

**POR UMA ECONOMIA CRIATIVA DA AMAZÔNIA: SOLIDARIEDADE,  
CRIATIVIDADE E CIDADANIA CLIMÁTICA NO CONTEXTO DA COP30.**

**JOSÉ MARIA REIS E SOUZA JUNIOR<sup>1</sup>**

Belém – PA

2026

---

1

Bacharel em Turismo (UFPA), Mestre em Geografia (PPGEO/UFPA) e Doutorando em Desenvolvimento Socioambiental (PPGDSTU/NAEA/UFPA), com doutorado sanduiche na Universidade de Santiago do Chile (PDSE/CAPES). Bolsista CNPq, Professor colaborador do FIPAM/NAEA/UFPA. Foi Diretor de Patrimônio da SECULT PA, Coordenador de Oficinas do Curro Velho, e Secretário Executivo da Lei SEMEAR. Atualmente é coordenador geral do Pontão de Cultura REDE AJURICABA – Rede Paraense de Pontos e Pontões de Cultura, e Conselheiro do Conselho Municipal de Políticas Culturais

## **RESUMO**

O presente artigo põe em perspectiva a Economia Criativa, em âmbitos nacional, internacional, e sobretudo regional, sob o prisma das Políticas Públicas, da Economia Solidária e da Criatividade, contextualizando sua importância no cenário global das mudanças climáticas, e em especial no marco da COP 30. Discutem-se, de forma concisa, conceitos de Economia Criativa, sua historicidade no Brasil e no mundo, e alguns desafios específicos da região. Argumenta-se que a Amazônia, mais do que replicar o modelo de “Indústrias Criativas” centrado em propriedade intelectual, e consumo insustentável, precisa construir caminhos próprios que integrem sua Sociobiodiversidade, a Justiça Social e a Diversidade Cultural como fundamentos de uma Economia Criativa Amazônica.

Palavras-chaves: Políticas Culturais, Economia Criativa, Criatividade, Cidadania Climática, COP 30.

## **1 INTRODUÇÃO**

Nas últimas décadas, a Economia Criativa tem se consolidado como uma das principais estratégias de desenvolvimento econômico e inovação tecnológica no mundo contemporâneo. Estruturada em torno da valorização da cultura, da criatividade e do conhecimento, ela se apresenta como um campo híbrido entre economia, cultura, tecnologia e ambiente. No entanto, a compreensão e a aplicação desse conceito variam conforme as realidades sociopolíticas e territoriais. Enquanto países do Norte Global tendem a enfatizar as chamadas indústrias criativas, associadas à propriedade intelectual e ao consumo cultural massivo, os países do Sul Global — e, particularmente, os da América Latina — buscam reinterpretar a Economia Criativa a partir de perspectivas solidárias, comunitárias e ambientalmente responsáveis.

Nesse contexto, a Amazônia surge como um território estratégico e simbólico para repensar as bases desse modelo. Detentora da maior floresta tropical do planeta, de uma biodiversidade ímpar e de expressiva diversidade cultural, a região impõe à discussão global a necessidade de uma abordagem que articule criatividade, solidariedade e cidadania climática. Diante das crises ambientais e climáticas contemporâneas, e especialmente no âmbito da COP30, a ser realizada em Belém do Pará, torna-se urgente construir uma narrativa que una desenvolvimento socioeconômico, valorização cultural e sustentabilidade socioambiental.

A realização da COP30 na Amazônia representa não apenas um marco político e diplomático, mas também uma oportunidade de repensar as políticas públicas voltadas à cultura, à economia e ao ambiente sob uma ótica integrada. Nesse sentido, propõe-se aqui o conceito de uma Economia Criativa Amazônica, capaz de superar modelos importados e de promover alternativas que reconheçam o valor dos saberes tradicionais, das práticas comunitárias e da sociobiodiversidade como ativos centrais. Mais do que gerar produtos e serviços, trata-se de fomentar processos criativos que fortaleçam a justiça social, a autonomia local e o protagonismo dos amazônidas.

