

ECONOMIA CRIATIVA: PERSPECTIVAS TEMÁTICAS ABORDADAS E METODOLOGIAS DE INVESTIGAÇÃO ADOTADAS

Luciana Lima Guilherme¹

RESUMO: Este artigo tem como objetivo fazer uma análise da bibliografia produzida sobre economia criativa e sub-temas correlatos, identificando as principais temáticas pesquisadas e as metodologias de pesquisa e de investigação utilizadas. Para isso foi feita uma pesquisa bibliográfica detalhada a partir do portal de periódicos da CAPES priorizando periódicos com alto fator de impacto. Como resultado, constata-se uma predominância de estudos voltados para a construção e compreensão de bases conceituais associadas a economia criativa, cidades criativas, desenvolvimento territorial, análises setoriais e questões voltadas para a gestão de empreendimentos e desenvolvimento de profissionais. As metodologias qualitativas correspondem à grande maioria das metodologias utilizadas pelos artigos selecionados.

PALAVRAS-CHAVE: economia criativa, indústrias criativas, cidades criativas, classe criativa, políticas públicas.

INTRODUÇÃO

A **temática da economia criativa** tem estado no foco das discussões de organismos e comunidades internacionais² nos últimos anos, destacando-se como estratégica para o crescimento e o desenvolvimento econômico e social de países desenvolvidos³ e em desenvolvimento. A comunidade acadêmica tem aprofundado esse debate a partir de reflexões fundamentais para uma maior compreensão dos conceitos envolvidos, seus impactos e suas fronteiras diante de contextos históricos, políticos, econômicos, sociais e culturais de cada país.

¹ Doutoranda do Programa de Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento (PPED) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), consultora e pesquisadora em Políticas Públicas de Cultura e Economia Criativa, professora do MBA em Gestão e Produção Cultural da FGV/RJ, .

² A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (*United Nations Conference on Trade and Development* – UNCTAD), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations* – UNESCO)

³ Os Relatórios de Economia Criativa 2008 e 2010, produzidos pela UNCTAD, são resultados de um esforço colaborativo, liderado pela UNCTAD e pela Unidade Especial para Cooperação Sul-Sul do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, com o objetivo de apresentar um panorama global de como essa economia tem evoluído no mundo a partir de dados, indicadores e reflexões.

Se por um lado essa “nova economia” é defendida como a solução para os desafios de um reposicionamento econômico, propulsor do desenvolvimento de países em contexto de pós-industrialização (BENDASSOLLI ET AL, 2009), por outro, ela é vista com desconfiança a medida que suscita temores associados às tensões relativas à produção e ao acesso à cultura e seus processos de comercialização, de bens e serviços, submetidos a uma lógica puramente mercantil.

Deste modo, a disputa de discursos e narrativas se faz presente tanto em publicações técnicas quanto em publicações acadêmicas, ora favoráveis à perspectiva de desenvolvimento a partir do fomento à economia criativa, ora desfavoráveis na medida que são criticadas como catalizadoras de políticas excludentes e neoliberais, submissas às práticas mercantis.

O debate tem se dado, então, em torno de reflexões acerca de polarizações e confusões conceituais voltadas para comparações e a identificação de características próprias nos significados de economia criativa e de economia da cultura, indústrias criativas e indústrias culturais, cidades criativas, classes criativas entre outros.

Ainda incipiente, a bibliografia acadêmica produzida sobre o assunto representa o início de uma reflexão que pede um maior aprofundamento dada a extensão e a ambigüidade da temática em muitos aspectos. Considerando-se as publicações classificadas pelo Sistema Qualis da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), percebe-se uma prevalência de artigos que tratam de aspectos relacionados aos conceitos e ao escopo do tema; a estudos de caso que apresentam análises setoriais, de desenvolvimento de territórios e ou de estratégias de gestão e fortalecimento de empreendimentos dos setores culturais e criativos.

Este artigo tem como objetivo fazer uma análise da bibliografia produzida sobre o tema, identificando as metodologias de pesquisa e de investigação utilizadas nas reflexões sobre economia criativa, e sub-temas relacionados (indústrias criativas, indústrias culturais, cidades criativas, classe criativa, inovação, educação e desenvolvimento profissional entre outros). Essa pesquisa bibliográfica foi realizada no banco de dados do Portal Capes, em periódicos cuja classificação, segundo o critério Qualis, obedecia às seguintes categorias: A1, A2, B1 e B2. A utilização desses critérios para a seleção de artigos e periódicos teve como finalidade garantir que os artigos identificados e analisados estivessem de acordo com os elevados padrões de qualidade e de exigência da produção acadêmica.

