

Recebimento: 25/06/2022

Aceite: 05/08/2022

## **PERSPECTIVAS TEÓRICAS E APLICADAS NA PESQUISA EM ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: REVISÃO DE ESCOPO**

## **THEORETICAL AND APPLIED PERSPECTIVES IN CREATIVE ECONOMY RESEARCH IN BRAZIL: SCOPING REVIEW**

Florence Marie Dravet<sup>1</sup>

Alberto Marques Silva<sup>2</sup>

Beatriz Chaves<sup>3</sup>

### **Resumo**

O artigo consiste de uma revisão de escopo das pesquisas em economia criativa, campo novo na pós-graduação brasileira, com objetivo de perceber tendências teóricas. Para compreender as articulações entre campo teórico e prático, assim como lacunas, limitações e efeitos dessas articulações, foi feito um levantamento nos repositórios de Teses e Dissertações (IBICT e Capes). A análise de conteúdo dos 273 documentos encontrados mostrou um campo inter e multidisciplinar, em construção teórica, com predominância da perspectiva administrativa. A Comunicação é fator central no desenvolvimento da teoria e da realidade empírica ainda pouco explorado. Tendências liberal e desenvolvimentista necessitam de maior articulação.

**Palavras chaves:** Economia criativa. Cultura. Desenvolvimento. Multidisciplinaridade.

### **Abstract**

This article is a scope review of research in creative economy, new field in Brazilian postgraduate studies, in order to perceiving theoretical trends. To understand the articulations between the theoretical and practical fields, as well as the gaps, limitations and effects of these articulations, a survey was carried out in the Theses and Dissertations repositories (IBICT and Capes). The content analysis of the 273 documents showed an inter and multidisciplinary field, in theoretical construction, with a predominance of administrative perspective. Communication is a central factor in the development of theory and empirical reality still little explored. Liberal and developmental trends need greater articulation.

**Keywords:** Creative economy. Culture. Development. Multidisciplinarity.

---

<sup>1</sup> Doutora em Didactologia das Línguas e Culturas (Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3). Professora da Universidade Católica de Brasília. Brasília-DF, Brasil. E-mail: flormd@gmail.com

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação (UNB). Professor da Universidade Católica de Brasília. Brasília-DF, Brasil. E-mail: alberto.marques@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda em Inovação em Comunicação e Economia Criativa (UCB). Brasília-DF, Brasil. E-mail: beatrizchavess@gmail.com

## Introdução

A economia criativa emerge no século XXI como uma noção associada a um novo modo de desenvolvimento das sociedades em que economia e cultura estão mutuamente implicadas. Tal associação diz respeito não só aos aspectos econômicos e culturais, mas também tecnológicos e sociais do desenvolvimento. Em seu centro está o fato de que a imaginação e a criatividade, junto com o acesso à informação e as inovações tecnológicas constituem um motor potente para favorecer a geração de riquezas e o crescimento econômico. Todavia, a chamada economia criativa não tem definição clara e permanece em discussão, levantando novas problemáticas práticas e teóricas, nos âmbitos global e local, em torno de velhas questões como as das desigualdades sociais, da relativização do conceito de crescimento econômico, das relações de poder no âmbito da cultura, da exclusão tecnológica, do acesso à informação e aos meios de produção, entre outras.

Em que pese as indefinições e os problemas que a noção de economia criativa levanta, ela vem fundamentando discursos, programas e políticas públicas em todo o mundo, seja no nível dos organismos internacionais, seja nos níveis nacionais e locais. Nos países considerados “em desenvolvimento” pela agenda internacional, a aposta na convergência entre economia e cultura, tendo a criatividade como força motriz, levanta problemas próprios e tem despertado reflexões nos meios acadêmico, produtivo e no poder público.

Historicamente, o enaltecimento da criatividade como diferencial econômico digno de atenção aparece pela primeira vez na Austrália, em 1994, início da política cultural e industrial do país, baseada na ideia de *Creative Nation* (AUSTRÁLIA, 1994), uma nação criativa que se fundaria no fortalecimento de uma identidade local forjada pelas tradições e pela diversidade multicultural do país, de modo a fazer frente às ameaças de homogeneização cultural trazidas pela globalização. As novas tecnologias da informação e da comunicação são então utilizadas a serviço desses valores culturais e atividades como o marketing e o design lhes agregam novos valores.

Seguidamente, em 1997, no Reino Unido, o partido trabalhista *Labour Party*, liderado por Tony Blair, cunha o termo *new labour* para identificar novas formas de trabalho nas quais inclui as indústrias criativas, como parte significativa da nova economia, salientando sua potencialidade de geração de empregos e ganhos com exportações. Essas indústrias, mapeadas e categorizadas em 13 setores expressivos, se caracterizam por terem sua origem na criatividade e no talento individual e por potencializarem a geração de riquezas por meio da propriedade intelectual.

De acordo com Paglioto, já em 28 de agosto de 2000, a revista norte-americana *Businessweek* publica um artigo com o título *Economia criativa – Que empresas terão sucesso nos próximos anos? Aquelas que valorizam as ideias acima de tudo* (tradução nossa)<sup>4</sup>, “ênfatizando os desafios para o sucesso de empresas no que seria um ‘novo mundo’ em torno da produção de ideias e, conseqüentemente, da exploração do direito de propriedade intelectual” (PAGLIOTO, 2015, p. 47). Em seguida, em 2001, o lançamento por John Howkins do livro *The creative economy: how people make money from ideas* marca a conceituação do termo. Para o autor, uma ideia que gera algo comercializável configura-se em um produto criativo. Para gerar riqueza, o produto resultante da criatividade deve identificar uma propriedade intelectual e possuir reconhecido valor econômico.

Percebe-se na origem da associação entre economia e criatividade, uma preocupação direta com a geração de riqueza e o desenvolvimento econômico. Todavia, os anos 2000 também são marcados pela entrada da temática no meio acadêmico e nos organismos internacionais vinculados às Nações Unidas (UNCTAD, UNESCO), à Organização para o desenvolvimento do Comércio e da Economia (OCDE) e aos grandes bancos internacionais como o Banco Mundial e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). A noção passa então a ser problematizada em várias direções, dando lugar a debates críticos em torno de aspectos como o próprio desenvolvimento e sua relação com a sustentabilidade não só econômica, mas também ambiental, social e cultural, e com a preservação da diversidade cultural e do patrimônio material e imaterial.

