




# Economia criativa: um olhar cronológico

## *Creative economy: a chronological view*

Jefferson Yuji Watanabe<sup>1</sup> , Larissa de Moraes Barbosa Borges<sup>1</sup> ,  
Luciana Lima Guilherme<sup>1</sup> 

### RESUMO

Fruto de uma nova compreensão das relações entre os campos da cultura e da economia no início do século XXI, as atividades da economia criativa têm sido destacadas como alternativas para o crescimento e o desenvolvimento econômico de países em todo o mundo. Simultaneamente, uma série de estudos acadêmicos tem se dedicado ao assunto, ampliando perspectivas e reflexões sobre o campo. Devido à crescente projeção internacional do tema, em grande parte devido à atuação de organismos internacionais como a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), torna-se relevante a apresentação e a sistematização de uma visão abrangente sobre a área, com o objetivo de introduzi-la a um público mais amplo e envolvido neste mercado, incluindo representantes do poder público e da sociedade civil. Por esse motivo, este artigo apresenta uma revisão da literatura sobre o campo da economia criativa, seguindo uma abordagem cronológica, e uma linha do tempo dos principais acontecimentos e estudos da área, tanto em nível internacional quanto brasileiro.

**Palavras-chave:** Economia criativa. Linha do tempo. Revisão de literatura.

### ABSTRACT

*As activities of the creative economy have been regarded as alternatives for the growth and economic development of countries worldwide, stemming from a new perspective on the relationships between the fields of culture and economy in the early 21st century. Simultaneously, a series of academic studies have delved into the subject, expanding perspectives and reflections on the field. Given the ongoing international projection of the topic, largely due to the actions of international organizations such as UNCTAD and UNESCO, it becomes relevant to present and systematize a macro view of the area to introduce it to a broader and more engaged audience in this market, including representatives from the public sector and civil society. For this reason, this article provides a literature review on the field of creative economy, based on a chronological perspective, and a timeline of the main events and studies in the area, both internationally and in Brazil.*

**Keywords:** Creative economy. Timeline. Literature review.

---

<sup>1</sup>ESPM – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mails: jeffersonwat@gmail.com; larissamoraesborges@gmail.com; luciana.guilherme@espm.br

Recebido em: 09/09/2023. Aceito em: 26/02/2024.

## INTRODUÇÃO

De fato, a associação da ideia de cultura com a economia nunca se estabeleceu historicamente de maneira harmoniosa, isenta de controvérsias. Por muito tempo, a visão crítica da Escola de Frankfurt permeou essa discussão, enxergando na natureza do intangível, no valor simbólico presente nas produções culturais, uma essência cuja replicabilidade não haveria como ocorrer sem algum tipo de perda. Desse modo, ao se aproximar das técnicas de reprodução da indústria capitalista, a produção cultural perderia sua originalidade, submetendo-se às lógicas de mercado.

Porém, com o avanço de uma nova fase do capitalismo, principalmente no final do século XX, há aproximação cada vez maior dos dois campos devido a diferentes motivos, como bem apontado por Madeira (2014): o distanciamento do Estado como principal investidor das atividades culturais no tradicional sistema de mecenato, o que leva os setores culturais a procurarem outras formas de financiamento; o acirramento da competição entre setores econômicos, que procuram então agregar de maneira crescente valores simbólicos aos seus produtos; e uma expansão do conceito de cultura, para além das artes, contemplando conceitos associados à criatividade e à inovação, tão almejados pelas indústrias do século XXI.

Essas são algumas, dentre tantas outras razões, que ampliaram o pensamento sobre cultura na sua dimensão econômica, incorporando reflexões sobre o campo nas suas relações com as forças de mercado e sobre os impactos sofridos a partir das mudanças comportamentais e tecnológicas que ocorreram nos últimos 30 anos. Dito isso, o conceito de economia criativa emerge com essa premissa de relacionar cultura, criatividade e inovação, apresentando-se como alternativa para o crescimento e desenvolvimento econômico e social dos países nesse início do século XXI.

