



Recebido em 04 mar. 2015

Aceito em 05 mar. 2015

## ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITO E RELAÇÃO COM O DIREITO

*Victor M. Barros de Carvalho\**

*Anderson S. S. Lanzillo\*\**

*Patrícia Borba Vilar Guimarães\*\*\**

**RESUMO:** A Economia Criativa é conceito que abrange tanto um modo de pensar a economia como também novas práticas econômicas - práticas essas que vêm se expandindo rapidamente, amparadas pela evolução das novas mídias e tecnologias, que disseminam com maior fluidez a produção intelectual e cultural. Ela apresenta novos processos, novas maneiras de tocar a economia, bem como novas formas de encarar velhos paradigmas. Tais inovações repercutem na sociedade, e o Direito não pode ficar a isto indiferente – é preciso que acompanhe tais mudanças, ficando atento ao seu papel legiferante e regulatório. Este trabalho, assim, almejou investigar esta ampla temática, pesquisando conceitos de Economia e Economia Criativa, comparando o modelo tradicional com este mais recente e fazendo uma breve relação com os Direitos de Autor, na experiência brasileira, como exemplo de regulação dentro da Economia Criativa.

**Palavras-chave:** Economia Criativa. Direito. Economia. Direitos de autor. Regulação.

\* Victor Miguel Barros de Carvalho. Graduando em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bolsista do Programa de Recursos Humanos ANP / PRH nº 36. vicmig@hotmail.com. Caixa Postal, 1685. UFRN Campus. CEP 59.078-970. Natal-RN.

\*\* Anderson Souza da Silva Lanzillo. Professor Assistente do Departamento de Direito Privado da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. adv.andersonss@gmail.com. Caixa Postal, 1685. UFRN Campus. CEP 59.078-970. Natal-RN.

\*\*\* Patrícia Borba Vilar Guimarães. Professora Adjunta do Departamento de Direito Público da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. patriciaborba@ufrnet.br. Caixa Postal, 1685. UFRN Campus. CEP 59.078-970. Natal-RN.

## 1 INTRODUÇÃO

No atual momento histórico existe uma tendência cada vez maior de crescimento da chamada Economia Criativa (HOWKINS, 2007; FLORIDA, 2007). No Brasil, atividades econômicas que se encaixam neste conceito têm dado grande impulso ao crescimento da economia. São atividades que exploram os ramos da cultura, da inovação, dos produtos intelectuais (HOWKINS, 2013), que se baseiam no compartilhamento, na velocidade de transformação, na dinamicidade de seus processos (REIS, 2008).

Entretanto, tais atividades, imbuídas da marca da novidade, desenvolvem-se sem possuir leis ou marco jurídico específico que as regulem. Assim, por muitas vezes acabam inobservando certos preceitos como o dos direitos autorais. É nítida a necessidade de revisão e recriação de tais marcos regulatórios (ORTELLADO, 2012).

Este trabalho pretende, então, de forma breve, tratar do conceito de economia criativa e sua relação com o direito. Ressalta-se a relação entre economia e direito para a realização da pesquisa do tema em foco. Ambos os temas (economia e direito) vivem em uma intrincada dinâmica de reciprocidade, e devem ser tidos como um todo, enxergados com um olhar mais amplo – olhar esse que não os afastem, mas os separem e definam apenas para melhor compreendê-los (NUSDEO, 2001). Assim, tentamos tratar destes assuntos tão criteriosamente for possível dentro da brevidade que nos propomos.

Iniciamos com a conceituação da Economia em sua concepção tradicional e também naquilo que se convencionou chamar de Economia Criativa, fazendo, logo após, um esboço comparativo entre esses dois modelos, explicitando os pontos considerados mais relevantes. Tratamos, posteriormente, com mais atenção a situação da Economia Criativa, procurando expor a sua abrangência e suscitando a questão de esta ser uma extensão do modelo tradicional ou se a mesma configura, de fato, uma economia nova.

No capítulo seguinte, discorreremos introdutoriamente sobre os Direitos de Autor e como este é um exemplo de regulação exercido pelo Direito dentro da Economia Criativa. Por fim, concluímos com as ideias auferidas ao longo do estudo.