A partir dos incentivos dos organismos internacionais, a implementação de programas de desenvolvimento da economia criativa em vários países fora do eixo Austrália/Reino Unido, tais como China, Índia, África do Sul e Brasil, quando confrontada com as idiosincrasias de cada um, deu lugar a adaptações e conceituações muito diversas. Nesse sentido, é comum que cada unidade de gestão, quer se trate de países, regiões ou cidades, no momento de idealizar um plano de ação, busque redefinir seu entendimento do escopo da economia criativa de acordo com suas necessidades, interesses e prioridades.

<sup>4</sup> *Creative Economy - Which companies will thrive in the coming years? Those that value ideas above all else* (No original)

De um modo geral, pode-se dizer que a crítica à economia criativa vai desde as posturas mais entusiastas àquelas mais temerosas. Do lado do entusiasmo, percebe-se seu potencial para, além da geração de emprego e renda e do estímulo ao comércio exterior, gerar vantagens como redução do setor informal, revitalização de zonas urbanas em declínio e de zonas rurais sem perspectivas, inclusão de minorias e empoderamento social, valorização do patrimônio, erradicação da pobreza, combate às desigualdades, melhorias na saúde, bem-estar e qualidade de vida etc. Por outro lado, os temores são pelo reforço das desigualdades (quando se pensa a inovação e a criatividade como capacidades individuais tributárias de condições mínimas de bem-estar, conhecimento e acesso à tecnologia), pelo afastamento dos produtos de seus valores originais (para corresponder à expectativa da indústria mundial por exotismo ou etnicidade, por exemplo), pelo reforço das exclusões de todas as ordens (tecnológica, étnica, de gênero etc.), pela gentrificação dos bairros populares e exclusão dos mais pobres dos centros, pela falta de governança para fazer frente à desarticulação histórica entre poderes públicos, setores produtivos e sociedade civil, entre outros.

No Brasil, por ocasião do lançamento do estudo *Economia e cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil*, realizado em 1988 pela Fundação João Pinheiro a pedido do Ministério da Cultura, as relações entre economia, cultura e indústria criativa já são abordadas. Porém, de acordo com Miguez (2007), o marco inicial para o tratamento do assunto se dá com a XI Conferência Ministerial da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), realizada em São Paulo, em 2004 e a subsequente criação de uma instituição internacional dedicada à economia criativa na perspectiva do fortalecimento e desenvolvimento deste setor nos países do Sul. O Brasil então preparou-se para acolher o Centro Internacional de Economia Criativa (CIEC), que permitiria multiplicar os contatos internacionais, articulando estudos, parcerias e outras negociações. O centro acabou não sendo criado em função de mudanças de diretrizes no MinC.

Tais iniciativas se conjugaram com a política do Ministério da Cultura que, a partir de 2003, começou a debater de forma sistêmica a dimensão econômica da cultura, criando sucessivamente o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (2006); a Coordenação Geral de Economia da Cultura e Estudos Culturais (2009); e, após a II Conferência Nacional de Cultura de 2010, o Plano Nacional de Cultura (2010-2020) que incluía o eixo da economia criativa na sua construção estratégica. Em 2011, foi criada a Secretaria de Economia Criativa cuja missão era "conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros" (BRASIL, 2011, p. 38) que lançou o *Plano da Secretaria de Economia Criativa - Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014* (BRASIL, 2011).

Amplamente influenciado pelos estudos de Celso Furtado, pelo desenvolvimentismo, também pauta da UNESCO e pela noção de economia da cultura, o plano de economia criativa se baseava em 4 princípios: 1) diversidade cultural; 2) sustentabilidade; 3) inovação e 4) inclusão social. Seu escopo visava especialmente a produção cultural, deixando fora as criações tecnológicas como as da indústria de softwares e as inovações científicas. A referida secretaria foi extinta em 2015, mas em 2016, o MinC publicou o relatório final do Plano de Desenvolvimento da Economia da Cultura (BRASIL, 2016) que constitui um documento básico para o conceito de economia da cultura tal como entendido no Brasil até então. Em 2018, com a chegada do presidente Bolsonaro ao poder, o Ministério da Cultura foi extinto e a pasta da Economia criativa foi transferida para a "Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural" no Ministério do Turismo, com dois departamentos: Empreendedorismo cultural e Livro, leitura, literatura e bibliotecas.

Neste artigo, propõe-se fazer uma revisão das reflexões teóricas que embasam as pesquisas em economia criativa realizadas no âmbito dos estudos de pós-graduação do Brasil. O objetivo de uma revisão de escopo não é de tecer reflexões analíticas aprofundadas sobre as teorias, mas de perceber as tendências teóricas adotadas no emprego do termo economia criativa e os problemas levantados por essa noção<sup>5</sup> emergente no país. Busca-se identificar uma eventual evolução cronológica no uso de termos correlatos como os de "economia criativa", "economia da cultura" e "indústrias criativas" e perceber as atuais tendências. Almeja-se perceber as articulações existentes

---

<sup>5</sup> Aqui, opta-se pelo emprego do termo "noção" pelo fato de não haver definições precisas do que poderia ser considerado um "conceito" de Economia criativa ou de Economia da cultura. A palavra noção permite maior flexibilidade, adaptabilidade e abertura no emprego dos termos aqui em questão do que a palavra conceito que fixa, fecha, delimita.

entre o campo teórico e as práticas dos setores produtivos e dos poderes públicos, assim como as eventuais lacunas, limitações e efeitos dessas articulações<sup>6</sup>.

## Metodologia

O presente trabalho propõe um levantamento da produção sobre economia criativa nas pós-graduações brasileiras (quantitativa e qualitativa). Trata-se de uma revisão de escopo (*scoping review*) que traz à tona teorias, metodologias e dados empíricos das pesquisas desenvolvidas no país. As revisões de escopo, pouco praticadas nas áreas de ciências humanas e sociais no Brasil, permitem alcançar uma visão geral da produção de uma área de estudo específica, de modo a perceber a extensão, o alcance e a natureza das investigações, sumarizar e divulgar os dados e indicar lacunas das investigações (ARKSEY; O'MALLEY, 2005). O procedimento metodológico *scoping review* é descrito pelo Instituto Joanna Briggs - JBI (JOURNAL INFO, s/d.). Suas estratégias permitem oferecer bases para futuras análises e pesquisas (MACGREGOR et al., 2020). Conforme a descrição da plataforma JBI, um protocolo em quatro etapas será aqui empregado: 1) Critérios de busca e seleção dos textos; 2) Perguntas de pesquisa a serem respondidas; 3) Mapeamento com dados objetivos; 4) Análise qualitativa por tipo de pesquisa.

