cultural local terá apoio para sua sustentabilidade econômica. (METAS DO PLANO NACIONAL DE CULTURA, 2012, p. 18).

Desde então, compreender que a cultura poderia atuar também no desenvolvimento econômico de diversos territórios e do país de maneira geral, foi um marco que me acompanhou até este dado momento da minha graduação e me gerou diversos questionamentos de como isso poderia acontecer. Assim descobri o conceito de Economia Criativa que, em sua complexidade, me permitiu mergulhar nas investigações sobre a relação entre: cultura, criatividade e o desenvolvimento econômico.

¹ **O Plano Nacional de Cultura (PNC)** foi instituído pela Lei 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Ele tem por finalidade o planejamento e implementação de políticas públicas de longo prazo (até 2020) voltadas à proteção e promoção da diversidade **cultural** brasileira. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/>. Acesso em 19 de novembro de 2018.

Quando se trata da Economia Criativa, os estudos e ações em sua maioria são voltados para as Capitais². Este TCC pretende mostrar que existe um potencial da Economia Criativa para além destes grandes centros urbanos. Por isso, escolhi como objeto de pesquisa o estudo sobre ações de economia criativa na cidade de Ribeirão Preto, interior de São Paulo.

Ainda não fora realizado nenhum trabalho nessa área abordando o tema Economia Criativa na cidade e nem mesmo na região. Acredito que seja necessário revelar esse potencial que está constantemente presente no município. Apenas para ilustrar tal potencial, cito quatro diferentes iniciativas: a) A cidade sedia o Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais, b) De acordo com IPCA – IBGE 2015, Ribeirão Preto conta com 162 expressões culturais; c) Ana Fonseca fez uma palestra, em 2016, com o tema “*Cidades Criativas e Cidadania Ativa*”, inaugurando um debate na cidade sobre a capacidade de Ribeirão Preto em se tornar uma Cidade Criativa. d) No *Plano da Secretaria de Economia Criativa - Políticas, Diretrizes e Ações* (2011 – 2014), há um quadro que apresenta a demanda que se é esperado dos setores criativos, e é apresentado a atuação da Produção/Gestão Cultural.

SETORES CRIATIVOS	Representações Setoriais MInC/CNPQ	1º DESAFIO: Levantamento de informações e dados da Economia Criativa	2º DESAFIO: Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos	3º DESAFIO: Educação para competências Criativas	4º DESAFIO: Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos	5º DESAFIO: Criação/Adequação de marcos legais para os setores criativos
Criações Funcionais	Gestão/Produção Cultural	<ul style="list-style-type: none"> Mapeamento das micro-empresas culturais e dos potenciais pequenos e médios investidores da cultura.; mapeamento de atividades dos setores criativos (PC) 	<ul style="list-style-type: none"> Linhas de créditos para abertura de micro e pequenas empresas e manutenção nos primeiros dois anos de existência; Editais de fomento para desenvolvimento de projetos culturais (PC). 	<ul style="list-style-type: none"> Fomção técnica e superior para gestores, empreendedores e demais profissionais dos setores criativos (áreas administrativas, financeiras, marketing, jurídicas etc.); Intercâmbio de profissionais brasileiros em países de referência em políticas públicas para a economia criativa por meio de bolsas de estudos ou estágios remunerados (PC). 	<ul style="list-style-type: none"> Apoio as redes e coletivos, programas de apoio a produção e circulação de projetos, eventos, produtos e serviços criativos. (PC) 	

Vejo neste trabalho um papel fundamental para somar estudos sobre a Economia Criativa, destacando o que está sendo produzido e possibilitando uma motivação para novos trabalhos e empreendimentos criativos na cidade. Deste modo, irei pesquisar e apresentar alguns elementos da Economia Criativa que estão presentes no Festival Tanabata que integra o calendário cultural de Ribeirão Preto – SP desde 1994.

Em 2018, o Festival Tanabata completou sua 24ª edição comemorando os 110 anos de imigração japonesa, e tem cumprido uma função de grande importância na cidade e na região,

² Apenas como exemplo cito o a inauguração, em 2018, do Centro Nacional de Referência em Empreendedorismo, Tecnologia e Economia Criativa administrado pelo Sebrae-SP no Palácio dos Campos Elíseos.

tanto por somar a agenda cultural da cidade e trazer uma manifestação cultural que represente a história e a diversidade cultural que há em Ribeirão Preto, quanto por realizar um trabalho em rede, unindo mais de um setor criativo em um mesmo evento e unir-se com outras instituições, sociedade civil e programas para a realização do evento, além de agregar valores culturais e econômico.

Partindo dessa perspectiva, o trabalho tem alguns objetivos: a) Observar e apontar os elementos da Economia Criativa no Festival Tanabata ; b) Identificar a importância desse setor para a população ribeirãopretana e para o desenvolvimento (social, cultural e econômico) do município; c) Dialogar com atores atuantes do setor criativo para compreender como se dá essa atuação na cidade de Ribeirão Preto, caracterizando dificuldades e facilidade que encontram e criar um material de estudos sobre Economia Criativa na cidade de Ribeirão Preto.

Para a realização deste presente projeto, foram usados para a pesquisa os seguintes métodos: levantamento de bibliografia; entrevistas com realizadores e participantes do festival; entrevista com membros do IPCCIC³; levantamento de dados por meio da Secretaria de Cultura de Ribeirão Preto e pesquisas participativas durante a realização do Festival.

Os textos teóricos (bibliografia) foram importantes para o referencial conceitual do TCC no que se refere as características da Economia Criativa e seu fomento a partir de festivais. A economia criativa é um tema complexo, repleta de conceitos e ações, e para a realização deste trabalho priorizei os trabalhos de Claudia Leitão e Ana Carla Fonseca Reis autoras que tratam a economia criativa na sua relação com a cultura e a diversidade cultural.

Ademais, abordarei como esses elementos da economia criativa podem ser responsáveis pelo desenvolvimento social, cultural e econômico de determinado lugar, assim como é proposto por PAGLIOTO (2016) e os conceitos abordados por Georgia Nicolau.

Quando se trata de propor estratégias de desenvolvimento para países periféricos, a Economia Criativa tem se tornado um conceito cada vez mais acessado. Essa pode ser sistematicamente entendida como uma forma de promoção do desenvolvimento, quando entendemos por “desenvolvimento” um conceito “neutro”, aplicado de forma equivalente a países ricos e pobres em seus processos de geração de riqueza,

³ Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais.

crescimento, ou mesmo de promoção das liberdades individuais e outros avanços sociais abstratamente definidos. (PAGLIOTO, 2016, p. 26).

Após as leituras, foram realizadas as entrevistas com organizadores e participantes do Festival Tanabata para ouvi-los sobre a importância do evento para a cidade. Também realizei entrevistas com membros do Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais para compreender e identificar o que se tem visto como empreendimentos criativos na cidade de Ribeirão Preto, suas facilidades e dificuldades e como veem a potencialidade da economia criativa na cidade. Finalmente iniciei a redação.

No primeiro capítulo, abordarei o contexto e conceitos da Economia Criativa, compreendendo seu surgimento e como se deu seu processo de expansão. Busco demonstrar brevemente como se deu a passagem das ditas “indústrias culturais e criativas” para as políticas públicas voltadas para as artes e cultura, seguindo para a institucionalização e conceituação do termo economia criativa.

No segundo capítulo, apresentarei a cidade de Ribeirão Preto e farei um breve mapeamento das atividades e formações culturais e criativas que se tem na cidade além do Festival Tanabata. O objetivo é pensar qual é o potencial da Economia Criativa presente na construção do município, das ações culturais e criativas em uma cidade que está a 300km da capital, São Paulo, além de trazer as facilidades e dificuldades de atuação nessa área em Ribeirão Preto. Durante o processo de pesquisa, pude perceber que, mesmo a cidade tendo uma rede enorme de ações e iniciativas culturais que poderiam ser “enquadradas com economia criativa”, isso não acontece pois não há a institucionalização deste tema no setor público e nem mesmo no setor privado, deixando assim de consolidar políticas públicas para a economia criativa na cidade

Já no terceiro capítulo, apresentarei o Festival Tanabata e seus elementos de economia criativa. Pretendo apresentar os diversos setores que ocupam o espaço do festival, a a ação cultural realizada em rede. Meu objetivo neste capítulo é demonstrar que existem iniciativas de economia criativa em cidades que não são capitais e o Festival Tanabata é um estudo de caso na cidade de Ribeirão Preto.

2. Capítulo Um: Sobre a Economia Criativa.

[...] a economia do conhecimento ou da informação deixou de satisfazer como termo que sintetiza os novos requisitos da competição econômica. Em seu lugar, a criatividade deve ser entendida como a tendência mais recente dessa tentativa de síntese.