## 2 ECONOMIA CRIATIVA E MODELO TRADICIONAL

### 2.1 Conceito clássico de economia

Na lição de Fábio Nusdeo (2001), pode-se compreender o conceito de Economia através do entendimento de duas ideias principais: a de necessidade humana e a de escassez. As necessidades humanas são incontáveis e infindáveis, tendo uma tendência cada vez mais veloz de multiplicação e desdobramento. A escassez revela-se no âmbito dos recursos para satisfazer as necessidades; estas são muitas e sem fim, sempre se renovando, ao passo que os recursos para sua realização são, em sua grande maioria, escassos e não renováveis. A atividade econô-

mica seria, então, aquela aplicada na escolha de recursos para o atendimento das necessidades humanas. Seria mesmo a administração da escassez (ibid.). Assim, a economia existe porque os recursos são sempre escassos frente à grande variedade de necessidades humanas. As relações em sociedade então, no âmbito da economia, se criam, desenvolvem-se e se multiplicam em face destes dois pressupostos. No mesmo sentido escreve Howkins (2013), afirmando que a economia é ainda um sistema para a produção, troca e consumo de bens e serviços.

Outro conceito importante delineado por Nusdeo é o de bem econômico, que é todo aquele dotado de utilidade e cujo suprimento seja escasso. Em poucas palavras, todo bem útil e escasso é considerado um bem econômico. É preciso, ainda, explicitar o conceito de valor na economia, que difere daqueles considerados como ético-filosóficos. Valor, tema fulcral da economia, relaciona-se à consciência de falta, de escassez. Os bens têm valor na medida em que cumprem um papel no mundo (ibid., 2001). O valor econômico condiciona-se, também, ao tratamento a ele dado pelas instituições vigentes em cada país e em cada época – leia-se, pelo tratamento dado a eles pelo Direito.

## 2.2 A economia criativa

Como prévia e brevemente denotado, a Economia Criativa é um conceito relativamente novo, que tem, entre as suas características, a valorização dos produtos culturais e intelectuais, a dinamicidade de seus processos, a tendência em compartilhar, dentre outras que serão adiante melhor abordadas.

Richard Florida, um dos precursores do tema, apesar de abordar a Economia Criativa especificamente em termos de classe criativa e profissões criativas, a delinea como atividade que requer conhecimento, informação (utilizadas como ferramentas para a criatividade) e inovação, que se dá não apenas através de novos aparatos tecnológicos, mas também pelo surgimento de novos modelos de negócio (2011). Ela traz em seu bojo a junção de inovação tecnológica e trabalho de conteúdo criativo como força motriz para o desenvolvimento econômico (ibid.).

John Howkins, outro eminente teórico da Economia Criativa, explica que a criatividade, por si só, não é necessariamente uma atividade econômica, mas poderia se tornar caso produza ideias ou produtos com implicações econômicas (2013); o resultado desta atividade (da Economia Criativa) seria o que ele chama de produto criativo – um bem ou serviço resultante da criatividade e que possui valor econômico (ibid.). Assim, para este autor, “a Economia Criativa consiste nas transações contidas nesses produtos criativos”.

Outros autores, ainda, apontam a Economia Criativa como sendo algo mais amplo e abrangente que o modelo tradicional; uma vertente que se encontra entre os setores da economia da cultura e indústrias criativas. Uma economia baseada em recursos intangíveis, que, além de cultura, conhecimento e criatividade, engloba os ativos intangíveis, a experiência e a diversidade cultural (DEHEINZELIN, 2012).

Economia Criativa parece rimar ainda com ideias como as de conectividade, interação, compartilhamento, inovação; relaciona-se às novas mídias, novas tecnologias, ao empreende-

dorismo e a mudança de padrões. Ela difere dos modelos tradicionais, no sentido de romper com velhas formas e fórmulas, dando um gás novo às dinâmicas. Como defende Florida (2011), a ascensão da Economia Criativa “alterou as regras do jogo do desenvolvimento econômico”.