### *Critérios de busca e seleção*

Para operacionalizar os objetivos da investigação, foram feitos dois levantamentos concomitantes nos bancos de dados BDTD/IBICT e Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES com as mesmas palavras-chave: "economia criativa", "indústria criativa" ou "economia da cultura". A principal vantagem do Portal da CAPES é que contém todas as teses e dissertações brasileiras, por ser o banco de registro obrigatório, o que não ocorre no Banco de Teses do IBICT que apresenta incompatibilidades técnicas com os repositórios de algumas instituições. Por outro lado, o Banco do IBICT tem a vantagem de remeter diretamente ao texto completo da tese ou dissertação, através de link para o arquivo no repositório da universidade onde o trabalho foi defendido, o que não ocorre no Portal da CAPES. O levantamento foi feito em 13 de dezembro de 2021, com base nos seguintes critérios:

### *Critérios de inclusão:*

- Menção aos termos "economia criativa", "indústrias criativas" ou "economia da cultura" no título ou assunto do trabalho — independente da área de conhecimento e sem recorte temporal;
- Teses ou Dissertações com disponibilidade de arquivo completo.

### *Critérios de exclusão:*

- Trabalhos duplicados;
- Trabalhos que não estão acessíveis ao público;
- Trabalhos que não dizem respeito aos 3 conceitos estudados, mas foram incluídos nos resultados por conter fragmentos das palavras-chave (como "economia" e "cultura").

### *Perguntas de pesquisa*

Na primeira fase do processamento dos dados, foram tabulados os dados objetivos de cada publicação, no intuito de responder às primeiras perguntas elaboradas:

- Como a produção se distribui no tempo?
- Como a produção se distribui por região do Brasil?
- Como a produção se distribui por área do conhecimento?
- Como a produção se distribui por tipo de pesquisa (tese ou dissertação)?

Posteriormente, foram consultados os arquivos na íntegra para identificar informações qualitativas e explorar perguntas analíticas:

- Quais os tipos de metodologias utilizadas (empíricas, teóricas, aplicadas)?
- Como se dá a evolução temporal das noções prioritárias?
- Quais os conceitos operacionais relacionados às noções prioritárias ("economia criativa", "indústrias criativas" ou "economia da cultura")?
- Que setores da economia criativa emergem nas pesquisas?
- Quais as aplicações práticas das pesquisas?
- Quais as implicações práticas e teóricas das pesquisas?

<sup>6</sup> É a partir da tríplice hélice constituída pela articulação entre Universidade (enquanto lócus de pensamento e teorização), setores produtivos (lócus de implementação e verificação empírica) e poderes públicos (lócus de planejamento e políticas de incentivo) que se espera obter resultados mais eficazes no planejamento, na implementação e na avaliação dos programas de economia criativa.

### *Mapeamento com dados objetivos*

Como ferramentas de visualização de dados, foram gerados gráficos e nuvens de palavras a partir das informações levantadas, de modo a facilitar a leitura e interpretação para os autores e possíveis consultas públicas posteriores.

### *Análise qualitativa por tipo de pesquisa e discussões*

Para esta última fase do protocolo de revisão de escopo, de natureza qualitativa, os 273 documentos foram categorizados entre pesquisas de natureza empírica, pesquisas aplicadas e pesquisas de natureza teórica. No primeiro grupo de pesquisas, foram identificados os setores da economia criativa estudados; no segundo grupo, os produtos de aplicação e no terceiro grupo, foi lançado um olhar mais detalhado de modo a identificar seus objetos e suas abordagens teóricas. A partir desses dados, foi feita uma discussão conceitual recorrendo à análise de conteúdo, ou seja, ao estabelecimento de categorias emergentes do conteúdo estudado. Na análise de conteúdo (BARDIN, 2011), a interpretação dos dados é feita por meio da inferência, apoiando-se em elementos como autoria, ano, objeto, contexto, referências e formas.

## **Resultados**

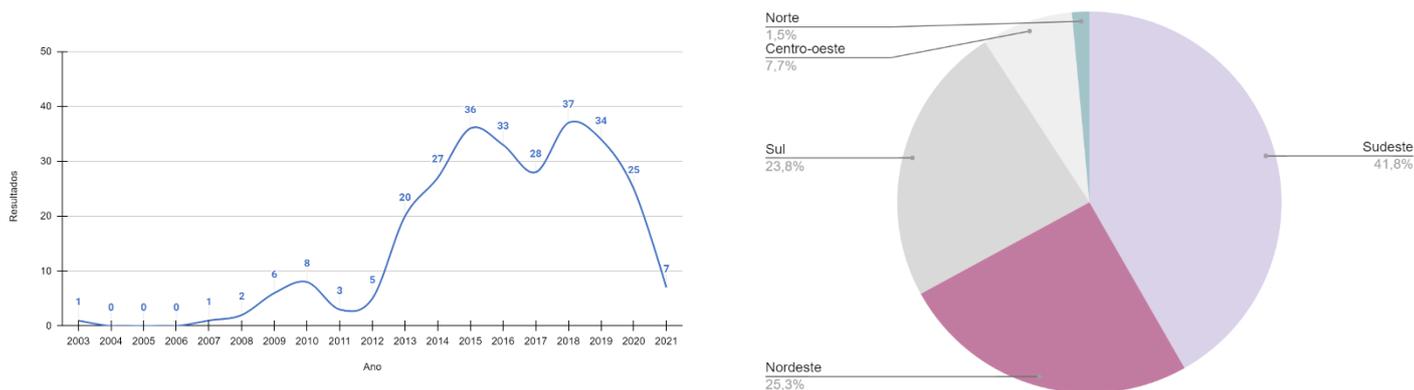
### *Mapeamento da produção*

Ao todo, após aplicados os critérios de inclusão e exclusão descritos acima, obteve-se um total de 273 teses e dissertações, sendo 48 teses de doutorado e 225 dissertações de mestrado. O número indica uma produção acadêmica relativamente baixa, facilmente explicável pelo próprio histórico das noções tratadas pelo escopo, como apresentado na introdução.