(MADEIRA, 2014, p. 40)

A Economia Criativa é um tema atual, com aproximadamente 24 anos de iniciativas e estudos e atualmente tem ocupado um espaço de grande importância para pesquisadores, profissionais da cultura e dos setores criativos.⁴

É um conceito que ainda está em disputa, por carecer de clareza, reforço conceitual, metodológico e crítico. Seguirei este trabalho em direção da compreensão de que a Economia Criativa está relacionada diretamente com a diversidade cultural, assim como é abordado pelo Plano da Secretaria de Economia Criativa (2011 – 2014).⁵

Neste primeiro capítulo, será apresentado o contexto no qual a Economia Criativa surgiu, tratando das indústrias criativas e culturais, apresentando quais são as indústrias criativas além de diferenciar o setor da Economia Criativa do setor da Economia da Cultura. Também serão levantados os conceitos do Economia Criativa, tanto em sua matriz Inglaterra quanto no Brasil. Ademais, será trazido como e quando esse conceito se deu no Brasil além de tratar sobre a importância de sua institucionalização no território brasileiro.

⁴ NEWBIGIN, John. *A Economia Criativa: um guia introdutório*. REY. Reino Unido: British Council, 2010.

⁵ Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>. Acesso em 20 de novembro de 2018.

2.1 - Indústrias Culturais e Indústrias Criativas.

Antes de entrar no tema das indústrias criativas, é necessário entender o que o antecede. Deste modo, trarei brevemente o debate sobre as indústrias culturais. Este fenômeno conhecido como indústrias culturais pode ser datado na virada do séc. XIX para o séc. XX e foi estudada e conceituada por membros da escola de Frankfurt, por um filósofo e um sociólogo alemães, sendo eles Max Horkheimer (1895-1973) e Theodor Adorno (1903-1969). No livro *Indústria Cultural e Sociedade* (2002) no qual reúne três ensaios importantes que são: *A Indústria Cultural - o Iluminismo como Mistificação das Massas*, (1947), (em co-autoria com Max Horkheimer); *Crítica Cultural e Sociedade*, (1949) e *Tempo Livre*, (1969), é possível compreender a visão dos estudiosos quanto ao tema indústria cultural:

A cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. [...] O cinema e o rádio se auto definem como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores-gerais tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos. Os interessados adoram explicar a indústria cultural em termos tecnológicos. A participação de milhões em tal indústria imporia métodos de reprodução que, por seu turno, fazem com que inevitavelmente, em numerosos locais, necessidades iguais sejam satisfeitas com produtos estandardizados. (T. ADORNO e M. HORKHEIMER, 1947, p.1).

Por ser um tema de total relevância para o setor da cultura, representando um marco para um novo conceito que surge, em uma nova era, o tema passou a ser estudado e pesquisado por demais referências. O entendimento de indústria cultural da Escola de Frankfurt foi retomado por pensadores contemporâneos como Bauman (2011) que propõe uma visão de cultura que se aproxima da missão que as indústrias culturais tinham, pensando em uma produção em massa, para um grande número de pessoas, também reconhecidas como uma massa social.

O nome “cultura” foi atribuído a uma missão proselitista, planejada e empreendida sob a forma de tentativas de educar as massas e refinar seus costumes, e assim

melhorar a sociedade e aproximar “o povo”, ou seja, os que estão na “base da sociedade”, daqueles que estão no topo.

(BAUMAN, 2011, p. 12)

Partindo desses conceitos de indústria cultural, abordarei a indústria criativa que gera empregos por meio de produções consideradas criativas e que têm seu valor originado de propriedade intelectual, dado seu início nos anos 1990. Visto como um tema que seria ainda mais abrangente do que as indústrias culturais, ocupando outras áreas e setores que também teria seu valor intelectual.

Em 1994, na Austrália, se tem o primeiro registro das indústrias criativas, ainda sem essa nomenclatura, por meio do *Creative Nation*, que são políticas públicas voltadas para a arte e cultura. A proposta era de valorização ao multiculturalismo e às diversidades culturais se opondo ao xenofobismo excessivo que havia na época e valorizando a integração do viés cultural e econômico, pois a cultura já era vista como uma geradora de riquezas.

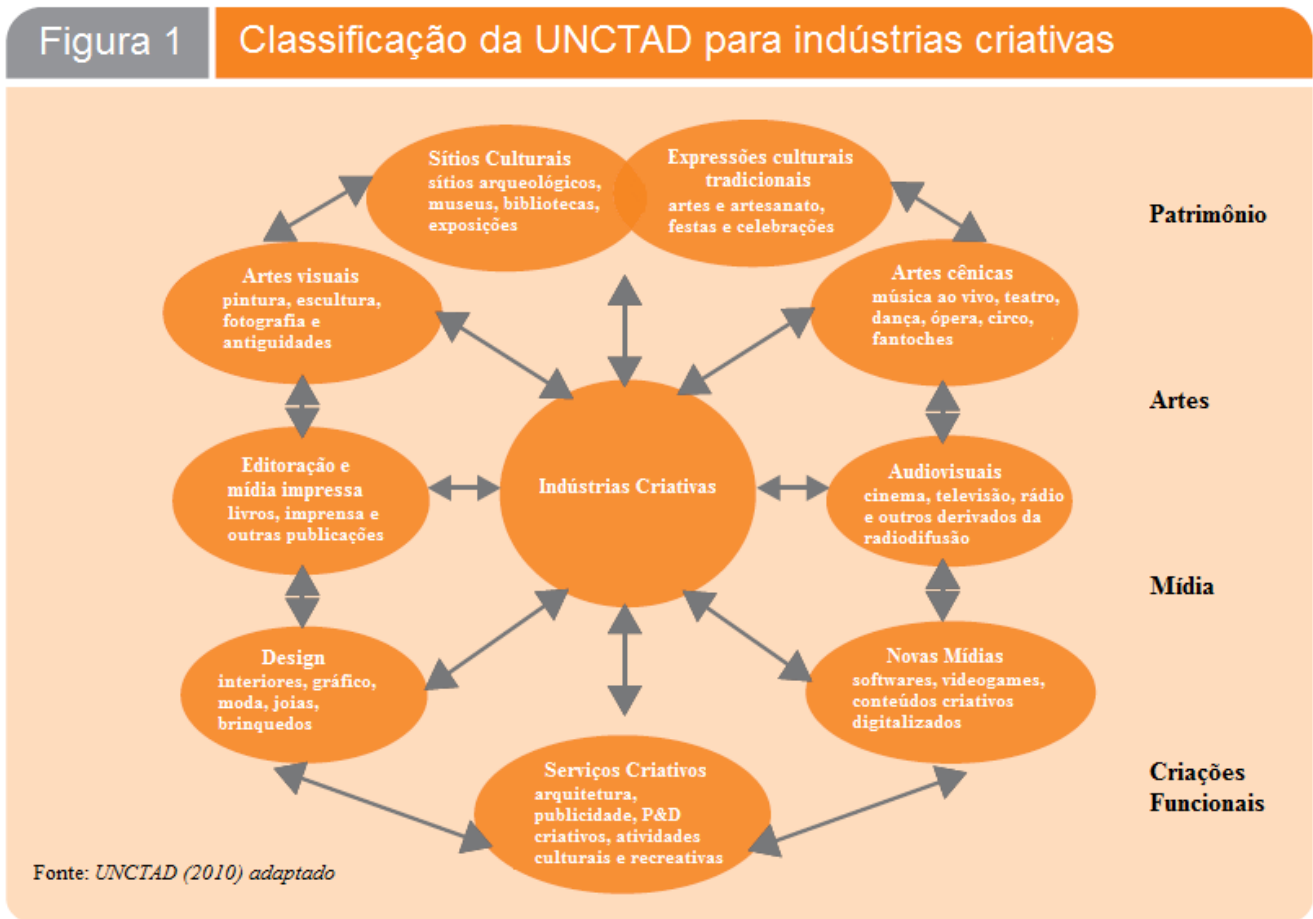
As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade. (JEFFCUTT 2000, p 123-124)

No Reino Unido em 1997, as indústrias criativas tiveram maior proporção do que na Austrália, com a união dos legisladores dos Departamentos de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido criando o primeiro documento de um governo, *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom*. Este documento conceitua a economia criativa e retrata que a grande quantidade de trabalhadores presentes na indústria criativa.

Um marco significativo na adoção do conceito de “indústrias criativas” foi a XI Conferência Ministerial da UNCTAD em 2004, e é de extrema importância para o tema os relatórios que são criados pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e

Desenvolvimento (UNCTAD). Desde 2008 são publicados vários estudos que apresentam definições, conceitos e dados sobre a complexidade da Economia Criativa.