Assim, o presente artigo busca refletir sobre a construção de uma Economia Criativa ancorada nas realidades amazônicas, articulando debates nacionais e internacionais, e destacando o papel das políticas públicas e da economia solidária nesse processo. Ao integrar as dimensões econômica, cultural e ecológica, a proposta é contribuir para a formulação de caminhos possíveis rumo a uma cidadania climática, em que a criatividade se afirme como vetor de transformação social e ecológica, em sintonia com os desafios e as potencialidades da Amazônia contemporânea.

## **2 ECONOMIA CRIATIVA E CRIATIVIDADE**

A Economia Criativa, em nível internacional, vem se afirmando como um dos mais relevantes campos de análises e investimentos do século XXI, especialmente diante da crescente interdependência entre Cultura, Socioeconomia, Inovação e Desenvolvimento.

Segundo relatório da UNCTAD (2022), as Indústrias Criativas movimentam cerca de US\$ 2,25 trilhões anuais no mundo, representando 3% do PIB global. No Brasil, a despeito de ainda estar em fase de consolidação, o setor gera milhões de empregos diretos e indiretos, sendo cada vez mais incorporado às políticas públicas. No caso amazônico, a Economia Criativa assume contornos singulares, pois precisa dialogar com a sociobiodiversidade, a justiça social e a preservação ambiental, em um território que será o epicentro da COP 30 em 2025.

As definições sobre Economia Criativa embora sejam já amplamente divulgadas, ainda são questionáveis e reduzidas. Em países da Europa e nos Estados Unidos, fala-se em “Indústrias Criativas”, termo que surgiu no final da década de 1990, com forte ênfase nos setores intensivos em propriedade intelectual, como audiovisual, design, games, moda e publicidade (HESMONDHALGH, 2013). Essa perspectiva associa a criatividade à inovação tecnológica e à mercados e circuitos globais. Howkins (2001) define Economia Criativa como a geração de valor a partir de ideias e da propriedade intelectual.

Por outro lado, em países latino-americanos, a concepção é mais abrangente, incluindo também as práticas culturais tradicionais, o artesanato, o turismo cultural, a cultura alimentar e gastronomia, e as expressões identitárias.

O tema da criatividade e tudo que envolve os processos criativos têm sido muito comentados na mídia, contudo poucos tem se preocupado em tornar nítidas suas definições e conceitos, propósitos e características.

De Masi (2003) sintetizou a criatividade como a capacidade de construir e destruir; de revelar segredos; de antever e fazer os outros verem; de avaliar de forma original, muitas vezes inédita; unidade e qualidade rara de ser; como pensamento com alto grau de subjetividade nas artes, e de alto grau de objetividade nas ciências; de uma forma de libertar-se das escolhas habituais, corriqueiras e obrigatórias; de ser conquista capaz de enriquecer não apenas os aspectos criativos, mas todo o gênero humano; de ser um método diferente do pensamento comum, capaz de chegar a um resultado que o pensamento comum poderá entender, aceitar, e apreciar somente num momento posterior.

Algumas características são perceptíveis no processo criativo, tais como inteligência, memória, ordenação, intuição, e percepção. Contudo, para nós, um aspecto talvez seja o mais notável: o insight.

O insight é aparentemente uma súbita e inesperada compreensão sobre a essência e a natureza de algo ou alguma coisa, de um assunto, de um produto ou fato social. Súbita, aparentemente apenas, pois este é fruto de muito esforço e maturação intelectual, concentração e conhecimento, muitas vezes de repetidas tentativas de resolver um determinado problema ou de melhorar um determinado produto, que subitamente e muitas vezes instintivamente, é vista sob um novo ângulo, um novo ponto de vista.

Posto dessa forma, pode parecer que somente os intelectuais, filósofos, artistas e cientistas tem direito e capacidade de terem insights, mas não é verdade. Por exemplo, em nossa modesta experiência em consultoria e capacitação de grupos e comunidades artesãs da Amazônia, vimos por vezes, pessoas, artesãos e artesãs com baixíssimo grau de escolaridade terem insights de melhoramento sobre a forma, acabamento, embalagem, e etc de seus produtos artesanatos.