Esse trabalho está estruturado em três partes: a primeira corresponde a apresentação da metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa bibliográfica, identificando

critérios e fontes de informações utilizados; a segunda apresenta uma análise do panorama de estudos e pesquisas identificados nesta investigação, indicando principais temas, sub-temas e aspectos enfocados, além das metodologias de pesquisa utilizadas para o debate e a reflexão sobre a temática da economia criativa; por último, a terceira parte refere-se às conclusões deste trabalho indicando oportunidades no avanço dos estudos sobre o tema e seus sub-temas relacionados.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o desenvolvimento desse trabalho é de natureza qualitativa, descritiva e exploratória. Diante da relevância crescente da temática da economia criativa, foi realizada uma pesquisa bibliográfica na base de dados disponível no Portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), sem delimitar tempo de início.

Por ser um tema recente e de natureza multidisciplinar, o mesmo tem sido tratado por pesquisadores e estudiosos de diferentes áreas do conhecimento que acabam por publicar em periódicos das mais variadas áreas. Desta forma, optou-se pela realização do levantamento de artigos a partir do mecanismo de “busca por assunto” do Portal da CAPES em função dos seguintes descritores e expressões associados ao tema: **economia criativa, indústrias criativas, cidades criativas, classe criativa e políticas públicas de cultura e economia criativa**. De acordo com esse procedimento, foram identificadas 58 publicações, sendo 3 teses de doutorado, 2 dissertações de mestrado e 53 artigos científicos.

O foco dessa pesquisa bibliográfica se deu em artigos publicados em periódicos classificados pelo Sistema Integrado CAPES (SICAPES), de acordo com os critérios Qualis, nas categorias: A1, A2, B1 e B2. Dos 53 artigos identificados, 36 foram publicados em periódicos dentro dessas categorias, sendo 19 nacionais e 17 internacionais.

Esses 36 artigos selecionados foram então analisados um a um quanto aos temas e sub-temas abordados, sua finalidade e metodologia de pesquisa, no sentido de se identificar os aspectos priorizados pelos pesquisadores dentro da temática da economia criativa, o panorama das metodologias de pesquisa mais usuais, as áreas carentes de discussão e aprofundamento e as metodologias que poderiam vir a ser utilizadas.

Somaram-se, aos 36 artigos selecionados, 4 documentos institucionais publicados pelos governos do Brasil (Ministério da Cultura) e da Austrália (*Austrália Council of the Arts*); além de 4 relatórios de pesquisa publicados em pares pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN) e pela *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD).

ECONOMIA CRIATIVA: LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Aspectos e temáticas priorizados

A incipiência do debate acerca da temática da economia criativa pode ser verificada ao se analisar o volume e as características dos artigos selecionados para esse trabalho. Dos 36 artigos em questão, 10 tratam de reflexões sobre o conceito de economia criativa e conceitos relacionados, seus significados, congruências, sobreposições e divergências, além de aplicações na formulação e no desenvolvimento de políticas públicas; 12 enfocam a relação entre economia criativa e desenvolvimento local e regional, através de investigações acerca de cidades, distritos ou *clusters* criativos; 8 artigos apresentam análises relacionadas com questões de setores específicos dessa economia; e, por fim, 7 tratam de práticas de gestão, modelos de tomadas de decisão e de dinâmicas associadas ao trabalho do profissional dos setores criativos.

Bendassolli et al. (2009) realizam uma revisão teórica com o objetivo de apresentar a temática como promissora para a investigação científica, com um amplo levantamento de conceitos, especificidades e características defendidos por estudiosos e pesquisadores do campo. A análise comparativa entre conceitos como indústrias criativas e indústrias culturais, de conteúdo e de copyright, economia criativa e economia da cultura, demonstram o amplo espectro de significados e características que se distinguem ou se confundem. Essa porosidade fronteira entre conceitos é reforçada por Serra e Fernandez (2014) ao demonstrarem o quanto os conceitos de economia da cultura, economia do conhecimento e economia criativa se misturam, mas reconhecem como o fomento a essas indústrias pode ser um fator estratégico gerador de inclusão produtiva e desenvolvimento para os países, devendo ser tratado com atenção.