Trago esta tabela disponível no *Relatório da Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável*, (2010), realizado pela UNCTAD, no qual é possível compreender quais são os setores que integram a categoria de indústrias criativas.



Deste modo, é possível notar que as indústrias criativas abrangem outros setores que não seriam capazes de fazerem parte indústrias culturais, que são especificamente voltadas apenas para o que é considerado uma produção cultural em massa, o que nos levará a entender que até mesmo a Economia da Cultura não cumprirá a mesma função que a Economia Criativa.

2.2 - Economia da Cultura e Economia Criativa.

É de extrema necessidade apontar as diferenças que se tem entre a Economia da Cultura e a Economia Criativa, sabendo que ambas foram pensadas de maneiras distintas, em épocas distintas, assim como ocorreu com as indústrias culturais e as indústrias criativas. Como já fora tratado anteriormente, as indústrias culturais foram vistas muitas vezes com uma perspectiva negativa, pois a cultura e as artes estavam sendo produzidas em massa, inseridas em um modelo capitalista de produção e distribuição. No entanto, é a partir dos anos de 1980, que estudiosos percebem que a interação entre a cultura e a economia não precisava ser vista necessariamente como algo negativo, pois poderia ser uma ferramenta para que se tivesse a preservação e potencialização de expressões culturais.

A economia da cultura, é um termo das ciências econômicas e remete a questões relativas a dimensão econômica do campo cultural, tais como geração de renda e emprego para os trabalhadores da cultura, artistas e artesões. Os estudos sobre a Economia da Cultura partem de Baumol e Bowen, publicando no livro *Performing Arts: The Economic Dilemma* (1966), tratando das artes performáticas e a necessidade de financiamento público para a realização das atividades, sendo uma expressão cativa no mercado.

No Brasil, em junho de 2006 foi aprovado pelo Minc o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (PRODEC), responsável por capacitar empreendedores, cooperativas e agentes do setor cultural, e tinha uma parceria com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), também investidor na Economia da Cultura.

Em 2017, o Minc lançou o primeiro livro totalmente voltado para a Economia da Cultura e também para a Economia Criativa, sendo ele o Atlas Econômico da Cultura Brasileira,⁶ com teorias, conceitos e pesquisas voltadas para esses setores.

Especialmente a partir da gestão de Cláudia Leitão⁷ a Economia Criativa foi institucionalizada pelo MINC para que se tivesse a realização de políticas públicas para as

⁶ Disponível em: http://www.cultura.gov.br/publicacoes/1/-/asset_publisher/xadX3oKvTsLq/content/atlas-economico-da-cultura-brasileira/10883. Acesso em 20 de novembro de 2018.

⁷ Cláudia Leitão foi responsável pela criação da Secretária da Economia Criativa (SEC) do MinC, tendo sido sua primeira gestora, entre os anos de 2011 a 2013. Possui vários livros e artigos científicos publicados, com destaque para as temáticas da economia criativa, cultura, desenvolvimento, turismo e políticas e gestão públicas. É consultora em Economia Criativa para a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD).

indústrias criativas. Contudo, diferente da Economia da Cultura que é capaz de agir apenas na dimensão econômica da cultura, a Economia Criativa é capaz de ser produzida por meio de expressões culturais e criativas, sendo vista como um setor macro comparado à Economia da Cultura, por essa razão é um tema complexo de se definir como sendo uma noção específica, se tornando um conceito em disputa entre estudiosos e pesquisadores.

2.3 - Contextualizando a Economia Criativa.

O conceito de economia criativa ainda é muito complexo. A literatura registra que esse termo aparece inicialmente relacionado às políticas públicas implantadas na Austrália e Reino Unido voltadas para a arte e cultura, que já em 1999, gerou cerca de US\$ 2.2 trilhões, o que seria equivalente a 7% da economia global.⁸

Em 2001, foi publicado o primeiro livro com o tema *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, escrito por HOWKINS, (2001), que retrata qual o significado de criatividade para o autor, sendo assim, vista como a liberdade da imaginação humana que é capaz de produzir coisas por meio da propriedade intelectual, no entanto, o mesmo acredita que a indústria criativa é a **produção** dos bens criativos, enquanto a economia criativa está mais relacionada com a **compra e venda** desses bens. Howkins também acredita que as diversidades existentes nas cidades sejam um fator importante para a existência e prática da criatividade, contando com diversas etnias, línguas, sotaques e culturas que compartilham de um mesmo ambiente.

O termo Economia Criativa gerou impacto em tantos outros países, como: Tailândia, China e África do Sul, agindo de maneiras diferentes de acordo com suas culturas e com a ação das indústrias criativas nesses mesmos países. No Brasil, já haviam atividades relacionada à Economia Criativa em alguns estados, contudo ainda não se tinha a institucionalização do tema até o ano de 2008. No ano de 2008, foi publicado a *Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)*, do *Ministério do Trabalho e Emprego* e pelo *Sistema Firjan* que apresentou o mapeamento das indústrias criativas (considerando os conceitos baseados pela ONU, chancelado pela UNCTAD), e atividades que integrassem a economia criativa no estado do

⁸ MADEIRA, Mariana Golçalves. **Economia Criativa: Implicações e desafios para a política externa brasileira**. 2014. 321p. Brasília: FUNAG, 2014.

Rio de Janeiro, obtendo dados importantes como a média dos salários recebidos por profissionais da indústria criativa, que trarei abaixo:

Quadro 1 – Atividades do Núcleo - 2009

Grupos	Descrição	Empregados		Remuneração média (R\$)	
		MRJ	ERJ	MRJ	ERJ
322	Fabricação de instrumentos musicais	6	96	497,12	737,77
421	Construção de rodovias, ferrovias, obras urbanas e obras-de-arte especiais	4.636	6.993	4.959,11	4.100,15
581	Edição de livros, jornais, revistas e outras atividades de edição	4.341	4.863	3.350,18	3.135,57
582	Edição integrada à impressão de livros, jornais, revistas e outras publicações	5.197	7.191	1.852,72	1.689,00
591	Atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas de televisão	2.629	3.165	1.488,47	1.366,49
592	Atividades de gravação de som e de edição de música	508	530	3.871,36	3.736,73
601	Atividades de rádio	1.238	2.053	2.657,31	1.942,38
602	Atividades de televisão	11.451	12.352	5.557,59	5.275,67
620	Atividades dos serviços de tecnologia da informação	20.859	25.166	3.127,00	2.923,39
631	Tratamento de dados, hospedagem na internet e outras atividades relacionadas	2.649	3.948	2.886,34	2.514,80
711	Serviços de arquitetura e engenharia e atividades técnicas relacionadas	4.207	9.043	2.488,19	2.090,69
731	Publicidade	3.903	5.242	2.116,86	1.756,25
732	Pesquisas de mercado e de opinião pública	404	432	1.668,83	1.637,62
741	Design e decoração de interiores	156	192	2.151,25	1.905,96
742	Atividades fotográficas e similares	994	1.367	849,54	780,39
813	Atividades paisagísticas	525	810	641,37	649,68
859	Outras atividades de ensino	178	255	750,30	706,08
900	Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	1.960	2.619	1.366,90	1.236,61
910	Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental	724	745	3.114,72	3.054,23
932	Atividades de recreação e lazer	612	670	1.231,09	1.185,81
949	Atividades de organizações associativas não especificadas anteriormente	747	1.240	1.751,27	1.415,08
	Total	67.924	88.972	3.252,12	2.856,13

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego – MTE; Relação Anual de Informações Sociais – RAIS.

Este quadro evidencia que a Economia Criativa é tratada a partir de uma associação direta ao desenvolvimento social, cultural e econômico do país.

No Brasil, o primeiro intelectual a trabalhar de maneira mais consistente a relação direta entre cultura e desenvolvimento foi o economista Celso Furtado, que acreditava que a criatividade, a liberdade humana, a cultura e a diversidade cultural existente no país eram fatores de grande importância para o desenvolvimento do país.

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

(FURTADO, 2008, p.223)

Os pensamentos do economista foram essenciais no processo de construção da Secretaria da Economia Criativa abrigada pelo Ministério de Cultura (Minc) durante a gestão de Ana de Hollanda durante o governo Dilma Rousseff, com o apoio de Claudia Leitão que além de ser uma das criadoras da secretaria, foi gestora da mesma no período de 2011-2013.

O Plano da Secretaria de Economia Criativa foi escrito em 2011, mas publicado apenas no dia 1º de junho de 2012, fundamentando a economia criativa e partindo dos princípios de: inclusão social, sustentabilidade, inovação e diversidade cultural brasileira, voltando a políticas públicas para os setores da indústria criativa, reconhecidos como empreendimentos que atuam na economia criativa, pensando a economia criativa como um processo de criação e produção.