No tocante à evolução temporal das produções, percebe-se no gráfico 1 que, à exceção da primeira dissertação identificada em 2003, as pesquisas defendidas começam a aparecer timidamente entre 2007 e 2012, o que corresponde à entrada da temática no meio acadêmico em todo o mundo e nos organismos internacionais. Em crescimento lento até o ano de 2010, o assunto só volta a ser explorado de modo crescente a partir de 2013, após a criação da Secretaria de Economia Criativa do MinC em 2011. A quantidade de teses e dissertações aumenta então consideravelmente, passando de 20 em 2013 a 37 em 2018. Nos anos de 2020 e 2021, nota-se um declínio, provavelmente devido a fatores como a pandemia de Covid19 que gerou um atraso nas defesas de dissertações e teses e a demora dos registros nos repositórios para importação pelas bases do IBICT e da Capes, considerando-se a data deste levantamento feito em 13 de dezembro de 2021. É possível que a dissolução do MinC em 2018 e o contexto político brasileiro tenha alguma incidência também na queda da produção.

A respeito da distribuição das produções por regiões brasileiras (Gráfico 2), o Sudeste lidera, com 114 teses e dissertações, o que representa 41,8% do total, provavelmente pela participação de duas instituições com alta produção: UFRJ e USP e, no que diz respeito especialmente ao escopo, a presença da ESPM/ RJ com o mestrado profissional em Gestão da Economia Criativa que representa sozinho 12,5% da produção total do país com 25 teses e dissertações. A segunda colocada é a região Nordeste, com 25,3% e também com uma alta produção concentrada nos programas de pós-graduação acadêmico e profissional em Administração da UFPE (19 trabalhos) e no mestrado profissional em Indústrias Criativas da UNICAP/PE (8 trabalhos). Segue muito de perto a região Sul com 65 trabalhos, correspondentes a 23,8%, tendo alta produção na UFRGS (16 trabalhos) e, especialmente no escopo, na FEEVALE com o Mestrado profissional em Indústria Criativa (13 trabalhos). A região Centro-Oeste com 21 trabalhos (7,7%) é sobretudo representada pela UnB e seu PPG em Design. O Norte (1,5%) tem 4 produções.

**Figura 1:** Distribuição no tempo e por regiões



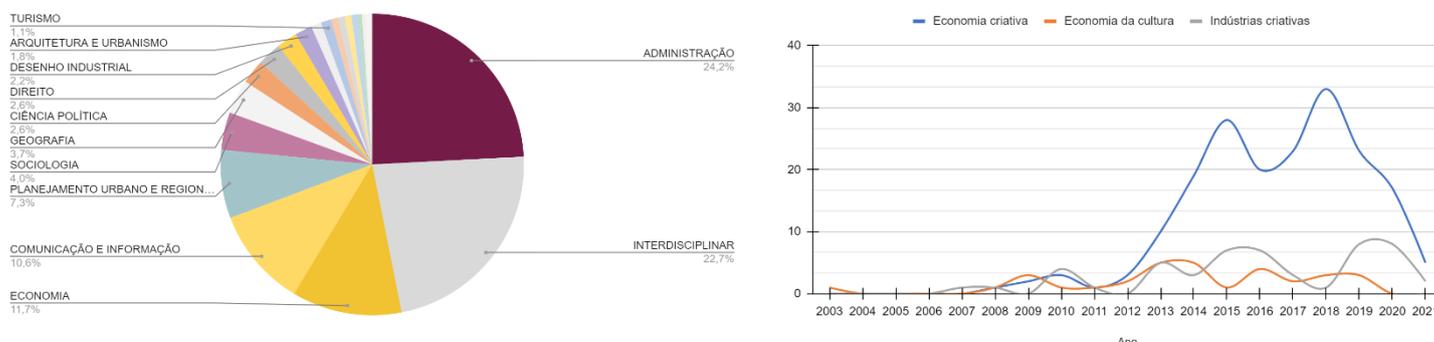
Fonte: elaboração dos autores

As áreas do conhecimento que abrigam pesquisas no escopo são muito diversas, como se percebe no gráfico 3. No entanto, a Administração e os programas Interdisciplinares ocupam respectivamente 24,2% (66 trabalhos) e 22,7% (62 trabalhos), representando juntos quase metade do total das teses e dissertações. Destacam-se ainda Economia com 32 trabalhos (11,7%), Comunicação e Informação com 29 trabalhos (10,6%), e Planejamento Urbano e Regional com 20 trabalhos (7,3%). As demais áreas não têm representatividade relevante, mas sua presença no escopo atesta o caráter multidisciplinar deste.

Para se perceber a distribuição no uso dos três termos descritores utilizados no escopo desta pesquisa ("Economia da cultura", "Economia criativa", "Indústria criativa"), foi identificada, no conjunto dos 273 trabalhos, a prioridade dada a cada uma dessas noções no desenvolvimento dos capítulos pelos autores das teses e dissertações. O termo "Economia criativa" foi preponderante com 79% das pesquisas, seguido por "Economia da cultura" (11,8%) e "Indústria criativa" (9,2%).

Quanto à evolução no emprego dos três termos ao longo dos anos. É possível identificar claramente no gráfico 4 que a noção de "Economia da cultura" aparece em 2003, seguida pela de "Indústria criativa" (2007). A noção de "Economia criativa" é utilizada prioritariamente pela primeira vez em 2008 de forma ainda tímida e concomitante com o uso dos outros dois termos. O salto no emprego da noção de "Economia criativa" se inicia em 2013, período em que as ocorrências do termo "Economia da cultura" diminuem. Quanto à "Indústria criativa" a expressão continua acompanhando todo o período, ainda que de forma minoritária.

**Figura 2:** Distribuição por área do conhecimento e evolução temporal das noções prioritárias



Fonte: elaboração dos autores

Para além das três noções prioritárias identificadas acima, vários outros termos atravessam, de forma mais ou menos recorrente, as pesquisas. A nuvem de palavras, da figura 1 abaixo, mostra as outras noções que foram qualificadas de "secundárias" por aparecerem articuladas àquelas três