Corazza (2013) complementa esse debate a partir de um artigo-ressenha que aborda autores, de referência internacional, que desenvolvem reflexões com abordagens multidisciplinares e críticas sobre o fenômeno do desenvolvimento das indústrias criativas. Indústrias criativas, criatividade, inovação, cultura, desenvolvimento e classes criativas são temas discutidos numa análise que apresenta significados conceituais e implicações como resultado de políticas públicas para o desenvolvimento de territórios, criando novas dinâmicas laborais e novos processos de produção e comercialização de bens e serviços culturais e criativos.

Com as novas dinâmicas de mercado estabelecidas no contexto das indústrias criativas, Bendassolli et al. (2010) contribuem com reflexões críticas acerca das características exigidas pelas novas carreiras, delimitadas por fronteiras fluidas e dinâmicas. Ainda que o discurso sugira a existência de um novo profissional autônomo e flexível, a crítica levantada enfatiza as dificuldades

reais deste trabalhador em ser ágil e adaptativo à velocidade das mudanças de um mundo onde o conhecimento e a informação são infinitos e tornam-se obsoletos quase que instantaneamente. Os significados do trabalho e dos novos perfis profissionais demandados por essa economia são também detalhados e analisados por Bendassolli et al. (2011), a partir do desenvolvimento de um modelo heurístico de análise, baseado num instrumento canadense de medida, que permitiu identificar características considerando-se aspectos relacionados à centralidade do trabalho na vida do indivíduo, às normas sociais e à ética das relações, aos valores associados a construção da identidade do indivíduo, aos processos cognitivos e afetivos, dentre outros. Ainda que a auto-realização esteja presente na maioria dos discursos dos profissionais envolvidos nesses setores, a precariedade das relações de trabalho se destacam.

Diante destes pontos levantados, até que ponto a admissão da economia criativa, e de suas indústrias (ou setores), como estratégica para o desenvolvimento de políticas públicas de cultura é favorável ou não à produção cultural e simbólica, ao trabalhador dos setores culturais e ao cidadão-consumidor de bens e serviços culturais? Esse é um debate levantado por Miller (2011) que, quando na sua incursão sobre a temática, destaca e critica aspectos ideológicos que julga como perigosos ao desenvolvimento do campo cultural e criativo nesta perspectiva. Ele considera que a expressão indústrias criativas vem maquiar uma política de direita, neo-liberal, permeada por um discurso individualista e não engajado em questões sociais e coletivas.

Em contraposição a essa posição, a análise de De Marchi (2014), sobre o Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura do Brasil, vem destacar um processo de formulação de política pública cultural, no campo da economia criativa, que busca se distanciar de aspectos típicos do fortalecimento de uma indústria proprietária, focada no *copyright*, uma marca de mercados neo-liberais. A chamada “Economia Criativa Brasileira” vem reforçar princípios associados à valorização da diversidade cultural do país, à promoção da inovação, ao desenvolvimento com sustentabilidade e inclusão social e produtiva, compreendendo a importância das redes e dos coletivos como mediadores desses processos.

Lima e Ortellado (2013), a partir da análise do programa Cultura Viva (Ministério da Cultura) e da Lei de Fomento ao Teatro da cidade de São Paulo, levantam uma discussão sobre fomento e financiamento da cultura destacando a necessidade de se investir não apenas na ampliação do consumo de bens e serviços culturais mas, principalmente, na ampliação do direito de produzir cultura.

Potts et al. (2008) propõem uma nova definição de indústrias criativas que, ao contrário do conceito inglês vigente que se baseia na natureza criativa dos insumos e na propriedade intelectual gerada pelos seus produtos, se baseia num novo mercado onde demanda e oferta operam em redes sociais complexas. Esta nova definição avança o debate, ampliando o conceito de indústrias criativas para sua dimensão dinâmica de rede em vez de se restringir a um olhar setorial estático, baseado numa classificação meramente industrial que não corresponde a um olhar microeconômico que contemple

agentes, preços, firmas, custos de transação, organizações, tecnologias entre outros. Ora, se a indústria é então um conceito derivado, mais o é o conceito de indústrias criativas. Um outro elemento importante, destacado pelos autores, é que as indústrias criativas compartilham muitas características próprias da economia de serviços, ainda que fortemente caracterizada pela sua dimensão simbólica que emerge das representações culturais da sociedade. Assim, é preciso compreendê-las através de uma visão interdisciplinar de processos sócio-econômicos complexos que integrem ciências sociais, comportamentais e econômicas com estudos de antropologia, cultura, mídia entre outros.