Criada pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) tem 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. O objetivo é contribuir para que a cultura se torne um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro.

(MINISTÉRIO da Cultura, 2013)

Ao longo dos estudos sobre a economia criativa no Brasil, foram existindo diversas referências que trouxeram pensamentos muito relevantes para o fomento e a ação da economia criativa no país, assim como Bárbara Paglioto, em sua participação no livro *Por um Brasil Criativo*, (2016).

Neste livro, a autora escreve um artigo chamado “*Economia Criativa: uma mediação entre a cultura e desenvolvimento*” onde ela aborda como a economia criativa por meio da cultura é capaz de gerar desenvolvimento em qualquer território, sendo principalmente uma estratégia de desenvolvimento aplicada em países e/ou territórios periféricos.

Georgia Nicolau, com seu texto escrito para o livro *De Baixo para Cima*,(2014) com o título “*O desafio de uma política de economia criativa aberta e em rede*” traz o contexto em que o termo economia criativa se implanta no Brasil, além da importância da institucionalização desse tema para que se tenha políticas públicas voltadas aos

empreendimentos criativos, tendo sempre como base a diversidade cultural brasileira, tratando também das ações em Rede como os CEUs – Centros De Artes e Esportes Unifica e as Incubadoras Criativas.

A urbanista e economista Ana Carla Fonseca Reis é um exemplo dessas referências, sendo a primeira a trazer o termo cidades criativas no Brasil, pensando na cidade como um espaço que seja capaz de liberar ainda mais a criatividade humana, não apenas em alguns pontos da cidade, mais em um todo. Contudo, a autora reconhece que há problemas em todos territórios, o que não impede uma cidade de ser criativa, além de fazer o levantamento de um ponto essencial na Economia Criativa, que é a estruturação em forma de redes. Em 2016, Ana Fonseca esteve em Ribeirão Preto no evento Agenda Ribeirão, organizado pelo grupo EPTV-filiada da Rede Globo juntamente com a Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), com o tema “Cidades Criativas e Cidadania Ativa” e fez lembrar da importância da educação e da diversidade cultural para que se tenha uma cidade criativa. Durante a palestra, Ana Fonseca trouxe sua visão sobre a cidade e região de Ribeirão Preto:

“É preciso entender os desafios e oportunidades de cada cidade. A região de Ribeirão Preto apresenta um grande crescimento e aponta importantes números na educação, o que proporciona um ambiente criativo.” (REIS, 2016)⁹.

Em 2017, foi lançado o *Atlas Econômico da Cultura*¹⁰. Tal publicação faz uma estimativa de que o setor criativo representa 2,6% do PIB brasileiro, o que parece pouco, mas a cada ano vem aumentando progressivamente. Em 10 anos teve um crescimento de 70%, estima-se que, até 2021, a Economia Criativa será referente de 4,2% a 4,6% do PIB brasileiro. Ele é considerado um setor que ultrapassa as barreiras da crise econômica e continua a crescer, mesmo em meio à recessão econômica do país.

Em várias destas publicações o setor da gastronomia e festivais apareciam como um dos setores que poderia integrar a economia criativa, desde de que trouxesse elementos diferenciados e aproximações no que se refere à sua dimensão cultural. Diante disso, me convenci que o Festival Tanabata poderia ser objeto de estudo no campo da economia criativa pois ele

⁹ RIBEIRÃO Preto sedia debate sobre Cidades Criativas. Ribeirão Preto: EmRibeirão, 2016. Disponível em: <<http://emribeirao.com/cidades/ribeirao-preto-sedia-debate-sobre-cidades-criativas-4461>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

¹⁰ VALIATI, L.; FIALHO, A. L. Atlas Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia I. Editora da UFRGS, Porto Alegre, 2017.

traz essa dimensão econômica da gastronomia, a partir de um viés cultural de uma comunidade nipônica, onde o ato de “comer” ultrapassa o simples ato de e “comercializar a comida”

Durante a realização do 24º Festival Tanabata em 2018, pude realizar algumas entrevistas com o público. Uma das entrevistadas disse que as artes visuais e marciais são os grandes atrativos do evento, porém o que mais empolga os visitantes é a gastronomia japonesa que está muito presente em diversas barracas que comercializam seus alimentos, tanto as que são do grupo de organizadores, Associação Cultural Japonesa e Associação Nipo-Brasileira quanto aos grupos que se inscrevem antes da realização do evento para colocarem suas barracas dentro do festival, com comidas típicas japonesas como sushis, yakissoba e bebidas como saquê, contando também com demais alimentos como sorvetes produzidos de acordo com a gastronomia japonesa e pastéis.

Há também a participação de ambulantes que aproveitam esse período de festival e vendem seus produtos na parte exterior do evento, gerando também rendas extras durante a realização do Festival Tanabata, fomentando os trabalhos em Rede, que são princípios muito importantes quando se é tratado de Economia Criativa, unindo diversas pessoas, de diversos setores em prol de uma ação, assim como é no festival, que conta com o apoio da Secretaria de Cultura de Ribeirão Preto, com os comerciantes que vendem seus produtos nas barracas, além da Associação Nipo-Brasileira e Associação Cultural Japonesa que utilizam das leis de incentivo para a realização do evento.

3. Capítulo Dois: Um Histórico das Práticas Culturais de Ribeirão Preto e o Desenvolvimento Municipal por Meio do Setor Criativo.

Antes de se ter o nome Ribeirão Preto, o então demarcado “*Sertão Desconhecido*” foi habitado por índios caiapós. Após longo tempo, em 19 de junho de 1856, a cidade foi fundada com o nome inspirado no ribeirão que a atravessava chamado Ribeirão Preto. A cidade ficou famosa por ser historicamente conhecida como a Capital do Café, o que motivou a chegada de grande parte de imigrantes japoneses após o período escravagista, sendo cerca de 70% do total que chegaram no país, o que estima-se a aproximadamente 52 famílias, que totalizavam em 210 pessoas que foram para a cidade de Ribeirão Preto, depois se distribuindo pela região. As embarcações japonesas oficialmente chegaram no Brasil em 18 de junho de 1908, com o navio KASATO MARÚ, e o destino era Santos - SP.

Partindo de Santos, em 29 de junho de 1908 chegaram a Ribeirão Preto 52 famílias de imigrantes japoneses, num total de 210 pessoas. Era manhã, já estando o sol a sair quando o trem parou na velha estação da Mogiana (local ocupado hoje pelo Pronto-Socorro e Praça Schmidt na Av. Jerônimo Gonçalves). Dos vagões desceram os imigrantes com malas, sacolas, trouxas. Não tiveram recepção festiva e nem visitaram a cidade. Tradutores, na maioria japoneses que falavam um português espanholado acompanhavam o grupo. Os fazendeiros interessados já estavam esperando; aos poucos os imigrantes foram sendo encaminhados para as fazendas localizadas nos distritos de Guatapará, Dumont, etc. O trabalho nas roças de café começou logo cedo no dia seguinte. (SECRETARIA de Municipal da Cultura de Ribeirão Preto).¹¹

Ao longo de sua história, a cidade passou a ter uma grande importância para o Estado de São Paulo, mesmo estando a aproximadamente 316 km de distância da capital. A relevância econômica do município se explica, principalmente, por sua produção de café, cana-de-açúcar e agropecuária. Ribeirão Preto se tornou cada vez mais habitado, especialmente por ser um local que gera grande número de empregos, tanto no Estado de São Paulo quanto em sua região. O reconhecimento da centralidade econômica de Ribeirão Preto foi atestado através do Projeto de Lei Complementar nº 16/2016, assinada pelo até então governador Geraldo Alckmin, que

¹¹ Colocar aqui o endereço eletrônico do site onde está escrito isso.

oficializou Ribeirão Preto como uma metrópole e a primeira unidade regional do Estado no interior, e com uma população estimada pelo IBGE de aproximadamente 694 534 mil habitantes em 2018, englobando em sua região 34 municípios, formando então a Região Metropolitana de Ribeirão Preto.

Na história de Ribeirão Preto, as imigrações foram de extrema importância para a construção das práticas culturais e criativas que até hoje fazem parte do cotidiano ribeirãopretano como a imigração dos africanos, franceses, japoneses e italianos, que auxiliaram na construção do Ribeirão Preto de hoje. Sabe-se que a economia de Ribeirão Preto era totalmente rural até a década de 1910 e haviam poucos costumes e práticas de cultura e lazer além do lar e dos costumes religiosos, que eram muito valorosos para o município e a população da época, além da apresentação de fantoches, circos e companhias de curta temporada, em que todos eram realizados com escassez de estrutura. Foi a partir da década de 1910 que os costumes culturais e de lazer passaram a se tornar extra doméstico, com o primeiro estabelecimento para diversão sendo o Salão Barroso, que era onde os homens jogavam bilhar e falavam de política, se tornando mais tarde o Teatro Eldorado, uma das primeiras casas de espetáculo e na década de 1940 o monumento localizado na Rua Visconde do Rio Branco se tornou o famoso Cassino Antártica.