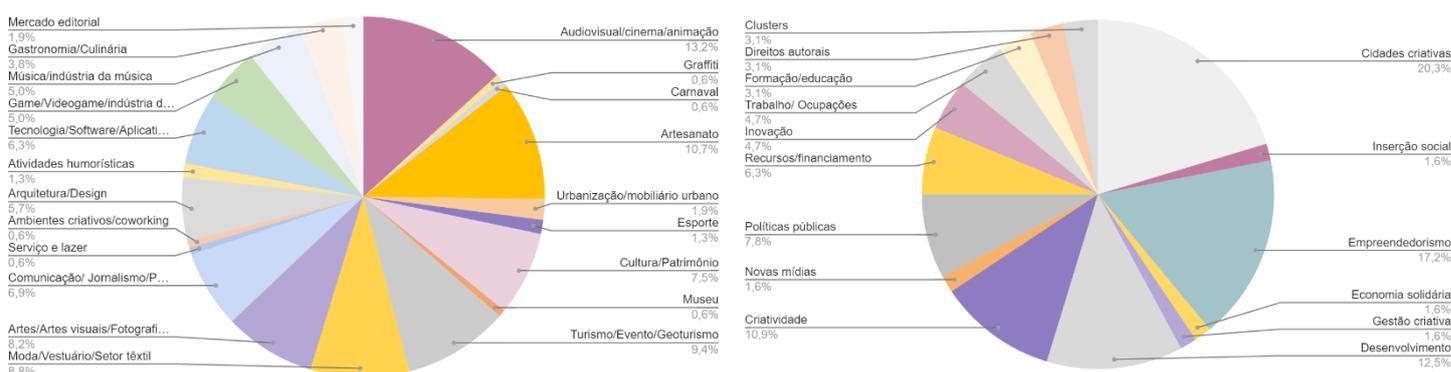
Esta categorização permite que seja lançado um olhar mais detalhado para cada uma delas na fase de análise a seguir. Que setores criativos aparecem nas pesquisas empíricas? A que tipo de aplicação as pesquisas aplicadas se propõem? Quais têm sido as problematizações e os enfoques teóricos?

#### *Análise qualitativa por tipo de pesquisa: objetos da empiria*

Um olhar atento à grande quantidade de pesquisas empíricas produzidas permitiu identificar que muitas delas se voltam a setores criativos bem delimitados, enquanto outras agrupam vários deles. Percebeu-se também que os setores não são a única maneira de adentrar tematicamente a empiria. Várias pesquisas voltam seu olhar para noções transversais da economia criativa geralmente relacionadas a sua área de pertencimento. Desta forma, trabalhos da área de Administração, por exemplo, poderão adotar a perspectiva das estratégias de gestão para delimitar um corpus de pesquisa sem ter o setor criativo como critério delimitador; trabalhos da área de Economia poderão adotar a perspectiva da geração de emprego enquanto os direitos autorais entrarão na perspectiva da área de Direito, e assim por diante. Por esta razão, para analisar os objetos da empiria, foram identificados, no gráfico 5, os setores criativos que emergem das pesquisas e no gráfico 6, as demais abordagens temáticas.

Para a identificação dos setores, foram utilizados e, por vezes, reunidos por proximidade os termos tais como empregados pelos autores dos trabalhos estudados, sem estabelecer nenhum tipo de correspondência com as classificações existentes nos diferentes documentos disponíveis, planos e relatórios das diversas organizações que regem o campo.

**Figura 4:** Setores criativos objetos das pesquisas empíricas e outras abordagens temáticas



Fonte: elaboração dos autores

Percebe-se a predominância do setor audiovisual no escopo das pesquisas empíricas com 13,2%, seguido pelo artesanato com 10,7% das pesquisas empíricas por setor. Turismo, moda e artes (em várias modalidades reunidas como artes visuais, fotografia, dança, teatro e outras) seguem de perto, respectivamente com 9,4%, 8,8% e 8,2%. Surpreende que a música e os games não ocupem mais as pesquisas empíricas, ficando na faixa dos 5%, abaixo de cultura e patrimônio (7,5%), comunicação (que inclui as atividades profissionais como jornalismo, publicidade e marketing) com 6,9%, e tecnologia (6,3%). Ainda há uma participação da gastronomia (3,8%), da urbanização e mobiliário urbano (1,9%) e do mercado editorial (1,9%). Por fim, alguns setores emergem de forma minoritária como grafite, carnaval, esportes, museu, serviço e lazer, ambientes criativos e atividades humorísticas.

As abordagens temáticas do gráfico 6 foram identificadas nos resumos das teses e dissertações, onde se convencionou dar informações precisas e objetivas sobre o objeto de pesquisa. Não foi feito nenhum tipo de agrupamento ou categorização entre elas.

Percebe-se nos trabalhos empíricos, a atenção dada às cidades criativas (20,3%) e ao empreendedorismo (17,2%), assim como, ainda que em proporção menor, ao desenvolvimento (12,5%), à criatividade (10,9%) e às políticas públicas (7,8%). A questão dos recursos e do financiamento (6,3%) também ocupa uma parte significativa dos trabalhos. Seguem-se as questões da inovação (4,7%) e do trabalho e ocupações (4,7%). Formação e educação, direitos autorais e clusters ocupam cada um 3,1% dos trabalhos empíricos voltados a temáticas não setoriais. E por fim,

uma proporção pequena de trabalhos olham para as novas mídias (1,6%), a gestão criativa (1,6%), a economia solidária (1,6%) e a inserção social (1,6%).

Destas descrições depreende-se que tanto a setorização como a tematização dos objetos da economia criativa são extensivos e não exaustivos, tendendo a não refletir nenhuma totalidade. Mantêm-se em uma lógica de múltiplas possibilidades de recortes e perspectivas que torna o campo extremamente amplo e mutável, mais uma vez situando-o em uma realidade inter e multidisciplinar. Todavia, a setorização em ocupações e atividades profissionais e o amplo espaço ocupado pelo empreendedorismo, por um lado, e pelo desenvolvimento e as cidades, por outro, deixam claro que o assunto é pautado pela perspectiva da gestão do trabalho e dos modos de organização social, especialmente no meio urbano que caracteriza a modernidade atual com todos os problemas que ela comporta.

*Análise qualitativa por tipo de pesquisa: objetos e produtos de aplicação*

Entendeu-se aqui por "pesquisas aplicadas" aquelas que, para além do embasamento teórico e/ou das observações empíricas que as sustentam, desenvolveram produtos suscetíveis de gerar impacto a curto prazo na realidade observada. Partindo dos dados básicos dos trabalhos como título, resumo e sumário, identificou-se o objeto de pesquisa e o produto gerado. Os produtos foram identificados por categorias a posteriori, conforme o processo de análise de conteúdo, por inferência a partir dos dados. Desta forma, chegou-se a quatro categorias de produtos: 1) Produtos educacionais; 2) Sites informativos; 3) Ferramentas estratégicas e 4) Inovações.