Aparenta ser um marco, um ponto de mudanças, pois tem a chance de romper com a mentalidade mercadológica em vigência, tentando combinar as mais avançadas capacidades tecnológicas e de gestão com habilidades artísticas (ANNUNZIATA, 2012). É um momento singular da economia, no qual processos se dinamizam, se tornam mais céleres e eficientes; contam mais com a criatividade e inovação do que com fórmulas pré-definidas e processos engessados. Florida (2011, p. 56) é taxativo:

“Nós estamos embarcando numa era em que a criatividade permeia e domina todos os setores da economia e da sociedade. Estamos em meio a uma verdadeira transformação com o nascimento da economia criativa”.

A Economia Criativa parece transpor barreiras de ordem técnica e burocrática, surgindo mais dinâmica e fluida em seu desenvolver. Esta fluidez parece colidir com o modelo tradicional de controle e planejamento econômico. A Economia Criativa se apresenta como um momento de mudança de paradigmas; mudança no modo como os atores econômicos passam a se comportar (HOWKINS, 2013), como as trocas são feitas e os demais processos se desenrolam.

Desta maneira, acreditamos ser a Economia Criativa um conceito oriundo da seara econômica, cuja natureza faz com que ela abranja atividades ligadas à valorização e comercialização de produtos intelectuais, tecnológicos e culturais; atividades estas dinâmicas, fluidas, relacionadas à inovação, ao empreendedorismo, ao compartilhamento; atividades que criam novos processos e bens, que inovam, buscam soluções, que evitam os padrões tradicionais de tocar a economia; atividades em consonância com o desenvolvimento tecnológico, comunicacional e relacional que vive o mundo hodierno.

### **2.3 A economia tradicional x criativa: elementos comparativos para construção de um novo paradigma**

Parece ser necessário, antes de começar a tecer um quadro comparativo, atentar para os institutos nos quais se apoiam e as bases de sustentação de cada modelo de economia. O modelo tradicional, como já se viu, é baseado em princípios bem demarcados, de necessidades humanas, escassez e utilidade que, combinados, produzem o que se denominou de valor. Outros princípios, tidos por vezes como leis econômicas (NUSDEO, 2001), como da oferta e procura, têm ainda profunda influência no modelo econômico tradicional, bem como o instituto da propriedade privada, que denota traços de regulação e de exclusividade em suas dinâmicas.

Na Economia Criativa, estes pilares tradicionais parecem não dar a sustentação necessária frente às novas situações surgidas. Impulsionada pelas novas tecnologias, novas mídias e novas formas de relação interpessoal (HOWKINS, 2013), a Economia Criativa preza por princí-

pios como o do compartilhamento, da abundância, do livre acesso, da participação e interação (STANGL, 2012).

As organizações presentes no modelo tradicional foram desenhadas para obstruir, direcionar, aprisionar e disciplinar a interação, não para deixá-la fluir – característica que surge essencial para a Economia Criativa. Esta tece redes e altera o padrão engessado de organização no sentido de mais distribuição, mas não de adotar um novo tipo de organização ou uma nova ferramenta (FRANCO, 2012). Um padrão de organização mais distribuído do que centralizado configura um ambiente mais favorável à interação. Um ambiente mais interativo aumenta as chances de inovação – e esse deveria ser o objetivo dos que querem estimular a criatividade e fomentar a Economia Criativa (ibid., 2012).

Assim, é perceptível uma nítida contraposição entre o modelo econômico tradicional e o que se chama de Economia Criativa. A propriedade privada e suas consequências econômicas e jurídicas vão de encontro à tendência de compartilhar, de cocriação e inovação; a regulação, a promoção do acesso exclusivo, choca-se com um espírito de liberdade frente às normas, de promoção ao livre acesso; a vontade de manter determinado bem ou produto em estado de escassez, inculcando-o valor, contrasta com a abundância e a capacidade de renovação de recursos na Economia Criativa – recursos estes, em sua maioria, culturais e intelectuais. Howkins (2013) exemplifica: enquanto que os institutos de propriedade intelectual fornecem um conjunto de critérios excludentes e protetores, o mercado, as atividades criativas na prática, apresentam outros diferentes.