Era muito comum que o teatro e o cinema estivessem absolutamente relacionados em Ribeirão Preto, visto que os empresários da cultura uniram as duas atividades que eram apresentadas em uma mesma casa de espetáculos, que eram o Teatro Carlos Gomes, Cine-Teatro Bijou e o Paris Theatre, entre outros, que eram gestados por François Cassoulet, francês que foi conhecido como um empresário da noite, que tinha cassinos e cabarés e trazia prostitutas francesas para trabalharem na cidade. Com tanta popularidade, essas atividades culturais e extra domésticos geravam um número grande de recursos para os empresários da cultura, que investiam na compra dos patrimônios para a realização de atividades culturais localizados no *Quartirão Paulista, onde ficava o Teatro Carlos Gomes que atualmente é ocupado pelo conjunto arquitetônico que abrange o Teatro Pedro II, o prédio do antigo Palace Hotel e o Edifício Meira Júnior, onde funciona o "Pinguin II".*¹

O setor gastronômico de Ribeirão Preto foi o principal responsável pelo desenvolvimento da cidade e impulsionador econômico no período da crise de 1929.² Foi justamente o setor gastronômico, especificamente as indústrias de cerveja, que alavancou um mercado de diversão e entretenimento que, até hoje, têm uma marca registrada na cultura da

cidade, tendo como grande referência a Choperia Pinguim, inaugurada em novembro de 1936 que oferece um dos melhores chopes do país e integra o Quarteirão Paulista, e a cervejaria Colorado (1996), que é uma grande referência no Brasil.

Desde a sua inauguração, em 1914 até a década de 70, a fábrica de bebidas da Cia. Paulista foi, juntamente com a Cia. Antártica, responsável pelo desenvolvimento urbano da cidade. Gerou inúmeros empregos e contribuiu para a formação de mão-de-obra especializada, operariado este formado por imigrante, na sua grande maioria. Localizada às margens do córrego (Preto), que dá origem ao nome da cidade, contribuiu ainda para os melhoramentos quanto ao abastecimento de água e energia daquela região da cidade, impulsionando o crescimento do Bairro de Vila Tibério e região Central da cidade. (SECRETARIA Municipal de Cultura de Ribeirão Preto).¹²

A Cia Cervejaria Paulista, foi fundada em 25 de abril de 1913 na Rua Duque de Caxias 98, visto que a com a imigração italiana, foi introduzida uma forte cultura entre a população da cidade em se beber vinho e as cervejas que eram produzidas em Ribeirão Preto, contando com a excelente qualidade da água mineral. A primeira fábrica foi instalada na Rua Visconde do Rio Branco, contudo a nova fábrica construída na Avenida Jerônimo Gonçalves inaugurada em 18 de abril de 1914 foi a que permaneceu até seu fechamento e ficava do lado oposto de sua rival, Cia. Antártica Paulista, que também fabricava bebidas.

3.1 Ribeirão Preto e a Criatividade.

Visto pela conjuntura em que Ribeirão Preto foi construída e desenvolvida, é possível pressupor que já era uma cidade que já emanava criatividade em sua produção, como é o caso das indústrias de cerveja até a década de 1970 que foram fundamentais no processo de desenvolvimento da cidade. Outras iniciativas foram tomadas no município, como produções culturais que viabilizassem a diversidade cultural existente na cidade adquirida por meio de

¹² PREFEITURA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO. Histórico da Cia Cervejaria Paulista. Ribeirão Preto, SP. Disponível em: <https://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/scultura/argpublico/historia/i14paulista.htm>. Acessado em: 22/11/218.

sua história de imigração. Como exemplo dessas manifestações culturais, se tem o carnaval de rua que é realizado em Ribeirão Preto desde os anos de 1940 e cativou por muito tempo a população da cidade, tendo uma importante escola de samba na história carnavalesca ribeirãopretana e do Brasil que é o Grêmio Recreativo Escola de Samba Bambas. Conhecido anteriormente como *Sociedade Recreativa Dançante Bambas*, foi fundada em 1927 e registrada como a mais antiga escola de samba do Brasil, obtendo em 1985 sua primeira vitória nos concursos carnavalescos da cidade. Desde então, se tornou um símbolo no contexto cultural de Ribeirão fazendo parte, em 2010, do Programa Cultura Viva, tornando-se o Ponto de Cultura “Mosaico dos Bambas”, com o apoio da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto e do Ministério da Cultura, focado em atingir a história do negro no Brasil e a importância de suas manifestações culturais na construção de um patrimônio imaterial que é o samba.

Um outro importante evento que ocorre na cidade, desde 2000, é a Feira Nacional do Livro de Ribeirão Preto. Considerada a segunda maior feira do livro a céu aberto do Brasil, ela é executada no Quarteirão Paulista. Ela é gratuita e também recebe apoio do Proac e pelo setor privado em parceria com a Secretaria de Municipal de Cultura da cidade.

No livro *De Baixo Para Cima* (2014), Georgia Nicolau traz uma citação presente no site do Ministério da Cultura:

Apoiar e possibilitar a articulação de pontos rizomáticos nos mais variados Sistemas Produtivos da Cultura e nas mais diversas manifestações e expressões de linguagens artísticas.

O caráter social aplicado à economia é uma opção pela economia colaborativa e sustentável. Dessa forma, pretende-se criar um sistema alternativo ao da indústria cultural propiciando a diversidade e não a homogeneidade da cultura.

No período em que o carnaval é realizado, o que muito agrada o público da cidade também são as apresentações dos maracatus, que trazem toda a representação da matriz africana nas ruas da cidade, sendo também uma manifestação cultural que é capaz de fomentar a economia criativa por meio da diversidade cultural, como ocorre com as manifestações dos grupos de maracatu no estado de Pernambuco, que são uma grande referência no país.

Dentre essas manifestações culturais há também o Festival Tanabata que, em 2018 realizou sua 24ª edição, trazendo para a população ribeirãopretana a cultura Japonesa em diferentes aspectos, tais como a gastronomia, que é de grande importância para a cidade; as danças e músicas orientais; artes marciais etc. Outro evento importante é o Festitália, que traz essa mesma amplitude do Festival Tanabata. Ambas recebem o apoio do Programa de Ação Cultural (Proac) e da Secretaria de Municipal de Cultura de Ribeirão Preto.

Os festivais estão se tornando extremamente significantes para a cidade de Ribeirão Preto, pois além dos que já foram apresentados acima, existem os festivais de dança e teatro na cidade, assim como o novo Festival Caipira, que teve sua primeira edição em outubro de 2018. Tais festivais trazem ações através dos setores de gastronomia, música, apresentações de danças e expressões culturais típicas, entre outras, ampliando o mercado de produção cultural da cidade que ainda tem a agropecuária como sua atividade econômica central, mas pode encontrar por meio dessas atividades culturais e criativas uma contrapartida econômica para a cidade a partir da Economia Criativa, que já é muito utilizada em diversos territórios como um método de desenvolvimento social, cultural e econômico.

Ao se pensar no fomento da Economia Criativa para tornar a cidade criativa, sustentável e desenvolvida, assim como é proposto pela visão de economia da UNCTAD, é necessário que seja realizado um diagnóstico sobre essas atividades culturais que são realizadas em Ribeirão Preto.

Uma referência para a cidade, é o Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais (IPCCIC), que foi criado em 2013 com o objetivo de pesquisar e estudar Cidade Criativa dando ênfase no fomento da Economia Criativa por meio do que o município já tinha a oferecer como: as cervejarias, arquitetura, patrimônios históricos e expressões culturais, pensando em maneiras de se consolidar políticas públicas para a economia criativa.

O papel do IPCCIC é realizar diagnósticos de potencialidade e de identidades culturais locais para a realização de projetos em economia criativa em Ribeirão Preto, e de acordo com a diretora do instituto Adriana Silva¹³, que é pesquisadora em economia criativa e arranjos culturais, a maior facilidade para que o município tenha um potencial em Economia Criativa é sua posição geográfica e ser sede de uma região metropolitana. Por outro lado, a maior

¹³ Adriana Silva é Presidente e pesquisadora do IPCCIC - Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais. É presidente da Fundação do Livro e Leitura de Ribeirão Preto. Atua como consultora em gestão pública na área de Cultura, Educação e Comunicação pela Quanta Consultoria e Projetos. Foi consultora da Unesco a serviço do Minc. A entrevista foi realizada via mensagens dia 06/10/2018.

dificuldade de Ribeirão Preto, é que esse potencial em economia criativa é pouco aproveitado em função da falta de conhecimento do poder público referente a economia criativa, e tem como consequência a falta de dinamismo e institucionalização do tema.