Os produtos educacionais atendem a necessidades específicas de formação de profissionais ou de futuros profissionais ainda na condição de estudantes, dos setores criativos, tais como empreendedores, artesãos ou estudantes de audiovisual. Nesta categoria, foram encontrados quatro trabalhos que desenvolveram, respectivamente, ambientes virtuais de aprendizagem para formação ao empreendedorismo e à gestão colaborativa, oficinas que geraram alternativas para o desenvolvimento do artesanato local, metodologias ativas para ensino do audiovisual e atividade de capacitação por meio de *game* para o desenvolvimento de competências empreendedoras da indústria criativa.

Na categoria dos sites informativos, foram identificados três trabalhos cujo objetivo é de disponibilizar informações a respeito de uma determinada realidade: um repositório digital da cultura matogrossense como contribuição ao turismo e à pesquisa; um plano de aplicação para a plataforma OlindART de geolocalização para o turismo cultural na cidade de Olinda (PE); e um registro analítico do processo criativo da versão alpha do jogo digital independente Lux Ex.

Outros dez produtos foram agrupados na categoria de ferramentas estratégicas, uma vez que são ferramentas que visam apoiar estratégias de desenvolvimento da economia criativa. São eles: Mapeamento para apoiar estratégias de desenvolvimento local da economia criativa na cidade de Natal (RN); Modelagem do cluster criativo de tecnologia e ações de branding no Distrito Criativo Sé/República (SP); Apresentação de quociente locacional das atividades econômicas do núcleo criativo de cada Estado do Nordeste; Visualização da ordenação espacial das ocupações criativas na região Sul; Índice de potencial criativo e análise de cluster nos municípios de Mato Grosso do Sul; Painel de indicadores com foco no escopo da economia criativa; Proposta para a implantação de um observatório de economia criativa na Universidade Federal de Pelotas (RS); Proposta de um sistema para integrar informações e gerar indicadores para o mercado de entretenimento no Rio de Janeiro; Proposta de marca "Polo de Modas de Petrópolis" (RJ); Implementação de estratégias de publicidade on-line e off-line nos projetos Mei Criativo e Indicadores Culturais Municipais.

A última categoria agrupou três produtos sob a alcunha de inovações, por se tratar de produtos que usam tecnologias com a finalidade de resolver um problema específico relacionado à Economia criativa. Trata-se de um suporte de celular e um organizador de mesa de escritório confeccionados com resíduos de MDF, destinados a serem utilizados como brindes das empresas do Vale do Paranhana/RS; da representação visual de modelos de ambientes para os profissionais da indústria criativa e, por último, da construção e avaliação de um dispositivo projetado com base na teoria da diversão para coleta de resíduos recicláveis.

Percebe-se que todos esses produtos, sejam eles educacionais, informativos, ferramentais ou inovadores, colocam competências criativas a serviço da resolução de problemas reais gerados por atividades que, por sua vez, também são criativas, situando-se numa lógica de retroalimentação e autopoiese do sistema criativo que se caracteriza pela sua abertura, flexibilidade e adaptabilidade (MORIN, 2001).

*Análise qualitativa por tipo de pesquisa: objetos e abordagens teóricas*

Para o estudo das abordagens teóricas, uma vez identificado o objeto de pesquisa dos trabalhos a partir dos resumos, foi também indicada a noção explorada entre as três prioridades do escopo (às vezes, mais de uma) e a perspectiva teórica sustentadora da argumentação do trabalho. Procedeu-se então a um exame minucioso dessas abordagens que permitiu chegar, observando-se as recorrências, a uma categorização por tendências.

Inicialmente, foram identificados trabalhos teóricos cujos temas em discussão não estão ligados às noções aqui prioritárias de Economia criativa, Economia da cultura e/ou Indústria criativa. Nesses casos, tais noções aparecem como contextuais ou secundárias. Dos 24 trabalhos, seis entram nesse grupo. Com exceção de um que trata das relações de trabalho em setores qualificados de criativos (sem problematização do termo), e um que trata do segmento da música, os outros quatro se voltam para políticas específicas do audiovisual. Chama a atenção o fato de haver, no Brasil, uma política cultural dedicada ao setor audiovisual anterior à problematização em torno da Economia da cultura e da Economia criativa, uma vez que a Lei do audiovisual 8685/93 data de 1993 e que a Ancine foi criada em 2001. Nesse sentido, estudiosos que têm por objeto o cinema ou o audiovisual consideram que esse setor deveria ter uma certa autonomia com relação aos demais hoje incluídos no conjunto das atividades criativas. Mesmo assim, e talvez por esta razão, usaram o termo Economia da cultura ou Economia criativa de forma contextual sem fazer qualquer teorização a respeito.

Destacou-se também entre os trabalhos, uma tese de doutorado que apresentou um exercício teórico independente das duas tendências dominantes que serão apresentadas abaixo. Trata-se de uma tentativa de ampliar o pensamento sobre Economia criativa em uma perspectiva complexa, usando-se operadores da teoria da Complexidade enunciada pelo pensador francês Edgar Morin (2001), tais como circularidade, dialogia, recursividade, auto-organização. O autor recorreu também à ideia de rizoma proposta por Deleuze e Guattari (2000; 2002). Propôs um modelo de Economia criativa circular estruturado a partir do tetragrama "ordem, desordem, organização, interações" acrescido da noção de rizoma como metáfora para o processo da criatividade que nasce do indivíduo e se espalha em rede de conexões e ramificações (CEGLIA, 2020).

Os demais trabalhos (17) dividem-se em duas tendências teóricas que foram nomeadas, para efeito desta análise, de "corrente liberal" (5 trabalhos) e "corrente desenvolvimentista" (12 trabalhos). A corrente liberal corresponde àquela nascida na Austrália em 1994 e aplicada como política pública no Reino Unido a partir de 1997, marcada teoricamente pelo trabalho seminal de Howkins (2001), conforme apresentado em introdução. Esta corrente se caracteriza por seguir um modelo de desenvolvimento econômico baseado na noção de crescimento dos indicadores econômicos como o aumento do Produto Interno Bruto e a diminuição das taxas de desemprego por exemplo, sem priorizar fatores sociais tais como distribuição de renda, igualdade social, acesso democrático ao consumo de bens simbólicos etc. Essa corrente é seguida por vários autores que observaram seus desdobramentos no desenvolvimento de alternativas para o crescimento econômico urbano com as noções de cidade criativa (LANDRY, 2008), trabalho criativo (FLORIDA, 2002), indústria criativa (CAVES, 2000; CUNNINGHAM, 2002; HARTLEY, 2005), clusters criativos (PORTER, 2005), entre outras propostas para se pensar a nova economia.

