

- V. Setor das criações culturais e funcionais: moda, design e arquitetura.

Art. 4º São princípios norteadores da Política Nacional de Incentivo à Economia Criativa:

- I. *Diversidade cultural*, como valorização, proteção e promoção da diversidade das expressões culturais nacionais de modo a garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento;
- II. *Sustentabilidade* como um tipo de desenvolvimento socioeconômico construído de modo a garantir uma dinâmica social, cultural, ambiental e econômica em condições semelhantes de escolha para as gerações futuras;
- III. *Inovação* como prática em todos os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são fruto da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais;
- IV. *Inclusão Social* integral de segmentos da população que se encontram em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e empreendimentos criativos, com direito de escolha e direito de acesso aos bens e serviços criativos brasileiros.

Art. 5º São eixos de atuação da Política Nacional de Incentivo à Economia Criativa:

- I. Produção de informação e conhecimento sobre a Economia Criativa;
- II. Formação para profissionais e empreendedores criativos;
- III. Fomento aos empreendimentos criativos;
- IV. Criação e adequação de marco legal para a Economia Criativa;
- V. Institucionalização da Economia Criativa.

Art. 6º São instrumentos da Política Nacional de Incentivo à Economia Criativa:

- I. O crédito para a produção e comercialização;
- II. A pesquisa e o desenvolvimento tecnológico;

- III. A assistência técnica;
- IV. A capacitação gerencial e a formação de mão de obra qualificada;
- V. O associativismo, o cooperativismo, os arranjos produtivos locais e os sistemas produtivos e redes de Economia Criativa;
- VI. As certificações de origem social e de qualidade dos produtos;
- VII. As informações de mercado;
- VIII. Os fóruns, câmaras e conselhos setoriais, públicos e privados.

Art. 7º Na formulação e execução da Política de que trata esta Lei, os órgãos competentes deverão:

- I. Estabelecer parcerias com entidades públicas e privadas;
- II. Considerar as reivindicações e sugestões do setor criativo e dos consumidores;
- III. Apoiar o comércio interno e externo dos produtos da Economia Criativa;
- IV. Estimular investimentos produtivos direcionados ao atendimento das demandas do mercado criativo;
- V. Fomentar a pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias de produção que visem à elevação da qualidade dos produtos e serviços;
- VI. Incentivar e apoiar a organização dos empreendedores criativos;
- VII. Ofertar linhas de crédito e de financiamento para a produção e comercialização em condições adequadas de taxas de juros e prazos de pagamento.

Parágrafo único. Terão prioridade de acesso ao crédito e financiamento de que trata o inciso VII do *caput*, os empreendedores criativos:

- I. De pequeno e médio porte;
- II. Capacitados para a produção e comercialização de produtos e serviços criativos;
- III. Organizados em associações, cooperativas, arranjos produtivos locais e sistemas produtivos e redes de Economia Criativa;

- IV. Detentores de certificações de qualidade, de origem, de produção ou, ainda, por meio de selos sociais ou de comércio justo.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O Brasil é um país de enorme diversidade cultural, o que resulta num potencial criativo em múltiplos setores e pode ser atestado pelo reconhecimento internacional de nossa música, cinema, teatro, artesanato etc. Apesar disso, não estamos entre os 10 primeiros países produtores e exportadores de bens e serviços criativos, como bem nos lembrou a ex-Ministra Ana de Holanda na introdução do Plano da Secretaria da Economia Criativa - Políticas, diretrizes e ações de 2011 a 2014.

Estima-se que existam no Brasil mais de 240 mil empresas atuando na Economia Criativa, gerando um faturamento de mais de 110 bilhões de reais por ano, equivalente a 2,7% do PIB, empregando 810 mil profissionais que recebem salários três vezes maiores que a média do mercado.

Segundo estimativas da Unesco o comércio internacional em bens e serviços culturais cresceu, em média, 5,2% ao ano entre 1994 (US\$ 39 bilhões) e 2002 (US\$ 59 bilhões). No entanto, esse crescimento continua concentrado nos países desenvolvidos, responsáveis por mais de 50% das exportações e importações mundiais.

Ao mesmo tempo, pesquisas da Organização Internacional do Trabalho (OIT) apontam para uma participação de 7% desses produtos no PIB mundial, com previsões de crescimento anual que giram em torno de 10% a 20%.

Mas a diversidade cultural não deve mais ser compreendida somente como um bem a ser valorizado, mas como um ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento.

“De um lado, deve ser percebida como recurso social, produtora de solidariedades entre indivíduos, comunidades, povos e países; de outro, como um ativo econômico, capaz de construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho, finalmente, para novas formas de produção de riqueza ... na produção de vivências ou de sobrevivências, a diversidade cultural vem se tornando o “cimento” que criará e

consolidará, ao longo desse século, uma nova economia.” (Plano da Secretaria da Economia Criativa).

Segundo a Profa.Dra. Cláudia Souza Leitão, as tecnologias sociais produzidas pela imensa criatividade brasileira tornaram-se realidades irrefutáveis, no entanto, essas tecnologias ainda carecem de apoio do Estado brasileiro para vicejarem. Em inúmeros países de diversos continentes (como a Austrália, a Turquia, a China) a criatividade vem sendo apoiada por políticas públicas e sendo tratada como o insumo por excelência da inovação. Essa nova economia vem crescendo, graças à sociedade do conhecimento e às novas tecnologias.

Precisamos transformar a criatividade brasileira em inovação e a inovação em riqueza: riqueza cultural, riqueza econômica, riqueza social. Para que isso se efetive de forma permanente precisamos de pesquisas, de indicadores e de metodologias para a produção de dados confiáveis; necessitamos de linhas de crédito para fomentar esses empreendimentos, carecemos de formação para competências criativas, de infraestrutura que garanta a produção, circulação e consumo de bens e serviços criativos, dentro e fora do país.

Mas precisamos também avançar na elaboração de um novo marco regulatório, de natureza tributária, trabalhista, civil, administrativa e constitucional, razão pela qual trago à apreciação dos meus pares esta proposta de Política Nacional de Incentivo à Economia Criativa, um documento aberto às contribuições de todos aqueles que estejam interessados no assunto.

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

Sala das Sessões, 22 de outubro de 2015.

Deputado Federal **ANGELIM**

PT/AC