Na perspectiva do desenvolvimento territorial, especificamente do desenvolvimento das cidades, a partir da economia criativa, Pratt (2011) analisa e critica o conceito de cidades criativas destacando a tensão entre abordagens voltadas para o desenvolvimento de estratégias de *place marketing*⁴ e abordagens voltadas para a compreensão acerca das identidades e diversidades de culturas locais. O autor levanta uma série de questões quanto às reais vantagens/desvantagens e benefícios obtidos a partir da implantação de políticas voltadas para o desenvolvimento de cidades criativas, seja na perspectiva da cidade entendida como espaço de produção e consumo cultural ou na perspectiva de espaço de soluções criativas dos problemas locais a partir de modelos de governança territorial. Os conceitos de cidades criativas são analisados a partir do questionamento de suas categorias e características, construídas, muitas vezes, sob um viés neo-liberal, sem um olhar mais aprofundado sobre questões associadas à desigualdade econômica e social que pode vir a ser gerada, além de processos de gentrificação. Ele critica as “receitas de bolo” assumidas e aplicadas sem uma leitura mais detalhada das diferenças próprias entre as cidades.

Bontje e Musterd (2009), assim como Pratt (2011), criticam o conceito de cidades criativas restrito, muitas vezes, ao desenvolvimento de estratégias de *place branding*. Para esses autores, dentro deste conceito, há uma priorização evidente de uma classe criativa, altamente qualificada, em relação a população envolvida com setores declinantes e com pouco acesso à educação, reforçando desta forma aspectos que aumentam as desigualdades sociais. É reconhecida a relevância de políticas para o desenvolvimento de cidades como espaços geradores de criatividade e conhecimento, no entanto é chamada atenção para a necessidade de se fugir de formulas prontas que desconsiderem as especificidades locais.

Em 2013, Pratt e Hutton ampliam a análise acerca das relações entre a economia criativa e as cidades, investigando sobre e como essa economia se desenvolveu e tem sido percebida como potencial de desenvolvimento mesmo em períodos de crise financeira, como foi no caso da crise de 2008. Os autores analisam a associação entre o desenvolvimento das indústrias criativas concentradas e a primazia de algumas cidades sobre outras, gerando crescimento e disparidades inter-regionais. O que se percebe é que muitos dos gestores públicos e tomadores de decisão se baseiem em modelos de

⁴ Estratégias de marketing e de promoção das cidades como destinos turísticos, em função de atrativos associados a produção de seus setores culturais e criativos.

governança territorial suportados em conceituações frágeis e inadequadas às especificidades da economia criativa e de seus setores. Aspectos e características próprias dos mercados tradicionais, no que se refere a sua estrutura e seu modo de organização, se apresentam de modo diferenciado quando analisados dentro do contexto da economia criativa e sua dinâmica.

Méndez et al. (2012), no seu artigo sobre economia criativa e desenvolvimento urbano na Espanha, apresentam uma análise crítica dos setores criativos da Espanha, seu peso na economia urbana e sua distribuição territorial, considerando diferentes escalas espaciais e os níveis de concentração territorial das atividades destes setores nos diversos espaços geográficos. Assim como Pratt e Huttong (2013), Mendez et al. creditam à economia criativa um potencial estratégico relevante para fazer frente à crise econômica enfrentada recentemente pela Europa. O aspecto simbólico dessa economia é destacado pelo valor que agrega aos seus produtos impactando e renovando a imagem urbana. As regiões metropolitanas figuram como hubs criativos em função do adensamento profissional de setores culturais e criativos na Espanha, e dentro dessas regiões se identificam agrupamentos em determinados bairros ou áreas, o que tem gerado sinergia com políticas de revitalização de espaços urbanos.