Mas, como para todo conceito há uma origem, é preciso um olhar tanto para as bases do seu surgimento quanto para seus desdobramentos, para as discussões posteriores que permitiram melhor fundamentação e aprofundamento sobre o tema. Então, é a partir dessa perspectiva que este artigo tem como objetivo apresentar uma revisão de literatura sobre o campo da economia criativa a partir de uma visão cronológica acerca dos principais conceitos, acontecimentos e estudos da área, no Brasil e no mundo, entre os anos de 1944 e 2023.

Por se tratar de uma linha do tempo sobre como o tema evoluiu ao longo dos anos, múltiplas abordagens poderiam ter sido consideradas, e, exatamente por esse motivo, é necessário apresentar o recorte que foi utilizado neste artigo. A começar pelo contexto de origem da temática, a terceira seção, fundamentada principalmente na obra de Hesmondhalgh (2008), se desenvolve a partir da correlação existente entre os conceitos de indústrias culturais e indústrias criativas, traçando uma trajetória de reflexões, entre meados dos anos 1940 até o final dos anos 1990, sobre suas diferenças e a transmutação do primeiro conceito a ponto de abrir espaço para o surgimento do segundo.

Em seguida, as contribuições de Madeira (2014) e Vlassis e Beukelaer (2019) são essenciais para delinear como as discussões sobre o tema avançaram no início dos anos 2000, a começar pelas primeiras políticas nacionais, como as da Austrália e do Reino Unido, e as obras acadêmicas que foram pioneiras sobre o assunto. Na sequência, é

dada uma atenção especial para o papel de diversas agências da Organização das Nações Unidas (ONU) na difusão mundial do tema, com destaque para a atuação da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Com a repercussão e o desenvolvimento do tema da economia criativa em múltiplos países, o artigo dedica atenção especial para os desdobramentos do assunto no Brasil, dando ênfase, principalmente, para políticas nacionais e dados econômicos, com destaque para a criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), no âmbito do Ministério da Cultura (MinC), e outras iniciativas significativas que ocorreram no decorrer do tempo até a recriação do MinC no início de 2023.

Na penúltima seção do artigo é apresentada uma linha do tempo com uma síntese dos conceitos, debates e marcos relacionados com a temática da economia criativa e suas aplicações, tanto no contexto internacional quanto brasileiro. As considerações finais trazem reflexões sobre a retomada das políticas públicas de cultura e economia criativa no Brasil e apontam para desafios ainda enfrentados e possibilidades de estudos futuros.

## **METODOLOGIA**

No que diz respeito aos métodos, uma vez que este artigo se propõe a realizar uma revisão de literatura, adota-se uma abordagem qualitativa. Os resultados são apresentados por meio de descrições verbais, em vez de números, e possuem um caráter descritivo ao relacionar variáveis e descrever as características presentes em um determinado fenômeno (GIL, 2019).

Quanto ao método em si, foi realizada uma pesquisa bibliográfica. Os argumentos e descrições de fatos foram fundamentados em materiais já publicados, seja em formato físico ou digital. Para isso, foram selecionados artigos científicos nacionais disponíveis na plataforma Periódicos/CAPES a partir dos anos 2000, período em que os termos “Economia criativa”, “Indústria criativa” e “Setor cultural” passaram a constar com maior frequência em resumos de trabalhos, conforme apontado por Almeida, Teixeira e Luft (2014).

Dentro do escopo selecionado com essas palavras-chave, foi realizada a análise de quais artigos possuíam um detalhamento maior do histórico de construção do termo, assim como o apontamento de marcos teóricos do campo da economia criativa, resultando nos três artigos mencionados de Hesmondhalgh (2008), Madeira (2014) e Vlassis e Beukelaer (2019), os quais são partes fundamentais deste artigo.

Além disso, tendo em vista as técnicas de coleta utilizadas, de levantamento bibliográfico e levantamento documental, dando especial atenção aos livros de maior repercussão acerca do tema e aos relatórios de autoria dos organismos do Sistema ONU, temos também a contribuição de uma coleção de textos de natureza predominantemente primária (GIL, 2018; STUMPF, 2011). Nesse sentido, é apresentada como resultado uma linha do tempo construída com base na literatura examinada, a qual evidencia os principais marcos históricos, publicações, autores, além da menção de outros acontecimentos dentro do recorte histórico deste trabalho.