No setor privado, também há essa falta de conhecimento, no entanto, há iniciativas que podem ser consideradas economia criativa, como: desfiles de moda, exposições de ambientes com produção de designer de interiores, produções audiovisuais etc; Contudo, não são realizadas usando a nomenclatura de uma Atividade da Economia Criativa, sendo assim não é possível fazer um diagnóstico e nem ao menos fomentar essas atividades sendo economia criativa de fato, a não ser pelo levantamento de hipóteses.

Deste modo, mesmo com a existência de tantas expressões culturais e demais atividades que podem ser uma maneira de fomentar a economia criativa em Ribeirão Preto, esse fato é impedido, pois não há a institucionalização deste tema no setor público e nem mesmo no setor privado, deixando assim de consolidar políticas públicas para a economia criativa na cidade.

3.2 Um Breve Mapeamento das Formadoras de Profissionais que Possam Atuar no Setor da Economia Criativa em Ribeirão Preto.

O setor da Economia Criativa tem crescido grandemente ao longo do tempo no Brasil, empregando em 2015 aproximadamente 851,2 mil profissionais, sendo São Paulo (328 mil) e do Rio de Janeiro (99 mil) de acordo com o *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil* (2008), FIRJAN. Estes profissionais da área criativa estão cada vez mais se aprimorando e se profissionalizando, possibilitando maiores níveis escolares, por essa razão possuem uma média de salário de R\$ 6.270,00, cerca de duas vezes mais que o salário de um empregado formal, R\$ 2.451,00. No livro *Atlas Econômico da Cultura Brasileira* (2017), foi realizado um levantamento sobre as ocupações de profissionais criativos e culturais usando como referência o mapeamento realizado pelo sistema FIRJAN.

Tabela 1 – Número de Empregados na Economia e na Indústria Criativa no Brasil, por Áreas e Segmentos Criativos (2013 e 2015)

SEGMENTO	EMPREGOS		
	2013	2015	VAR. %
Total Mercado de Trabalho	48.948.433	48.060.807	-1,8%
Indústria Criativa	850.404	851.244	0,1%
Consumo	380.797	376.275	-1,2%
Publicidade	112.667	131.717	16,9%
Arquitetura	124.470	113.499	-8,8%
Design	86.984	81.863	-5,9%
Moda	56.676	49.196	-13,2%
Cultura	62.115	66.527	7,1%
Expressões Culturais	22.491	26.815	19,2%
Patrimônio e Artes	16.423	16.005	-2,5%
Música	12.022	11.989	-0,3%
Artes Cênicas	11.179	11.718	4,8%
Mídias	101.388	95.099	-6,2%
Editorial	50.816	48.930	-3,7%
Audiovisual	50.572	46.169	-8,7%
Tecnologia	306.104	313.343	2,4%
P&D	166.300	164.346	-1,2%
TIC	112.942	120.601	6,8%
Biotecnologia	26.862	28.396	5,7%

Fonte: Firjan (2016).

Em minha pesquisa, parto da premissa de que os trabalhadores (formais e informais) da chamada “área criativa” da cidade de Ribeirão Preto precisam de ações de incentivo no campo de sua formação\especialização. O potencial latente existente na cidade precisa ser “aflorado” e, para tal, são necessárias iniciativas do poder público e do poder privado no que diz respeito à economia criativa. Minha hipótese é de que um dos pilares para o desenvolvimento da economia criativa em uma cidade é ter uma rede de trabalhadores que atuem nessa área. A cidade de Ribeirão Preto tem uma tradição de instituições que funcionam cumprindo essa função de formação técnica, mas que ainda tem uma visão muito limitada sobre como essas áreas (design, moda, gastronomia, etc.,) dialogam com o campo da cultura e podem ser enquadradas no conceito de economia criativa.

Citarei alguns exemplos de instituições da cidade tais como a Escola Profissional de Artes e Ofício, que foi inaugurada em 1927, na cidade de Ribeirão Preto, com os cursos de Mecânica, Marcenaria, Fundição, Eletricidade, Desenho e Costura. Desde 1994, é mantida pelo governo do estado, passando a se chamar Centro Estadual de Educação Tecnológica Paulo Souza, ministrando cursos técnicos gratuitos como design de interiores, eventos e eletrônica, para o público em geral.

Outro exemplo é a Escola Comercial Senac José Gomes da Silva, fundada em 1947 e desde então foi uma das responsáveis pela formação dos jovens e adultos de Ribeirão e região, fornecendo cursos livres e técnicos de gastronomia, moda, rádio e tv e design. Além dos cursos de nível técnico na cidade para a formação de profissionais das áreas culturais e criativas, há também os cursos de nível superior, como a Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP), que foi fundada em 1924, sendo a primeira instituição de nível superior da região de Ribeirão Preto, fornecendo atualmente cursos como Licenciatura em Música (o segundo curso superior nesta categoria na cidade, contendo também o Bacharel em Música da Universidade de São Paulo), Arquitetura e Urbanismo, Publicidade e Propaganda e Engenharia de Software.

Há também outras instituições de nível superior responsáveis pela formação de profissionais do campo da indústria criativa, como a Instituição Universitária Moura Lacerda que, em 1932 foi pioneira em educação em nível superior na área de Administração, tornando-se a segunda do Brasil e a primeira do Estado de São Paulo. Atualmente, também contém cursos em nível superior que possam ocupar a indústria criativa, oferecendo o único curso em nível superior da cidade em Moda, além dos cursos de Arquitetura e Urbanismo e Publicidade e Propaganda. Por fim, cito aqui a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Barão Mauá, agora Centro Universitário Barão de Mauá, fundada em 1968, sendo a única que leciona o curso de Tecnólogo em Gastronomia na cidade, oferecendo também os cursos de Tecnólogo em Marketing, Jogos Digitais e Design Gráfico, além dos cursos de Bacharel em Arquitetura e Urbanismo, Publicidade e Propaganda e Jornalismo.

Podemos afirmar que várias as áreas de formação presentes nestas instituições fazem parte da lista de indústrias criativas, no quadro do Mapeamento de Indústria Criativa no Brasil, realizado pela FIRJAN. São diversos setores e instituições para que se tenha a formação de profissionais capacitados a atuarem nas indústrias criativas, contudo, fortalecendo a visão da pesquisadora Adriana Silva, a falta de conhecimento da economia criativa impossibilita que todo o potencial encontrado em Ribeirão Preto seja concretizado, impedindo que as iniciativas com a nomenclatura da Economia Criativa se desenvolvam de maneira efetiva.

Seria de grande valor para a cidade que todas as atividades que estão sendo realizadas pudessem se unir e criar uma rede de produção, ainda inexistente em Ribeirão Preto. Mais do que isso, seria fundamental que as instituições de ensino, setor público e privado do campo cultural, tivessem políticas regulares e sustentáveis de fomentando à economia criativa na cidade.

4. Capítulo Três: O Festival Tanabata como um potencializador da Economia Criativa em Ribeirão Preto.

Dou início a este capítulo retomando um pensamento que formulei no capítulo anterior, quando compreendo que o grande responsável pela construção das expressões culturais na cidade de Ribeirão Preto foram as imigrações de africanos, franceses, italianos e japoneses. Sendo assim, procurarei dar ênfase à ação cultural que escolhi como objeto de pesquisa, o então Festival Tanabata, que se deu no município a partir da imigração japonesa e gerou-me uma concepção de ser um potencializador da Economia Criativa na cidade.

Deste modo, contextualizarei historicamente o Festival Tanabata Mtsuri em seu país de origem que é o Japão e como e quando se deu no Brasil, além de fazer um levantamento das características do evento que possa sustentar minha hipótese em integrá-lo ao setor da Economia Criativa e a importância desta expressão cultural para o público e pela atual gestão pública de cultura da cidade por meio de entrevistas.

4.1 O contexto histórico do Festival Tanabata Matsuri .

O Festival Tanabata ou Tanabata Matsuri, também conhecido como Festival das Estrelas surge a partir de uma lenda chinesa há mais de 4.000 anos e adaptada pelos japoneses, no qual a filha de um poderoso deus *Tentei*, a princesa *Orihime* estava a tear em certo momento conheceu um rapaz que conduzia bois, *Kengyu* e apaixonaram-se grandemente. Após se casarem, ficaram totalmente controlados pela paixão, deixando de lado todos os afazeres cotidianos e o pai da jovem, ao notar as condições em que o casal vivia, decidiu então fazer com que ambos vivessem separados, mantendo cada um de um lado da Via Láctea. Contudo, ao notar a tristeza da filha o pai permitiu que se reencontrassem uma vez ao ano, sendo o sétimo dia do sétimo mês. De acordo com a mitologia japonesa, Orihime é representada pela estrela Veja, o rapaz pela estrela Altair, que vivem de lados opostos da galáxia e se encontram apenas uma vez ao ano.