Leitão et al. (2010) contribuem com uma discussão que trata da formulação e implementação de políticas de fomento à economia criativa para o desenvolvimento do nordeste brasileiro, partindo de um esboço de metodologia voltada para a identificação de bacias e territórios criativos, entendidos como sub-regiões urbanas/metropolitanas ou sub-regiões interestaduais, com densidade populacional, densidade de produção, circulação e consumo de bens e serviços criativos, com densidade institucional e densidade socioeconômica. A identificação destes territórios criativos se propõe a indicar espaços geográficos com potencial de desenvolvimento local e regional associado à economia criativa nordestina.

A perspectiva do desenvolvimento regional, também é encontrada no estudo de caso do Corede⁵ Vale do Rio dos Sinos (Consinos) no Rio Grande do Sul, onde Bem e Giacomini (2012) fazem uma análise das potencialidades da região, composta por quatorze municípios, no sentido de desenvolver, num médio prazo, estratégias de desenvolvimento do setor calçadístico com o objetivo de reverter o impacto negativo que o mesmo vem sofrendo com a importação de produtos chineses. A produção de calçados é fruto da imigração alemã que investiu e desenvolveu o setor, tendo obtido sucesso e crescimento por mais de três décadas. O estudo desenvolvido buscou identificar atividades criativas de natureza complementar e

⁵ Conselho Regional de Desenvolvimento.

com potencial de sinergia para o desenvolvimento e a produção de calçados com alto valor agregado, de modo a torná-los competitivos frente a concorrência externa.

Na perspectiva do desenvolvimento local, Bento Gonçalves é analisado como um município com potencial para se tornar Cidade do Conhecimento, a partir de uma reflexão sobre a convergência entre o modelo de economia criativa brasileiro, defendido pela Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura (BRASIL, 2011), e a concepção de desenvolvimento baseado em conhecimento, desenvolvida pela taxonomia *Generic Capital System*, que promove a integração de sistemas de informação, de aprendizado e de conhecimento (FACHINELLI e CARRILLO, 2014). A convergência entre estes dois modelos reforça a tese de que a cultura local é fundamental neste processo devendo ser compreendida como vetor estratégico para o desenvolvimento.

A temática do desenvolvimento (local, regional, nacional ou global) tendo como eixo a economia criativa e seus setores está presente em outros estudos identificados para a construção desse artigo (YUSUF e NABESHIMA, 2005; REN e SUN, 2012; SILVA, 2010; GOLGHER, 2008). Estratégias de fomento e desenvolvimento de clusters ou arranjos produtivos locais são descritos como relevantes para o fortalecimento de ambientes criativos e inovadores.

Numa perspectiva setorial, percebe-se que os estudos, pesquisas e reflexões tem priorizado setores associados às chamadas novas mídias ou mídias digitais, tais como: filmes, TV, música, jogos digitais, animação entre outros. Talvez porque sejam setores que mais tenham sido impactados pela velocidade das mudanças no campo da internet e, por conseguinte, tenham maior potencial de ampliação de mercados e possibilidades de comercialização. Como exemplo disso, a desverticalização da cadeia produtiva da música é destacada por Nakano (2010) como um processo que avança a passos largos ampliando mercados e oportunidades para a produção independente, impactada diretamente pela inovação tecnológica das últimas décadas.

Através de um estudo exploratório sobre a indústria de animação para TV no Brasil, Gatti Junior et Al. (2014) destacam e analisam um setor que tem sido fortemente alavancado no país e no mundo, seja pela sua qualidade técnica e capacidade de gestão de negócios, seja por estar vivendo condições favoráveis relativas a oportunidades de financiamento e a existência de canais multiplataformas de difusão.

Ao mesmo tempo que alguns setores se profissionalizam e tornam-se competitivos no âmbito global, o estudo de Batista et Al. (2011) demonstra o quanto as relações contratuais entre o mercado e os quadrinistas no Ceará são extremamente precarizadas em função de um elevado despreparo dos profissionais em lidar com questões ligadas à gestão de seus

empreendimentos (formais ou informais) relacionando-se em contrapartida com um mercado pouco institucionalizado e profissional.