Parece mesmo haver uma mudança de paradigmas em curso. Onde antes Economia e Política se organizaram em torno dos recursos materiais, finitos e escassos, como terra, ouro ou petróleo, se organizam agora em torno dos recursos intangíveis, como cultura, conhecimento e experiência, que são infinitos, renováveis e podem representar uma economia de abundância, baseada em modelos de colaboração (DEHEINZELIN, 2012). Citando Rifkin, Dowbor (2008) afirma que a Economia Criativa, a economia do conhecimento, vem para mudar a nossa relação com o processo econômico em geral. Estaríamos passando de uma era em que havia produtores e compradores, para uma era em que há fornecedores e usuários. Existe maior descentralização, maior compartilhamento e participação – uma mudança profunda no perfil dos atores econômicos.

O modelo econômico tradicional, modelo de finitude, cria uma economia da escassez, baseada na competição. A Economia Criativa, como se viu, vai a sentido oposto: os recursos são intangíveis, imateriais, e podem se multiplicar e distribuir mais livremente – justamente por isso, a natureza de sua economia é diferente (HOWKINS, 2013). Logicamente, a concepção de valor que se tinha no modelo tradicional fica deslocada dentro do âmbito da Economia Criativa – o valor agora se baseia em outros princípios. Quando, no século passado, as batalhas se davam em torno da propriedade dos bens de produção, se deslocam agora para a área da economia da criatividade (DOWBOR, 2008).

## 2.4 Abrangência da economia criativa

Um modelo pode ser encarado como uma simplificação radical da realidade, amparado por certos aspectos e variáveis com a finalidade de explicar um determinado fenômeno (NUS-DEO, 2001). Então, em que modelo se encaixa a Economia Criativa? Ou cria ela um novo? Seria a Economia Criativa um “braço”, uma vertente do modelo econômico tradicional ou seria mesmo um novo campo, uma nova forma de Economia, um novo conjunto de indústrias?

Esta é uma questão que merece um maior estudo para ser respondida. Há, na literatura, opiniões nos dois sentidos. Os posicionamentos estudados, entretanto, parecem sugerir que a Economia Criativa está lançando os alicerces de um novo modelo econômico.

Existem autores que dizem ser a Economia Criativa um conjunto formado pelas indústrias criativas (FONSECA, 2012), que possuem grande capacidade de dinamizar setores tradicionais e têm impacto direto na competitividade da economia como um todo. Indústrias criativas seriam aquelas que produzem riqueza, geram emprego e valor através da exploração da criatividade e da produção intelectual.

A Economia Criativa é definida ainda como uma forma de dar atenção ao processo de diferenciação e valorização da matéria para a informação, para o produto cultural (STANGL, 2012), como um processo de transição de modelos. Indo na contramão da tendência da Economia Criativa, os representantes do modelo tradicional ainda tentam manter sua importância, através do controle do acesso à informação e cercando seus processos criativos sob a máscara da exclusividade (STANGL, 2012).

A Economia Criativa está associada ainda a um segmento altamente educado da força de trabalho (FLORIDA, 2011). Profissionais como artistas visuais, arquitetos, músicos e jornalistas, mas também áreas ligadas às novas tecnologias, tais como a programação web e o design de interfaces (ANNUNZIATA, 2012). Apesar disto, ela não exclui profissões essenciais aos negócios nascentes, como a Administração, o Marketing e a gestão de capital.

Assim, poderia se dizer que a Economia Criativa seria um novo modelo de se fazer a economia, baseada em princípios diferentes daqueles do tradicional, sustentada por novas mídias, meios de comunicação e novas tecnologias; uma economia que valoriza o capital cultural e intelectual que se produz e reproduz de maneira fluida, dinâmica e abrangente.

## 3 REGULAÇÃO JURÍDICA NA ECONOMIA CRIATIVA: O CASO DOS DIREITOS AUTORAIS

É importante discutir o tema da Economia Criativa e suas implicações no mundo jurídico, uma vez que esta vem se mostrando cada vez mais presente e de grande importância para a economia brasileira – em 2010, os setores criativos correspondiam a 2,84% (R\$ 104,37 bilhões) do PIB nacional (BRASIL, 2012). É preciso também apontar o fato de não haver legislação nem marco regulatório que reconheça e trate da Economia Criativa (WACHOWICZ, 2012). Há sim,

um conjunto de normas de várias naturezas, tutelando bens jurídicos diversos, que precisa ser adaptado para o reconhecimento de situações e urgências que esse tema vem a requerer (ORTELLADO, 2012).