Assim, torna-se explícito que no contexto amazônico, tais definições estrangeiras precisam ser reinterpretadas à luz dos saberes e saber fazeres dos amazônidas; a criatividade se manifesta não apenas na inovação tecnológica, mas também no manejo tradicional da floresta, no artesanato indígena e ribeirinho, no Tecnobrega paraense, que criou modelos de circulação musical alternativos ao mercado tradicional, valorizando a criatividade local, e em muitas outras expressões socioculturais da região.

### **3 BREVE TRAJETÓRIA DA POLÍTICA NACIONAL DE ECONOMIA CRIATIVA**

A política pública brasileira para a Economia Criativa se iniciou de forma mais estruturada em 2011, com a criação da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura – SEC/MinC, no governo Dilma Rousseff. Naquele momento, foi lançado o Plano Brasil Criativo, que tinha como diretrizes o fomento a empreendimentos

inovadores, a construção de marcos legais, a formação de competências criativas e o fortalecimento do desenvolvimento local (MINC, 2012). A iniciativa representou um marco institucional, pois pela primeira vez o país estruturava políticas públicas voltadas diretamente ao setor.

Em 2012 se iniciou uma política inédita de premiação das melhores práticas e empreendimentos de Economia Criativa no país promovida pela SEC/MinC, que se chamou Prêmio Economia Criativa. O Edital de Fomento a Iniciativas Empreendedoras e Inovadoras recebeu 651 inscrições no período de 13 de fevereiro a 30 de abril de 2012. Das 491 inscrições válidas, foram habilitadas 383 iniciativas na primeira fase, 223 para a categoria Novos Modelos de Gestão de Empreendimentos e Negócios Criativos e 160 para Formação para Competências Criativas.

Na segunda fase de avaliação, foram classificadas as 283 iniciativas que obtiveram o mínimo de 25 pontos por categoria. A avaliação foi feita entre setembro e outubro por uma comissão de 34 membros, composta por representantes do Governo Federal e da sociedade civil atuantes nas áreas criativas. Foram premiadas 69 iniciativas da região Nordeste, 53 do Sudeste, 10 do Centro-Oeste, 9 do Norte e 9 do Sul.

A premiação dos trabalhos relativos aos Modelos de Gestão contemplou iniciativas voltadas ao desenvolvimento e à sustentabilidade de empreendimentos criativos que estimulam os ciclos de produção, circulação, distribuição, consumo e fruição de bens e serviços criativos.

Dentre esses pouquíssimos da região Norte, fomos premiados com o projeto [amazoniacriativa.com](http://amazoniacriativa.com), que consistia no primeiro e-commerce de produtos de artesanato cerâmico com referências arqueológicas, criado por amazônidas para artesãos e artesãs amazônidas, que infelizmente, como diversas outras experiências criativas e inovadoras, acabou por ser descontinuada por falta de acompanhamento, assistência técnica, e possibilidades de reinvestimento, isso de forma coordenada e estruturada, como deve ser uma ação de política pública.

Com a extinção da Secretaria em 2016, e com todos os percausos por quais nossa política nacional passou desde esse período, onde tivemos o impeachment fraudulento de

uma Presidenta, e logo em seguida a eleição e gestão de um desgoverno antidemocrático e criminoso, houve uma descontinuidade generalizada nas políticas públicas setoriais, e com a Cultura não foi diferente, tal qual assinalamos em SOUZA JUNIOR (2016).

Somente em 2023, com o lançamento do Plano Nacional de Cultura (2023–2032), e com a recriação da SEC/MinC em 2025 no governo Lula, a Economia Criativa voltou ao centro das discussões, agora mais articulada à pauta da sustentabilidade e da transição ecológica.

#### **4 POR UMA ECONOMIA CRIATIVA DA AMAZÔNIA**

A Amazônia é um território plural e diverso, que abriga mais de 25 milhões de habitantes, centenas de povos indígenas, comunidades ribeirinhas, quilombolas e populações urbanas com forte identidade cultural. Essa diversidade torna a região um laboratório vivo para experiências em Economia Criativa.