Por fim, para além das temáticas e aspectos do campo criativo descritos anteriormente, de natureza macro, por tratarem de conceituações de base e de desenvolvimento territorial e setorial, constatou-se, dentre os artigos selecionados, um elevado interesse sobre as seguintes temáticas: processos de aprendizagem e geração de conhecimento em comunidades e empreendimentos dos setores criativos (FLACH e ANTONELLO, 2011); interdisciplinaridade e integração de saberes relacionados à temática da economia criativa (HARTLEY, 2011); gestão de empreendimentos culturais e criativos na perspectiva do empreendedorismo (JUDICE e FURTADO, 2014).

METODOLOGIAS DE PESQUISA E TIPOS DE INVESTIGAÇÃO UTILIZADAS

Analisando-se as metodologias de pesquisa utilizadas nos 36 artigos selecionados para o desenvolvimento desse trabalho, temos o seguinte quadro: 31 foram desenvolvidos através de metodologias qualitativas, enquanto 1 se utilizou de uma metodologia mista e os 4 restantes se utilizaram de metodologias quantitativas. A predominância de estudos e pesquisas de natureza qualitativa é mais do que evidente, sendo a maioria de estudos exploratórios e descritivos baseados em pesquisas bibliográficas voltadas para reflexões teóricas ou revisões de literatura, muito freqüentes, visto que ainda existem imprecisões conceituais sobre o tema que precisam ser debeladas ou minimizadas. Os estudos de casos também se destacam como métodos muito utilizados com o objetivo de se realizar um aprofundamento e uma reflexão teórica baseados em experiências emblemáticas ou exitosas relacionadas à implementação de políticas públicas de fomento e desenvolvimento de territórios, setores, empreendimentos e profissionais dos setores criativos.

Ainda é insipiente a produção de estudos quantitativos, sendo menor ainda a produção de estudos quantitativos comparativos. Os Relatórios de Economia Criativa produzidos pela *United Nations Conference on Trade and Development* – UNCTAD (2008 e 2010) corresponderam a um primeiro esforço de compilação de dados mundiais dessa economia, no entanto em virtude das metodologias de mensuração não serem padronizadas entre os países as análises comparativas tornam-se mais difíceis.

Conclusão

O tema da economia criativa por ser recente, muito amplo e de natureza interdisciplinar exige um olhar mais atento e mais aprofundado no sentido de buscar uma maior consistência conceitual e teórica, além de uma construção coletiva integrada e efetiva. A sobreposição com outros conceitos ainda gera uma série de confusões que geram uma certa opacidade quanto às suas fronteiras e delimitações. A centralidade do conceito de economia criativa nos seus setores em contraposição à centralidade nas suas dinâmicas de rede e arranjos produtivos merece um debate ampliado. O fato dessa economia envolver muitos setores (nas áreas do patrimônio, artes, mídias e criações funcionais) pede que as especificidades e diferenças existentes entre estes sejam analisadas de modo a evitar tratamentos e visões generalizantes sobre realidades e dinâmicas diferentes.

O aprofundamento e a reflexão sobre a economia criativa e seus setores, a partir de métodos qualitativos, são fundamentais e necessários para a compreensão de fenômenos específicos e merecem continuar a ser desenvolvidos. No entanto, a carência de estudos de natureza quantitativa fragilizam a evolução de uma economia que tanto tem crescido mas que ainda necessita ser encarada e compreendida numa perspectiva macro que permita avaliar seus impactos econômicos efetivos no Brasil. Mais do que buscar a desagregação de dados produzidos pelo IBGE no sentido de fazer projeções e estimativas estatísticas, é necessária a finalização da metodologia de construção da conta-satélite da cultura. O estudo de metodologias de contas-satélite para o campo criativo e cultural se faz urgente para o Brasil. Um outro ponto importante é ampliar os estudos no sentido de que os mesmos tenham condições de apreender aspectos e dados reais da economia formal e informal deste campo. Em função da fragilidade institucional e legal associada aos setores criativos, há um elevado contingente de profissionais e empreendimentos atuando na informalidade, movimentando milhões ainda que de modo extremamente precarizado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BATISTA, Paulo César de Sousa; PAIVA, Thiago Alves; RAMOS, Roberto Rodrigues; ALMEIDA, Priscilla Correa da Hora; OLIVEIRA, Leonel Gois Lima. **As relações contratuais das indústrias criativas: o caso dos quadrinhos no Ceará.** CADERNOS EBAPE. BR, v. 9, nº 2, artigo 8, Rio de Janeiro, Jun. 2011.