A Lei brasileira de Direitos Autorais, a Lei Federal nº 9.610/98, nesse aspecto, encontra-se desatualizada e não oferece subsídios jurídicos suficientes às atividades da Economia Criativa – antes sendo um empecilho do que um fator de desenvolvimento desta. O Direito, portanto, não tem acompanhado as mudanças trazidas pela Economia Criativa e suas diversas implicações. Exemplo disto é o caso dos direitos de propriedade intelectual, regulados igualmente pela Lei Federal nº 9.610/98, que não contempla, por exemplo, o compartilhamento *on-line* de obras científicas, artigos e livros, prática esta promovida e valorizada no contexto atual. Howkins endossa: “muitos governos que foram rápidos na promoção da internet são lentos em ajustar suas leis de direitos autorais para tratar da cópia digital” (2013).

Segundo Dowbor (2008), a premissa básica quanto aos bens intelectuais é a de que se tratam de bens de domínio público, que devem circular para o enriquecimento da sociedade. Para este autor, a figura da apropriação privada, através de copyrights ou patentes, asseguraria apenas direito temporário, pois isso estimularia as pessoas a produzir inovações e enriquecer ainda mais a sociedade em termos culturais e científicos. Howkins (2013) explica que o uso de patentes demonstra a “predileção dos governos e indústrias pela privatização dos produtos criativos” – a vontade de estender os direitos de propriedade privada sobre os produtos criativos.

Para Dowbor (2008) todo o conceito de propriedade intelectual deveria repousar, portanto, não no conceito de propriedade em si, mas na utilidade deste controle em termos de gerar mais riqueza cultural para todos.

Tendo em mente aquilo que já foi dito (que existe um momento de transição), podemos entender o conflito que existe neste âmbito da economia – conflito que merece atenção e estudo aprofundado.

O modelo tradicional, burocrático, busca travar a fluidez dos bens intelectuais, tecnológicos e culturais. Impedir a livre circulação de ideias e de criação artística tornou-se um fator, por parte das corporações, de pedidos de maior intervenção do Estado (DOWBOR, 2008). Por exemplo, a patente, uma vez concedida, não obriga o seu detentor a fazer nada em especial, mas impede que qualquer outro o faça – impede que se trabalhe em cima daquela ideia, que se inove (HOWKINS, 2013).

Assim, o Estado passa a intervir, seja através de leis ou regulamentos, para atender à vontade do poder econômico. Os mesmos interesses que levaram a corporação a globalizar o território para facilitar a circulação de bens, levam-na a fragmentar e a dificultar a circulação do conhecimento (DOWBOR, 2008), de forma que o controle sobre estas atividades seja maior, e, conseqüentemente, o lucro conseguido.

A evolução tecnológica, com suas novas mídias e novas formas de comunicação instantâneas, torna os bens culturais cada vez mais acessíveis, rompendo barreiras de ordem espacial e burocrática; as leis, por pressão organizada dos intermediários, daqueles interessados em

manter o controle sobre a produção intelectual, evoluem no sentido oposto, para cada vez mais dificultar o acesso aos bens intelectuais e culturais (ibid., 2008). Em vez de se adaptar às novas tecnologias e buscar outra forma de agregar valor, estes setores tradicionais buscam travar o seu acesso e formas de criminalizar o seu uso (ibid., 2008).

A capacidade de garantir a recompensa financeira por uma ideia é fundamental; o problema é que a atual legislação de direitos de propriedade intelectual é profundamente criticável quanto ao balanço entre empresas e consumidores; entre países desenvolvidos e em desenvolvimento; e inadequada a muitos dos negócios criados pelas tecnologias digitais (FONSECA, 2012).

A realidade é que ao aplicar à Economia Criativa leis derivadas do modelo econômico tradicional, que valoriza a propriedade privada e sua proteção exarcebada, desequilibra-se radicalmente o processo de criação. Este conflito de ordem jurídica prejudica ambos os lados – tanto os ditos inovadores, quanto os detentores dos direitos autorais. É preciso enfrentar este hiato crescente entre o que as tecnologias permitem e o que a lei proíbe (DOWBOR, 2008).