Por isso, uma Economia Criativa da Amazônia não pode ser mera reprodução da lógica e racionalidade das indústrias criativas globais. Ela deve se orientar por princípios de Justiça Social, Equidade e Sustentabilidade Socioambiental. Isso implica em: 1) transparência nas relações comerciais; 2) equidade de gênero, respeito à diversidade e identidade cultural; 3) reconhecimento e proteção dos saberes tradicionais; e 4) criação de fundos comunitários e/ou solidários para reinvestimento local. Essa concepção se aproxima enormemente do conceito de Economia Solidária, que prioriza a cooperação e a sustentabilidade, mas sem perder o melhor da dimensão competitiva, no âmbito das relações socioeconômicas, que de acordo com Arroyo (2007)

cumprir um papel imprescindível de mobilização de forças novas e inovadoras, únicas capazes de fazer o sistema ganhar, com saltos de qualidade. A cooperação pura, sem qualquer mediação com estratégias competitivas subordinadas, leva à estagnação e à perda de qualidade, nivelando o sistema por baixo (Arroyo, 2007. p.78).

A valorização da sociobiodiversidade e a inserção dos povos amazônicos como protagonistas do desenvolvimento criativo são condições fundamentais para que a

Economia Criativa cumpra seu papel de estratégia de combate à pobreza e promoção da Cidadania Cultural.

Iniciativas como o e-commerce amazoniacriativa.com, plataforma pioneira de comércio eletrônico de artesanato regional, demonstraram, á epoca, o forte potencial da combinação entre tecnologia digital, comércio justo e participação comunitária.

Assim, a Economia Criativa Amazônica, sob essa perspectiva, deve ser compreendida como processos socioeconômicos que articulam inovação e tradição, modernidade e ancestralidade, tendo o bioma amazônico, a criatividade e os modos de vida locais como ativos centrais.

## **5 COP 30 E ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA DE CIDADANIA CULTURAL E CLIMÁTICA.**

A realização da COP30 em Belém do Pará, em 2025, representa uma oportunidade histórica para a Amazônia, ao receber a Conferência, se tornar centro da diplomacia climática mundial. Nesse contexto, práticas exitosas de uma Economia Criativa Amazônica podem colaborar no desenvolvimento de campos estratégicos, tais como:

1. Diplomacia Cultural e Relações Internacionais – de forma geral, manifestações culturais e de participação social amazônicas podem reforçar a visibilidade e a importância da região no cenário global. Nesse sentido, criamos pelo Pontão de Cultura REDE AJURICABA – Rede Paraense de Pontos e Pontões de Cultura, o aplicativo #MobilizaCOP30 , primeiro app de mobilização socioambiental do planeta, cujo objetivo é organizar, promover e difundir projetos e eventos da sociedade civil organizada, que tenham caráter socioambiental e climático, no âmbito da COP 30, criando literalmente um mapa da mobilização socioambiental mundial<sup>2</sup>.
2. Bioeconomia – a valorização de produtos e serviços baseados na biodiversidade, articulados à criatividade, pode gerar alternativas sustentáveis ao extrativismo predatório.

---

<sup>2</sup> Para saber mais sobre o app Mobiliza COP 30, baixa-lo e utiliza-lo, acessem [www.redeajuricaba.org](http://www.redeajuricaba.org)

3. Educação Ambiental – iniciativas socioculturais e comunicacionais podem difundir práticas de preservação e sustentabilidade.

Cabe frisar que Belém, capital do estado do Pará, foi eleita como cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO em 2015, passando a integrar sua Rede de Cidades Criativas (UNESCO, 2024), e que agora por conta da COP 30 recebeu investimentos em infraestrutura básica da ordem de 7 bilhões de reais, entre recursos de entes públicos e privados, de âmbitos nacional estadual, municipal e internacional (LIMA, 2025).