BEM, Judite Sanson de; GIACOMINI, Nelci Maria Richter. **As indústrias criativas como alternativa de retomada de crescimento: o caso do consinos no Rio Grande do Sul**. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional - G&DR • v. 8, n. 3, p. 139-163, set-dez/2012, Taubaté, SP, Brasil.

BENDASSOLLI, Pedro F. e BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo. **Significado do trabalho nas indústrias criativas**. RAE • São Paulo • v. 51 • n. 2 • mar./abr. 2011 • 143-159.

BENDASSOLLI, Pedro F. e WOOD JR., Thomaz. **O paradoxo de Mozart: Carreiras nas indústrias criativas**. o&s (Organizações & Sociedade) - Salvador, v.17 - n.53, p. 259-277 - Abril/Junho - 2010 259, www.revistaoes.ufba.br.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; PINA E CUNHA, Miguel. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades**. ©RAE • São Paulo • v. 49 • n.1 • jan./mar. 2009 • 010-018 / ISSN 0034-7590.

BONTJE, Marco; MUSTERD, Sako. **Creative industries, creative class and competitiveness: Expert opinions critically appraised**. Geoforum 40 (2009) 843–852, journal homepage: www.elsevier.com/locate/geoforum.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014**, Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

CORAZZA, Rosana Icassatti. **Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas**. Revista Brasileira de Inovação, Campinas (SP), 12 (1), p.207-231, janeiro/junho 2013.

DE MARCHI, Leonardo. **Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil**. Intercom – RBCC, São Paulo, v.37, n.1, p. 193-215, jan./jun. 2014.

DRAKE, Graham. **This place gives me space: place and creativity in the creative industries**. Geoforum 34 (2003) 511–524, www.elsevier.com/locate/geoforum.

FACHINELLI, Ana Cristina; CARRILLO, Francisco Javier; D'ARISBO, Anelise. **Capital system, creative economy and knowledge city transformation: Insights from Bento Gonçalves, Brazil**. Expert Systems with Applications 41 (2014) 5614–5624, <http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2014.02.012> 0957-4174/ 2014 Elsevier Ltd. All rights reserved.

FLACH, Leonardo; ANTONELLO, Claudia Simone. **Organizações culturais e a aprendizagem baseada em práticas**. CADERNOS EBAPE. BR, v. 9, no 1, artigo 9, Rio de Janeiro, Mar. 2011.

GATTI JUNIOR, Wilian; GONÇALVES, Marilson Alves; BARBOSA, Ana Paula Franco Paes Leme. **Um estudo exploratório sobre a indústria brasileira de animação para a TV**. REAd | Porto Alegre – Edição 78 - Nº 2 – maio/agosto 2014 – p. 461-495.

GOLGHER, André Braz. **As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros**. R. bras. Est. Pop., São Paulo, v. 25, n. 1, p. 109-129, jan./jun. 2008.

HARTLEY, John. *Cultural studies and the urgency of interdisciplinarity: sooner, not later, we're going to need a cultural science*. Year 5, N° 1 July/Dec 2011 - São Paulo - Brasil - John Hartley, Matrizes.

HOTH, Sabine e CHAMPION, Katherine. *Small businesses in the new creative industries: innovation as a people management challenge*. Management Decision Vol. 49 No. 1, 2011 pp. 29-54, q Emerald Group Publishing Limited, 0025-1747, DOI 10.1108/00251741111094428.

HSUEHA, Sung-Lin; HSU, Keng-Hsiu; LIUA, Chiung-Ying. *A Multi-Criteria Evaluation Model for Developmental Effectiveness in Cultural and Creative Industries*. HsuehSung-Lin Hsueh et al. / Procedia Engineering 29 (2012) 1755 – 1761, www.elsevier.com/locate/procedia.

JAMBEIRO, Othon; FERREIRA, Fabio. **Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia: contribuições da economia política da comunicação**. Revista Comunicação Midiática, v.7, n.3, p.178-194, set./dez. 2012. Universidade Federal da Bahia – Salvador, Brasil .

JUDICE, Valéria Maria Martins e FURTADO, Sandra Cristina. **Gestão de empreendimentos criativos e culturais: estudo de uma organização de ensino e difusão de ritmos afro-brasileiros em São João del-Rei (MG)**. o&s - Salvador, v. 21 - n. 69, p. 293-314 - Abril/Junho - 2014, www.revistaoes.ufba.br.