Por fim, após a revisão da bibliografia escolhida, optou-se pelo caminho da leitura interpretativa na análise dos dados (GIL, 2018), na qual ocorre a sistematização das informações encontradas e a correlação entre suas ideias, a fim de conduzir o leitor para o entendimento do contexto que propiciou o surgimento do termo economia e indústria criativa, assim como o avanço das discussões sobre a temática.

## **DA INDÚSTRIA CULTURAL PARA A INDÚSTRIA CRIATIVA**

O debate sobre a economia criativa tem se ampliado muito nas últimas décadas, tanto numa perspectiva conceitual quanto pragmática. E é evidente, ao olhar para suas bases de fundação, a conexão que existe com os conceitos de indústrias culturais e de indústrias criativas. No entanto, como frisa Hesmondhalgh (2008), embora ambos os conceitos tratem de como bens culturais são produzidos e distribuídos nas economias e na sociedade moderna, é necessário delimitar bem as diferenças entre os dois campos, que seguem por linhas teóricas distintas e, por vezes, críticas entre si.

*A priori*, os estudos sobre indústrias culturais logo remetem às ideias de Adorno e Horkheimer presentes no livro “Dialética do Esclarecimento” (2006 [1944]). De forma breve, os autores elaboram uma visão crítica da relação entre a produção cultural e o sistema capitalista, no qual o avanço das técnicas de reprodução permite a escalabilidade, conferindo um ar de semelhança a todos os produtos culturais, os quais são aceitos por uma massa de consumidores acrítica.

A lógica da produtividade e do lucro passa então a ser incorporada na produção de bens e serviços do campo e torna-se central para o funcionamento desta então denominada “indústria cultural”, impactando desde a etapa de criação até a de consumo, interferindo diretamente nas definições de gêneros e estilos musicais tocados nas rádios, na escolha de roteiros de filmes a serem produzidos e exibidos pela indústria cinematográfica e na definição de estilos e gêneros literários priorizados e selecionados pelas editoras para a publicação de livros (GUILHERME, 2018).

Dessa forma, os processos produtivos das indústrias tradicionais, seus modos de operar e suas relações com os mercados consumidores passam a se sobrepor às dinâmicas até então vigentes para as atividades e os bens culturais. De modo que, além de produzir bens e serviços, a indústria cultural passou a ter também o papel de mediadora, tendo grande influência naquilo a ser entregue ao público, e replicadora de símbolos e valores associados à ideologia capitalista, embasando-a como se fosse a única possibilidade de desenvolvimento (ADORNO, 2002).

Assim, os produtos culturais, frutos dessa indústria, não somente a reproduzem como sofrem, como consequência da sua dinâmica, impacto direto no seu potencial efetivo de criação e inovação, com a limitação cada vez maior às liberdades criativas e a redução de espaços para a experimentação. Nesse sentido, há uma ilusão sobre a liberdade de escolha, com diferenças cada vez menos evidentes entre os produtos ofertados nos diversos mercados, tradicionais ou da cultura (ADORNO; HORKHEIMER, 2006).

Com este ponto de partida, indo para além da crítica de Adorno e Horkheimer, o conceito de indústria cultural também foi objeto de análise de autores como

Nicholas Garnham que, ao final dos anos 1960, conectaram as indústrias culturais com outras abordagens, em especial para a construção de políticas econômicas para a cultura. Para esses autores, as indústrias culturais poderiam ser entendidas como aquelas que usavam a produção e organização industrial como forma de produzir e disseminar símbolos, além de serem caracterizadas pela disparidade entre o alto custo de produção e o baixo custo de reprodução e a tendência de que os produtos culturais produzidos não se desgastam com o uso, podendo ser consumidos por um indivíduo ou vários (HESMONDHALGH, 2008).