Como exemplo disto, podemos esboçar a situação na qual determinado sujeito, precisando adquirir um exemplar de livro já esgotado, deve, para conseguir a reimpressão ou reedição, a autorização expressa do autor ou detentor dos direitos sobre o referido livro. Não obtendo sucesso pela via legal, suponhamos que o sujeito então fotocopia o livro – prática essa considerada ilícita, como determina o inciso VII do artigo 5º da Lei Federal nº 9.610/98: configura a “contrafação – reprodução não autorizada”.

O que se vê na prática (e isto é notório) é a contrafação se dando não somente através da fotocópia, mas também por meio digital, através de compartilhamento pela internet e outros meios. Tal fato expressa a incapacidade da legislação autoral existente em atender as necessidades surgidas com a Economia Criativa.

Muitos produtos criativos, embora não todos, qualificam-se como propriedade intelectual; ela, como a propriedade material, pertence a alguém, diferenciando-se desta última por ser intangível (HOWKINS, 2013). E um exemplo que demonstra claramente a Economia Criativa em curso, atendendo as demandas existentes e inobservando preceitos da propriedade intelectual de bens intangíveis é o caso das lojas de camisetas personalizadas *online*. Basta acessar a página na web de três lojas razoavelmente populares no Brasil (<http://www.camiseteria.com/>, <http://www.redbug.com.br/home> e <http://chicorei.com/>) e observar a comercialização de camisetas contendo personagens, marcas e figuras advindas dos mais variados segmentos: cinema, séries de televisão, videogames, desenhos animados, bandas e conjuntos musicais, atores e músicos famosos, etc.. Nenhuma das três lojas apresenta sua política de direitos autorais, e dificilmente estão pagando alguma coisa para os detentores de copyright e direitos autorais das figuras que aparecem em suas estampas.

Isto é, de todo, ruim? As lojas estão, certamente, criando empregos, gerando renda e movimentando a economia do lugar onde tem sede física. Em duas delas (redbug e camiseteria), quem decide o produto a ser confeccionado é o próprio consumidor, ao votar em modelos “x”



ou “y”; isto gera economia de recursos e certeza de vendas para a empresa e garantia de satisfação por quem compra o produto. Uma delas (camiseteria) trabalha com uma política de envio e recompensa: um artista/designer/consumidor envia seu trabalho/desenho para o site e recebe, em troca, dinheiro e produtos da própria loja.

O fato é que existe uma demanda por produtos intelectuais e culturais e esta está sendo suprida, mesmo sem a devida regulação jurídica. Isto revela o problema de uma legislação pensada em um tempo que não abarcava a gama de possibilidades de acesso hoje existentes, tempo no qual o acesso a bens intangíveis era limitado e passível de maior controle.

Assim, percebe-se o conflito existente entre as leis existentes no âmbito do Direito Autoral e a dinâmica proporcionada pela Economia Criativa. O que se tem pela frente são menos apelos dramáticos à lei e à ética, e mais bom senso na redefinição das regras do jogo (DOWBOR, 2008).

Faz-se necessária uma análise mais detalhada e, porque não dizer, justa, dos processos regulatórios sobre a propriedade intelectual. É necessário buscar um equilíbrio entre o que a lei diz e o que a Economia Criativa proporciona. Faz necessário a ponderação sobre a proteção do autor de inovações, os diversos intermediários e, sobretudo, o interesse final de toda criação, que é o enriquecimento cultural e científico de toda a população.

O fato de bens culturais e educacionais tornarem-se quase gratuitos e muito mais acessíveis graças às novas tecnologias não deve constituir um drama e sim uma imensa oportunidade. O acesso a trabalhos científicos, a artigos, a vídeos, a músicas e a recursos em multimídia dos mais diversos tipos deveria ser enxergado não com os olhos de uma ditadura, que suprime o acesso, mas sim de forma ponderada, de maneira a facilitar seu acesso. Parece ser esse o desafio maior a ser enfrentado: a gestão da informação e do conhecimento, e a distribuição equilibrada dos direitos (DOWBOR, 2008).

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou trazer uma visão primeira sobre a relação Direito *versus* Economia Criativa, expondo a questão dos Direitos de Autor como um caso prático da regulação jurídica neste setor da economia.