O que foi chamado de corrente desenvolvimentista aqui, refere-se aos trabalhos que fundamentam suas análises e reflexões em uma perspectiva econômica que prioriza a dimensão social a ela atrelada, a partir dos estudos do economista Celso Furtado. Para ele, o desenvolvimento seria menos o resultado da acumulação material do que um processo de invenção de valores, comportamentos, estilos de vida e criatividade (FURTADO, 1997). Sobre o deslocamento da lógica dos fins (voltados ao bem-estar, à liberdade e à solidariedade) para a lógica dos meios (a serviço da acumulação do capital), Furtado advertiu para grandes impactos negativos às liberdades criativas, aos recursos naturais, à própria humanidade dos indivíduos. No Brasil, apesar dos primeiros 30 anos de desenvolvimentismo terem desprezado a universalização dos direitos sociais e econômicos, a segunda onda de desenvolvimentismo proposta por Furtado tem como premissa a promoção do desenvolvimento em bases que assegurem uma justa repartição dos seus custos e benefícios nos planos social e regional. Tais trabalhos, além da inspiração em Furtado (1984, 1997) e Sen (1999), também dialogam com pensadores franceses como Bourdieu (1979), Benhamou (2007) e Vivant (2006). No período entre 2000 e 2010, o Brasil pautou sua política cultural na perspectiva da Economia da cultura em que o desenvolvimentismo serviu de ponto de partida e nutriu os estudos de Miguez (2007 e 2011), Leitão (2010) e Porta (2008) no âmbito das políticas públicas do MinC e de Bolaño (2000), Bolaño, Gollin e Brittos (2010), Tremblay (2011), Yúdice e Silva (2007) e Reis (2007, 2008 e 2011) no âmbito acadêmico, para citar apenas os mais recorrentes.

A predominância de trabalhos acadêmicos (12) situados na perspectiva desenvolvimentista, com relação aos que aderem de modo menos crítico aos autores da corrente liberal (5) deixa claro que as reflexões acadêmicas no Brasil são pautadas por uma perspectiva crítica ao que pode ser considerado como um paradigma eurocêntrico, de origem anglo-saxônica (uma vez que seus expoentes são majoritariamente autores do Reino Unido, dos Estados Unidos, além da Austrália). Para se adaptar à realidade de países considerados em desenvolvimento como o Brasil, tais teorias precisam passar pelo crivo da crítica e preocupar-se prioritariamente com uma maior equidade na distribuição de renda, um acesso mais democrático à educação e ao consumo de bens simbólicos, com a sustentabilidade ambiental, social, cultural e psíquica (bem-estar e felicidade), e com a preservação da diversidade cultural e do patrimônio material e imaterial, entre outras questões.

## Conclusões

A partir dos questionamentos iniciais e da observação dos dados, é possível chegar a algumas considerações sobre o campo de pesquisa da Economia criativa em estudo na produção científica da pós-graduação brasileira e suas relações com a sociedade, o setor produtivo e o âmbito governamental.

A quantidade de pesquisas empíricas mostra que existe um esforço concreto por parte do meio acadêmico em relacionar a teoria com a empiria, relação que se dá de forma dialógica, ou seja, tanto na aplicação das ideias e dos conceitos existentes à observação da realidade, quanto no esforço de nutrir essas mesmas ideias e conceitos com os dados da observação da realidade, de modo a fazer com que ambas - realidade empírica e teoria - avancem. Para além dos ganhos no plano teórico, esse movimento permite maiores trocas e contribuições diretas entre as instâncias acadêmicas e os segmentos da sociedade em estudo.

A existência de uma produção aplicada ao desenvolvimento de produtos, ainda que bastante incipiente, em alguns mestrados profissionais voltados aos estudos da Economia criativa ou Indústria criativa, demonstra que existe um potencial de maiores trocas efetivas, de aplicação concreta e a curto prazo, entre a academia e o setor produtivo; trocas estas que, ao serem apoiadas por políticas públicas, por meio de parcerias e/ou incentivos poderiam ser potencializadas e beneficiar os três elementos da hélice. Os tipos de produto que emergiram da pesquisa mostram que se trata tanto de soluções imediatas de formação e disponibilização de informação, como de ferramentas que podem apoiar estratégias de desenvolvimento da economia criativa em âmbitos municipais, estaduais e regionais. Portanto, a vocação dos programas de pós-graduação profissionais na área ficou evidenciada, deixando claro seu subaproveitamento tanto pelos poderes públicos como pelos setores produtivos.

A observação da distribuição temporal, geográfica e por áreas de conhecimento das pesquisas mostrou que a abrangência do escopo da Economia criativa é extensa e extensiva, que atravessa os campos disciplinares com seus métodos, suas teorias e seus conceitos, de modo que se trata de uma realidade transversal, cuja inter e multidisciplinaridade é marcada, no entanto, por um viés administrativo, econômico e de gestão do trabalho e da produção.

Existe uma relação direta entre a elaboração de políticas públicas de desenvolvimento da economia criativa como fator impulsionador do desenvolvimento econômico - em nível urbano e regional sobretudo, tendo em conta uma preocupação inicial de seus expoentes com questões como a diversidade cultural, a preservação patrimonial e a sustentabilidade ambiental - e a teorização acadêmica. Ou seja, trata-se prioritariamente de uma área de aplicação direta no âmbito social, com foco na obtenção de resultados, uma área estratégica para o desenvolvimento econômico que a academia tratou a posteriori e da qual é tributária. Tal relação explica a evolução temporal na produção das pesquisas, que acompanha claramente a evolução nas políticas públicas e se verifica também na evolução do uso das noções Economia da cultura, prevalecendo até 2010 e Economia criativa que domina a partir de 2011 e cujos estudos acadêmicos aumentam até 2018. O termo Indústria criativa é pouco utilizado no Brasil, onde a produção criativa se conecta mais aos saberes locais, regionais, artesanais e ao patrimônio imaterial do que à produção industrial. De fato, os setores como o audiovisual, a música e a moda que obedecem a lógicas industriais não parecem ter atentado para seu pertencimento ao escopo da Economia criativa. Esta constatação mereceria maiores desenvolvimentos que não couberam no âmbito deste artigo.