Tais investimentos em infraestrutura urbana, sobretudo em saneamento básico e mobilidade, são estratégicos para que Belém seja de fato uma Cidade Criativa, pois assim, usufrui não somente os turistas e visitantes, mas principalmente seus munícipes, evitando com isso, que se repita a política de espetacularização da cidade, transformando-a em uma “city marketing”, tal qual aconteceu nos tempos da política de patrimonialização de Paulo Chaves, Secretário de Cultura do Pará (SOUZA JUNIOR, 2017).

Portanto, a COP 30 pode ser não apenas um marco político, mas também cultural e criativo, consolidando a Amazônia como espaço estratégico para pensar novos modelos de desenvolvimento, uma vez que, ao fomentar a inovação com responsabilidade socioambiental, a economia criativa possibilita a participação cidadã nas ações de mitigação e adaptação às mudanças climáticas, fazendo com que a cultura e a identidade se tornem vetores de engajamento e participação social.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Economia Criativa na Amazônia se configura como um desafio e uma oportunidade para o Desenvolvimento Regional. Ela articula cultura, inovação e sustentabilidade, oferecendo um caminho que valoriza a diversidade cultural e ambiental.

Entre os principais desafios para sua consolidação, destacam-se a necessidade de marcos legais específicos para proteger saberes coletivos e tradicionais, o fortalecimento da infraestrutura digital e do acesso à internet, a criação de linhas de crédito e financiamento adaptadas à realidade local, a formação de jovens criadores em áreas como audiovisual,

design e inovação social, e a articulação entre a economia criativa e a bioeconomia para garantir sinergias.

Apesar desses desafios, as perspectivas são positivas, impulsionadas pelo crescente interesse internacional pela Amazônia e pelo papel que as economias criativas podem desempenhar no enfrentamento das mudanças climáticas. A realização da COP 30 em Belém, por exemplo, reforça esse potencial, colocando a Amazônia no centro da agenda global. Para que isso se traduza em benefícios concretos para a população local, é fundamental a construção de políticas públicas consistentes, capazes de garantir direitos e deveres, fortalecer conhecimentos tradicionais e promover a cidadania socioambiental e climática.

## REFERÊNCIAS

ARROYO, João Cláudio Tupinambá. Cooperação econômica versus competitividade social. *Revista Katálysis*, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 73-83, jan./jun. 2008.

DE MASI, Domenico. *Criatividade e grupos criativos*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

HESMONDHALGH, David. *The Cultural Industries*. 3. ed. London: SAGE, 2013.

HOWKINS, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin, 2001.

LIMA, Marta Maria Conceição Moura. O legado da COP30: análise ambiental das principais obras de infraestrutura em Belém, Estado do Pará, Amazônia, Brasil. 2025. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia Ambiental e Energias Renováveis) – Universidade Federal Rural da Amazônia, Belém, 2025.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano Brasil Criativo*. Brasília: MinC, 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano Nacional da Cultura 2023–2032*. Brasília: MinC, 2023.

SOUZA JUNIOR, José Maria Reis e. Pontos de Cultura e Cultura Viva no contexto de ameaça à Democracia brasileira. In: FIGUEIREDO, S; [etal.]. *Amazônia, Cultura e cena Política no Brasil*. Belém: NAEA, 2016. p. 35 – 46.

SOUZA JUNIOR, José Maria Reis e. Os desafios de preservação e promoção do patrimônio histórico-cultural do Pará, ou como ser um “turista aprendiz” nos dias de hoje. *Papers do NAEA*, Belém, v. 28, 2017. Disponível em: <https://www.periodicos.ufpa.br/index.php/pnaea/article/view/8367>. Acesso em: 1/10/2025.

UNESCO. *Cultural and Creative Industries Report*. Paris: UNESCO, 2021.

UNCTAD. *Creative Economy Outlook 2022*. Geneva: United Nations, 2022.

UNESCO. *Belém Monitoring Report 2024*. Paris: UNESCO, 2025. Disponível em: [https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/04/Bel%C3%A9m\\_Monitoring\\_Report\\_2024.pdf](https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/04/Bel%C3%A9m_Monitoring_Report_2024.pdf). Acesso em: 13 out. 2025.