Na imagem se tem os ornamentos representando Kengyu, deus Tentei e Orihime

O festival teve início na Corte Imperial do Japão há cerca de 1.150 anos e tornou-se feriado em 1603. A festa é realizada no sétimo mês, coincidindo com as férias de verão e é mais tradicional em Miyagi. No Brasil, o primeiro Festival Tanabata foi realizado em Assaí, no Estado do Paraná em 1978. No ano seguinte, o Festival das Estrelas ou Tanabata Matsuri passou a ser realizado todo o mês de julho, em São Paulo, na Praça da Liberdade, organizado pela ACAL - Associação Cultural e Assistencial da Liberdade e pela Associação da Província de Miyagi.

Em 1994, o Festival Tanabata passou a fazer parte do calendário cultural de Ribeirão Preto, organizado pela Associação Cultural Japonesa e Associação Nipo-Brasileira com o apoio da Secretaria Municipal de Cultura de Ribeirão Preto.¹⁴ A primeira edição do festival se deu na esplanada do Theatro Pedro II e, em 1996, passou a ser realizado no Teatro de Arena que fica nos fundos do Bosque Municipal localizado no Morro do São Bento. Contudo, com o crescimento do evento todo o espaço do Morro do São Bento passou a ser ocupado, mantendo assim três de festival com entrada gratuita, com o objetivo principal de transpassar os conhecimentos da cultura e criar uma relação da colônia japonesa com a comunidade.

¹⁴ Alguns textos memorialísticos da cidade registram que houve um contingente enorme de japoneses inseridos no cotidiano da cidade, 70% dos que chegaram no Brasil

Todos os festivais mantêm características em comum que são as decorações em bambus, ornamentações e enfeites coloridos, shows de cantores e karaokê, lutas marciais, show de Taikô (tambores), oficinas de: mangás, origami, bonsai e pipas. Em Ribeirão Preto são realizados também exposições de artes plásticas na Casa de Cultura, onde também é a Secretaria Municipal de Cultura, a venda de produtos japoneses por meio de barracas da Associação Nipo-Brasileira e de expositores e comerciantes que se inscrevem por meio de edital para terem suas barracas dentro do Festival Tanabata, além da culinária típica japonesa que é o que o público mais procura no evento.

Para transpassar os conhecimentos da cultura nipônica e criar uma relação da colônia japonesa com a comunidade, o Festival Tanabata era composto de artes tradicionais e folclóricas do Japão, mas como se pode ver no trabalho de CAUCHICK (2011), houve um momento em que a cultura pop como por exemplo os cosplays e danças contemporâneas, que é um fator que proporciona um aumento no público jovem começaram a ter uma necessidade de integrar o festival. Atualmente se tem até mesmo um palco exclusivo para esse público, desta forma, algumas barracas que são montadas dentro do evento vendem vestimentas de personagens de animes japoneses e acessórios como brinquedos, posters, pelúcias, chapéus etc., que são muito consumidos por esse público jovem que aproveitam o período da realização do Festival Tanabata para vestirem a moda japonesa e representarem seus personagens favoritos.

Assim como a moda, a gastronomia contribui para o setor das indústrias criativas e, retomando novamente sobre o que dissertei no Capítulo 2, Ribeirão Preto é uma cidade que foi desenvolvida por meio das indústrias de cerveja que me fez pressupor que a gastronomia classificada pela UNCTAD como parte das indústrias criativas, já estava presente na cidade desde o início do desenvolvimento municipal e até os dias de hoje, é um dos principais potencializadores da Economia Criativa na cidade, o que não é diferente no Festival Tanabata.

A praça de alimentação do festival é com diversas barracas e variedades gastronômicas japonesas agradando o público de modo geral, com comidas típicas japonesas, que com sua diversidade é o que mais chama atenção do público em geral. Por mais que não seja o fator principal das visitas e consumos da população, o design e as tecnologias japonesas também ocupam o espaço das barracas montadas dentro do festival, com artefactos de decoração e utensílios típicos japoneses, além dos massagedores eletrônicos etc.

4.2 A importância do Festival Tanabata para Ribeirão Preto.

Ao longo dos anos, o Festival Tanabata passou a se tornar de extrema importância para a população ribeirãopretana e para os que vivem na região metropolitana, visto que é um dos principais e mais tradicionais eventos no município, justamente pelo grande número de imigrantes e descendentes de japoneses que habitam na cidade e na região, mas principalmente por proporcionar uma rica experiência e diversidade cultural e gastronômica, motivando justamente a troca entre a colônia japonesa e a sociedade.

Em 2015, o festival contou com um público de 60 mil pessoas, porém, em 2016, o festival deixou de acontecer por falta de recursos, e de acordo com os organizadores havia uma insegurança pela crise econômica e a dificuldade na captação de Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), por meio do Programa de Ação Cultural do Estado de São Paulo (Proac).

No ano de 2017, o Festival Tanabata é retomado e obtém uma grande conquista. No final do mês de fevereiro foi votada e aprovada a proposta do vereador Alessandro Maraca que tornou o Festival Tanabata Patrimônio Cultural e Imaterial da cidade de Ribeirão Preto. O decreto oficializando tal iniciativa foi publicado no dia 23 de março de 2017 pelo prefeito Duarte Nogueira. Era o reconhecimento da riqueza e importância cultural do festival.

Era o primeiro passo para a institucionalização de políticas públicas que podem (e devem) reconhecer o potencial do festival para o campo da economia criativa. Ficou mais evidente que o Festival Tanabata reúne duas dimensões essenciais da economia criativa: o valor simbólico da cultura e ações concretas no campo da economia e do turismo.

Em julho de 2017 o Festival Tanabata retoma seu espaço bastante fortalecido. Conseguiu patrocínio (PROAC), alcançando um número recorde de 70 mil pessoas presentes durante os três dias do evento.

Tenho como convicção que o fortalecimento do festival no ano de 2017 é resultado de um conjunto de questões. Gostaria de ressaltar um aspecto que considero central nesse processo: o fato de as ações do festival serem constituídas “em forma de rede”.

Acredito que a força e a potência do evento está naquilo que Luiz Antônio Gouveia Oliveira escreveu no livro *Por um Brasil Criativo: Significados, Desafios e Perspectivas da Economia Criativa Brasileira* (2016).

“o conceito de redes tem sido bastante utilizado para se investigar os relacionamentos entre entidades sociais, seus padrões e suas implicações. Essa abordagem descreve não só interações sociais, mas também interações econômicas e políticas entre atores de um determinado contexto social.” (OLIVEIRA, 2016, p. 121)

Após estudar e vivenciar o festival me convenci que é possível afirmar há uma Rede de Economia Criativa na realização do festival pois:

“Assim, sugere-se o termo “Rede de Economia Criativa” para definir o conjunto de empreendimentos, empreendedores e profissionais dos setores culturais e criativos (formais ou informais), caracterizado pela intensidade de conexão física e/ou virtual entre eles, assim como pela flexibilidade de suas estruturas produtivas.” (OLIVEIRA, 2016, p.122)

Como havia mencionado anteriormente, durante a realização da 24ª edição do Festival Tanabata, tive a oportunidade de realizar algumas entrevistas, dentre elas com a atual Secretária de Cultura de Ribeirão Preto, Isabella Pessotti, que aponta justamente a importância da realização do trabalho em rede no qual unem-se a Associação Nipo-Brasileira, a Secretária de Cultura, a sociedade civil, a lei de incentivo à cultura (que também são responsáveis por incentivar à Economia Criativa) e os patrocinadores e apoiadores culturais.

De acordo com Pessotti, o Festival Tanabata é uma semente que foi plantada e passou de um nível micro ao macro para Ribeirão Preto, promovendo conhecimentos de coletividade, disciplina e união que é muito marcante na cultura oriental.

Mesmo que Ribeirão Preto, terra do café e da cerveja, ainda não ocupe uma posição de destaque nos estudos sobre cidades onde a economia criativa esteja consolidada, acredito que exista um campo fértil para gestões públicas que compreendam a cultura como um “bem valioso” que deve receber recursos e ser utilizado, seja para o desenvolvimento turístico, econômico, ou preservacionista. A cultura funcionando como matriz para o investimento em projetos de reforço a autoestima, garantia de direitos, desenvolvimento socioeconômico, etc. (YÚDICE, 2006, p.25).