Ainda no quesito da distribuição geográfica das pesquisas, chama atenção a quase ausência de pesquisas na região Norte. Sabe-se que este desequilíbrio regional reflete um problema estrutural no desenvolvimento do país. Todavia, é importante chamar a atenção para a grande contribuição do

Norte do Brasil na constituição da diversidade cultural do país, com uma riqueza ontológica e epistemológica que alimenta uma produção cultural cujo valor patrimonial não pode ser ignorado quanto a sua participação no desenvolvimento da Economia criativa.

Por fim, emerge da observação das tendências teóricas dos trabalhos uma constatação: é preciso articular as duas tendências (desenvolvimentista e liberal) de modo a encontrar senão um modelo, mas uma linha de articulação conceitual que possa se tornar paradigmática e adequar as necessidades da iniciativa livre e do capital com as urgências sociais e culturais de um país marcado por uma profunda desigualdade econômica, social e cultural. Tal articulação demanda um exercício de maturidade teórica ainda por empreender.

A perspectiva comunicacional dos autores desta pesquisa, diante da constatação de que há poucas contribuições por parte dessa área (somente 10,6% do escopo estudado em Comunicação e Informação), permite inferir que a área pouco tem se debruçado sobre o fenômeno da Economia criativa porque não tem clareza do seu papel dentro do campo. No entanto, além do fenômeno das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) ter um papel central na transformação do acesso à informação, na produção de conhecimento e nas dinâmicas criativas, as conclusões apontam para a necessidade de fortalecer vínculos entre os diversos segmentos sociais envolvidos, de favorecer a circulação de informações e a elaboração de estratégias em vários níveis, questões que envolvem diretamente os saberes comunicacionais não só no âmbito midiático e tecnológico, mas também organizacional e interpessoal.

## Agradecimentos

O presente artigo foi produzido no âmbito da pesquisa "Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal", desenvolvida pelo grupo de pesquisa em Economia Criativa do Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília, com o apoio da Secretaria de Turismo (SETUR/DF) por demanda da Câmara de Economia Criativa da Fecomércio e emendas parlamentares da Câmara Legislativa do DF, efetivadas por meio do Termo de Fomento (MROSC) N.º 30/2021 - PROCESSO Nº 04009-00000567/2021-53.

Também agradecemos a todos os pesquisadores e colaboradores deste grupo de trabalho.

## Referências

ARKSEY H, O'MALLEY L. Scoping studies: towards a methodological framework. **International Journal of Social Research Methodology** n.8(1), 2005, p. 19-32. Disponível em: <https://www.york.ac.uk/inst/spru/pubs/pdf/Scopingstudies.pdf> Acesso em 17/01/2022.

AUSTRALIA. **Creative nation: commonwealth cultural policy**. Sidney: National Library of Australia, 1994.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia: Atelié Editorial, 2007.

BOLAÑO, C. **Indústria Cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000

BOLAÑO, C; GOLIN, C; BRITTOS, V. (Org.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itau Cultural, 2010.

BOURDIEU, P. **La distinction. Critique sociale du jugement**. Paris: Minuit, 1979.

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

CAVES, R. E. **Creative industries: Contracts between art and commerce**. Harvard University Press, 2000.

CEGLIA, D. **Uma análise complexa e rizomática da indústria da moda: em direção a uma economia criativa circular**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/207039> Acesso em 24/01/2022.

CUNNINGHAM, S. D. From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. *Media international Australia incorporating culture and policy. Quarterly journal of media research and resources*, 102, 2002. p. 54-65.

DELEUZE, G. e GUATTARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2000.

\_\_\_\_\_. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol. 2. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2002.

FLORIDA, R. L. **The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life**. Basic books, 2002.

FUNDAÇÃO João Pinheiro. **Economia da cultura : reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil**. Brasília: Instituto de Promoção Cultural; Secretaria de Apoio à Produção Cultural, 1988.

FURTADO, C. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

\_\_\_\_\_. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. São Paulo: Paz e Terra, 1984.

HARTLEY, J. **Creative industries**. Blackwell Publishing, 2005.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin Books, 2001.

JOURNAL INFO. **JBÍ Evidence Synthesis**. s/d. Disponível em: <https://journals.lww.com/jbisrir/pages/aboutthejournal.aspx> Acesso em 17/01/2022.

LANDRY, C. **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators**. Londres: Routledge, 2008.

LEITÃO, C. et al. (org). **I Conferência Internacional sobre Economia Criativa do Nordeste**. Anais – I, Fortaleza, 2010.

MACGREGOR, S. et al. A scoping review of co-production between researchers and journalists in research communication. *Heliyon*, 6(9), 2020, p. 1-9. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04836> Acesso em 17/01/2022.

MIGUEZ, P. A economia da cultura como campo de estudos e a novidade da economia criativa. In: MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria de Economia Criativa – Políticas, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

\_\_\_\_\_. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G. M. (org). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 95-114.

MORIN, E. **O método 1: A natureza da natureza**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

PAGLIOTO, B. F. **A singular mediação entre cultura e economia: Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**. Dissertação de mestrado. UFMG, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/BUBD-9WNG9H> Acesso em: 09/01/2022.

PORTA, P. Economia da Cultura: Um Setor Estratégico para o País. In: **Economia da Cultura**, 2008. Disponível em: <http://economiadacultura.blogspot.com/search?updated-max=2008-06-06T10:56:00-03:00&max-results=7&start=14&by-date=false> Acesso em 25/01/2022.

PORTER, M. E. Local clusters in a global economy. In: HARTLEY, J. (org.). **Creative industries**. Oxford: Blackwell, 2005. p. 259-267.

REIS, A. C. F. **Cidades Criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. 104 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

\_\_\_\_\_. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento. Uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

REIS, A. C. F. et al. Economia da Cultura ou Economia Criativa? Pondo os pingos nos is. **Cultura e Mercado**, v. 11, 2007. Disponível em: <https://culturaemercado.com.br/economia-da-cultura-ou-economia-criativa-pondo-os-pingos-nos-is/> Acesso em 28/01/2022.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

TREMBLAY, G. Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información. La creatividad contra la cultura?. In: ALBORNOZ, Luis (org.). **Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la Economía Política de la Comunicación**, Buenos Aires: Paidós, 2011. p.109-138

VIVANT, E. La classe créative existe-t-elle ? **Les Annales de la Recherche Urbaine**, n. 101, p. 155-161, nov. 2006.

YÚDICE, G; SILVA, M-A. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2007.



*Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.*