KEANE, Michael; RYAN, Mark David; CUNNINGHAM, Stuart. *Worlds apart? Finance and investment in creative industries in the Peoples Republic of China and Latin America*. Telematics and Informatics 22 (2005) 309–331, www.elsevier.com/locate/tele.

LEITÃO, Cláudia Sousa; GUILHERME, Luciana L. ; OLIVEIRA, L. A. G. ; GONDIM, R. V. **Nordeste Criativo e desenvolvimento regional: esboço de uma metodologia para o fomento da economia criativa no nordeste brasileiro**. Extraprensa (USP), v. 1, p. 170-182, 2010.

LIMA, Luciana e ORTELLADO, Pablo. **Da Compra de produtos e serviços culturais ao direito de produzir cultura: análise de um paradigma emergente**. DADOS – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, vol. 56, no 2, 2013, pp. 351 a 382.

MARCELLA, Madeleine e ROWLEY, Sheonagh . *An exploration of the extent to which project management tools and techniques can be applied across creative industries through a study of their application in the fashion industry in the North East of Scotland*. Int. J. Proj. Manag. (International Journal of Project Management) <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijproman.2014.12.002>.

MÉNDEZ Ricardo; MICHELINI, Juan J.; PRADA, José; TÉBAR, Jesús. *Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales*. VOL 38 | N O 113 | ENERO 2012 | pp. 5-32 | ARTÍCULOS | ©EURE.

MILLER, Toby. *La nueva derecha de los estudios culturales - las industrias creativas*. Tabula Rasa. Bogotá - Colombia, No.15: 115-135, julio-diciembre 2011.

NAKANO, Davi. **A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música**. Gest. Prod., São Carlos, v. 17, n. 3, p. 627-638, 2010.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. **O talento jovem, a internet e o mercado de trabalho na “Economia Criativa”**. Psicologia & Sociedade; 23 (3): 554-563, 2011.

PARDO, Carmem Villarino. **Literatura Brasileira Contemporânea: o desafio da exportação**. Literatura Brasileira Contemporânea.

POTTS, Jason ; CUNNINGHAM, Stuart; HARTLEY, John; ORMEROD, Paul. *Social network markets: a new definition of the creative industries*. J Cult Econ (2008) 32:167–185, DOI 10.1007/s10824-008-9066-y (Journal of Cultural Economics).

PRATT, Andy C. e HUTTON, Thomas A. *Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis*. Cities 33 (2013) 86–95, The International Journal of Urban Policy and Planning: www.elsevier.com/locate/cities.

PRATT, Andy C. *The cultural contradictions of the creative city*. City, Culture and Society 2 (2011) 123–130, journal homepage: www.elsevier.com/locate/ccs.

PRINCE, Russell. *Fleshing out expertise: The making of creative industries experts in the United Kingdom*. Geoforum 41 (2010) 875–884, www.elsevier.com/locate/geoforum.

REN, Xuefei e SUN, Meng. *Artistic Urbanization: Creative Industries and Creative Control in Beijing*. Volume 36.3 May 2012 504–21 International Journal of Urban and Regional Research.

SERRA, Neusa e FERNANDEZ, Rafael Saad. **Economia Criativa**: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014.

SILVA, João Luiz de Figueiredo. **A emergência da geografia econômica das indústrias culturais**. ISSN 1981-9021 - Geo UERJ - Ano 12, v.1, no.21, 1o semestre de 2010. www.geouerj.uerj.br/ojs.

STOLARICK, Kevin e CURRID-HALKETT, Elizabeth. *Creativity and the crisis: The impact of creative workers on regional unemployment*. Cities 33 (2013) 5–14, www.elsevier.com/locate/cities.

YUSUF, Shahid; NABESHIMA, Kaoru. *Creative industries in East Ásia*. Cities, Vol. 22, No. 2, p. 109–122, 2005 Elsevier Ltd.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT - UNCTAD. **Creative Economy Report 2008**. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: set. 2009.

_____. **Relatório de Economia Criativa 2010**. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economicriativa/relatorio-mundial-sobre-economia-criativa-em-portugues-ja-esta-disponivel-para-consulta-e-download/>>. Acesso em: set. 2013.