Ficou claro em nosso entendimento, após a breve análise de conceitos sobre Economia em sua concepção tradicional e a que se chama de Criativa, que se vive um momento de mudanças de paradigmas. Um momento no qual as velhas soluções não atendem aos novos problemas e conflitos. A Economia Criativa traz consigo uma nova forma de encarar os processos econômicos e de atribuição de valor; novos atores econômicos e novos produtos. Faz-se lógica a necessidade de encontrar soluções apropriadas em face das questões daí advindas.

Pareceu-nos, também, que a Economia Criativa, seja ela um braço do modelo tradicional ou uma nova economia, “veio para ficar”. Sendo um segmento que traz novas dinâmicas e, com elas, um potencial imensurável de novas possibilidades, influirá também no Direito. Este,

por sua vez, deve buscar adaptar-se às novas realidades advindas a Economia Criativa. Adaptar-se às novas tecnologias, aos fluxos e processos cada vez mais instantâneos e fluídos; talvez através da criação de leis e regulamentos que compreendam as novas tecnologias, as novas dinâmicas – novos paradigmas.

O Direito, assim, tem a difícil tarefa de buscar o equilíbrio entre lei e desenvolvimento dentro da Economia Criativa: é preciso atentar para a preservação do direito cabível a seus respectivos, sem, no entanto, segurar ou retesar o movimento fortuito promovido pela economia da criatividade. Deve atentar para a hipossuficiência do cidadão comum, do consumidor de propriedade intelectual, do indivíduo que busca o acesso à cultura, frente aos interesses dos setores tradicionais e grandes corporações, que buscam manter sua hegemonia e controle sobre tais produtos; assimilar o nascimento de novos atores econômicos e suas novas relações.

Talvez, para este impasse, a saída do direito seja “sair”. Deve, certamente, evitar o vácuo legislativo; mas não pode, para tanto, por a cabrestos a Economia Criativa e seus participantes, sob pena de aleijar o desenvolvimento econômico por ela proporcionado.

## REFERÊNCIAS

ANNUNZIATA, L. Toda a Economia Criativa Pode Ser Criativa. In: FONSECA, Ana Carla. et al. **Economia criativa: um conjunto de visões** [recurso eletrônico]. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012. 170p.

DEHEINZELIN, L. Quatro Infinitos, Óculos 4D e uma Mãozinha para Ter Futuros Sustentáveis. In: FONSECA, Ana Carla. et al. **Economia criativa: um conjunto de visões** [recurso eletrônico]. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012. 170p.

DOWBOR, L. Economia do Conhecimento: Da propriedade intelectual à economia do conhecimento. In: DOWBOR, Ladislau. **Democracia Econômica**. São Paulo: Vozes, 2008.

FONSECA, Ana Carla. et al. **Economia criativa: um conjunto de visões** [recurso eletrônico]. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012. 170p.

FLORIDA, Richard (2007). **The flight to the creative class: the new global competition for talent**. New York: HarperCollins Books, 326p.

FLORIDA, Richard (2007). **A ascensão da classe criativa e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre: L&PM, 2011. Trad.: Ana Luiza Lopes. 452p.

HOWKINS, John (2007). **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin Books, 270p.

HOWKINS, John (2007). **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. Trad.: Ariovaldo Griesi. São Paulo: M. Books, 2013. 271p.

NUSDEO, Fábio. **Curso de Economia: Introdução ao Direito Econômico**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2001.

ORTELLADO, Pablo. O direito autoral como instrumento regulatório da economia criativa. In: **BRASIL. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. p. 129.

REIS, Ana Carla Fonseca (Org.) (2008) Transformando a criatividade brasileira em recurso econômico. In: REIS, Ana Carla Fonseca (Org.) (2008a) **Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento**. São Paulo: Garimpo de Soluções e Itaú Cultural. p. 126-143

STANGL, A. McLuhan e o Link da Alegria Criativa. In: FONSECA, Ana Carla. et al. **Economia criativa: um conjunto de visões** [recurso eletrônico] São Paulo: Fundação Telefônica, 2012. 170p, recurso digital.

WACHOWICZ, Marcos. A Construção de um Marco Regulatório para a Economia Criativa no Brasil In: **BRASIL. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. p. 126-128.