A cidade deve empregar o uso de produções em rede utilizando-se dos profissionais que encontram-se nos espaços mapeados como formadoras de profissionais que possam atuar na economia criativa do município e integrar as ações que já são realizadas em Ribeirão Preto, como o Festival Tanabata e outras pequenas, médias e grandes iniciativas que encontram características da Economia Criativa

A aposta em políticas públicas voltadas para a Economia Criativa da cidade pode ser um caminho profícuo, possibilitando a existência de novas iniciativas que possam assertivamente serem aplicados à nomenclatura Economia Criativa, e com a execução de todas essas ações, Ribeirão Preto finalmente poderá ser reconhecida como uma cidade criativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Logo no início de minha graduação tive a oportunidade de conhecer o tema Economia da Cultura, o que conseqüentemente me levou a conhecer a Economia Criativa, que é abordada por pesquisadores e estudiosos do tema como uma forma mais ampla de se pensar nos bens que podem ser produzidos por meio de iniciativas criativas (arquitetura, design, gastronomia, moda, novas mídias, audiovisual etc.) e também iniciativas culturais (expressões culturais, sítios culturais, artes cênicas e visuais).

Desta forma, eu que já via na Produção Cultural uma maneira de compreender a cultura de modo mais abrangente, vi a possibilidade de atuação e pesquisas nos setores criativos também, e neste trabalho procurei compreender se havia uma Economia Criativa próximo de mim e que fizesse parte de minha vivência criativa/cultural no interior de São Paulo.

Considere também como e onde eu poderia encontrar essas potencialidades em minha cidade de origem e no mesmo momento me lembrei de como o Festival Tanabata que fez parte das minhas práticas culturais em Ribeirão Preto além de ser uma expressão cultural que promove a diversidade cultural existente na cidade e na região, poderia ser também uma fonte de fomento à Economia Criativa na cidade.

Como procurei demonstrar no decorrer do TCC, a Economia Criativa é um tema atual que ainda é complexo de se classificar e está em um processo de disputa, por ainda carecer de reforço conceitual e metodológico. No entanto, é um setor que ao longo do tempo está ocupando cada vez mais espaços de importância para o desenvolvimento social, cultural e econômico de diversos tipos de territórios, tornando-se até mesmo uma contrapartida econômica para profissionais e empreendedores da indústria criativa e cultural. Abordei a economia criativa na visão de fomento por meio da diversidade cultural existente na cidade de Ribeirão Preto, que tem em sua história e práticas culturais a grande influência das imigrações de africanos, franceses, italianos e japoneses, que de certa forma vieram até a cidade para realizar os trabalhos nas lavouras de café, mas deixaram suas marcas culturais na cidade até os dias atuais.

Concluo esse trabalho, reiterando minha convicção de que a cidade de Ribeirão Preto já atuava através das indústrias criativas antes mesmo de haver a institucionalização do tema, por meio da gastronomia que é um setor que se encontra listado na categoria de indústria

criativa pela UNCTAD. As fábricas de cerveja inauguraram um campo de entretenimento que dialoga diretamente com ações culturais e garante a identidade da cidade muito marcada pela sua fama do produzir e servir uma das melhores cervejas do país.

Ribeirão Preto abriga diversas atividades culturais e criativas, patrimônios e até mesmo formadoras de nível técnico e superior na área de indústrias criativas, contudo, essas potencialidades em Economia Criativa ainda não se consolidaram porque há um desconhecimento desse tema no setor público, privado e nas instituições de ensino da cidade.

O Festival Tanabata é um grande exemplo da ação da Economia Criativa na cidade, sendo um evento realizado pela comunidade nikkei de Ribeirão Preto, com o intuito de compartilhar sua cultura com a população, através de danças e músicas típicas, gastronomia, oficinas e artefatos japoneses, atraindo o público principalmente pela diversidade gastronômica que oferece, sendo uma forte característica da existência da Economia Criativa no festival e na cidade.

O Festival Tanabata é um bom exemplo da efetividade do trabalho em rede¹⁵ tão necessário às ações da Economia Criativa. Contudo, não pode ser o único a cumprir esse papel. O breve mapeamento de iniciativas culturais que realizei neste trabalho de conclusão de curso permite compreendermos o potencial da cidade.

Foi por essa razão que escrevo esse trabalho, com o intuito de provocar os atores sociais da cidade, pensando em um processo de micro para o macro. Ribeirão Preto é uma cidade que, desde 2016, é conhecida como uma metrópole, a única no interior do estado. Contudo é necessário que se encontre novos estímulos para o desenvolvimento social, cultural e econômico do município. Acredito que políticas de incentivo à economia criativa na cidade pode colaborar decisivamente para que a tão famosa Califórnia Brasileira seja reconhecida como uma cidade criativa.

¹⁵ Várias instituições formam essa rede: Associação Nipo- Brasileira, a Secretaria de Cultura, Proac, Patrocinadores e Apoiadores Culturais, Sociedade Civil e Empreendedores (feirantes).

Referências Bibliográficas:

ATLAS Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia, volumes I e II. 1ª. ed. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017. 210 p. v. 1. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/obec/pubs/CEGOV%20-%202017%20-%20Atlas%20volume%201%20digital.pdf>>. Acesso em: 23/11/2018.

COSTA, Elaine; AUGUSTINI, Gabriela (Org.). **De Baixo Para Cima.** 1ª. ed. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014. 352 p. v. 1. Disponível em: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf>. Acesso em: 24/11/2018.

ECONOMIA Criativa: Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil. 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>>. Acesso em: 24/11/2018.

LAGES, José Antonio. **Ribeirão Preto Revistada.** Ribeirão Preto: Nova Enfim, 2016. 236 p. v. 1.

LEITÃO, Claudia; MACHADO, Ana Flávia (Org.). **Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira.** 1ª. ed. Belo Horizonte: Código, 2016. 384 p. v. 1.

NEWBIGIN, John. **A Economia Criativa: Um Guia Introdutório.** Reino Unido: British Council, 2010. 82 p. v. 1.

PLANO da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações (2011 – 2014). 2ª. Ed. Brasília [s.n], 2012. 156 p. Disponível em:

RELATÓRIO da Economia Criativa 2010: Economia Criativa uma opção de desenvolvimento viável. São Paulo: Itaú Cultural, 2012. 424 p. Disponível em: <https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 23/11/2018.

SECRETARIA de cultura de Ribeirão Preto. Disponível em: <<https://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/scultura/sbento/i14principal.php>>. Acesso em: 24/11/2018.

VICENTE, Andréa Gonçalves de Souza; MALPICA, Rafaela Paes de Barr Os; CAUCHICK, Simara Sgobbi. **Força de Identidade de uma Sociedade Nikkei**: Estudo de Caso de um evento cultural: Tanabata Ribeirão Preto. 2009. 132 p. Tese (Organização de Eventos) - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Ribeirão Preto, 2011. 1. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/55067705/Forca-de-Identidade-de-uma-Sociedade-Nikkei-Estudo-de-Caso-de-um-Evento-Cultural-Festival-Tanabata-RP>>. Acesso em: 23/11/2018.

MADEIRA, Mariana Golçalves. **Economia Criativa: Implicações e desafios para a política externa brasileira**. 2014. 321p. Brasília: FUNAG, 2014.

AS METAS do plano nacional de cultura. Brasília: [s.n.], 2012. 111 p. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/06/As-Metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura.pdf>>. Acesso em: 28/11/2018.

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5ª. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. 71 p.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 111 p.

JEFFCUTT, Paul (Org.). **Management and the creative industries**. United Kingdom: Harwood Academic Publishers, 2000. 123 - 127 p. v. 6. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10245280008523543>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

RIBEIRÃO Preto sedia debate sobre Cidades Criativas. Ribeirão Preto: EmRibeirão, 2016. Disponível em: <<http://emribeirao.com/cidades/ribeirao-preto-sedia-debate-sobre-cidades-criativas-4461>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

HIGGS, Peter; CUNNINGHAM, Stuart; BAKHSHI, Hasan. **Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom**. United Kingdom: NESTA, 2008. 121 p.

BAUMOL, William J.; BOWEN, William G. **Performing Arts: The Economic Dilemma**. New York: The Twentieth Century Fund, 1966. 578 p.

HOWKINS, John. **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. [S.l.]: Penguin Books Limited, 2002. 263 p.

D' AGUIAR, Rosa Freire (Org.). **Essencial Celso Furtado**. [S.l.]: Pinguin Companhia das Letras, 2008. 257 p.

MINISTÉRIO da cultura. 2013. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/site/?cat=40>>. Acesso em: 29/11/2018.

ÝUDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. 615 p.