Contudo, é somente em 1982 que a ideia de uma política pública voltada para as indústrias culturais toma forma de maneira mais concreta. Tal marco se deve à publicação de um volume dedicado ao tema pela UNESCO, que tratou sobre a desigualdade internacional de recursos culturais entre os países e sobre a necessidade de mais políticas de fomento cultural no âmbito local do que internacional.

Nesse sentido, Hesmondhalgh (2008) ressalta a política do Reino Unido de paulatinamente expandir os recursos voltados inicialmente às “belas artes” para outros campos da cultura como artesanato e cinema ao longo dos anos, além de instituir em 1983 o Greater London Council (GLC). Tal conselho teve como objetivo criar políticas contra noções idealizadas e elitistas sobre as artes, reconhecendo o papel da produção comercial na cultura e incentivando, mais do que subsídios aos artistas, uma política voltada para a distribuição e exibição, centrada em aumentar o acesso da audiência aos produtos culturais.

Além disso, outro elemento que merece destaque dentro da visão do GLC diz respeito ao papel das indústrias culturais para estratégias de recuperação econômica e urbana das cidades. Embora o GLC tenha sido extinto logo em 1986, a ideia de políticas voltadas para o fortalecimento do turismo e do comércio em algumas áreas das cidades, tornando-as atrativas para os negócios, se espalhou no final dos anos 1980 e nos anos 1990, a exemplo do Museu Guggenheim em Bilbao, inaugurado em 1997.

Em paralelo a esse contexto, observa-se a ascensão do neoliberalismo<sup>1</sup>, que envolve as ideias da indústria cultural e do próprio campo cultural como elementos de uma política local e regional de desenvolvimento, voltada para a criação de empregos, contribuição para a economia e revitalização das cidades. Nesse sentido, surgem críticas sobre os processos de gentrificação originados dessas políticas e a verdadeira importância das indústrias culturais em cidades de tamanhos tão distintos, assim como dois conceitos fundamentais: o de cidades criativas e clusters criativos (Hesmondhalgh, 2008).

É importante ressaltar que, a partir desse momento, ocorre uma aproximação entre as indústrias culturais e o conceito de criatividade, a qual, nesse contexto de meados dos anos 1990, já é considerada como elemento primordial para a

---

1 Uma definição possível é a de ser uma linha de pensamento a qual propõe que o bem-estar do indivíduo é atingido de maneira mais eficaz quando lhe proporcionamos habilidades e liberdade para empreender dentro de um sistema baseado no direito à propriedade individual, livre mercado e livre comércio (Harvey, 2005).

geração de inovação e conhecimento para as indústrias do século XXI<sup>2</sup> (LANDRY; BIANCHINI, 1995).

Essa nova perspectiva sobre a relação entre cultura e economia acaba por marcar uma ruptura no uso do termo indústria cultural, que se mostrava insuficiente nas discussões sobre cidade, política pública e criatividade, e muito distante do seu escopo inicial. Assim, de modo a abarcar um campo que contempla tanto os setores tipicamente da cultura (artes, patrimônio e indústrias culturais), quanto os setores cuja criatividade é insumo principal para a produção de bens e serviços com alto valor agregado, como design, jogos digitais, aplicativos para celulares e conteúdos criativos para a internet, o termo “indústrias criativas” ganha força e evidência, à medida que se coloca de modo ampliado e conectado não somente com os setores culturais, mas com o restante da economia.

## **ECONOMIA CRIATIVA NO MUNDO: REFERÊNCIAS E CONTRIBUIÇÕES**

A temática da economia criativa ganhou destaque global de forma gradual, iniciando-se com a formulação e implementação de políticas públicas pioneiras em países de origem anglo-saxônica. Simultaneamente, houve um movimento de reconhecimento e ampliação do debate sobre seus impactos efetivos no desenvolvimento de nações em diferentes partes do mundo. Nesse sentido, este tópico visa apresentar, nos subtópicos a seguir, as referências e contribuições fundamentais para o fortalecimento e desenvolvimento desse campo em termos globais.

### **Primeiras referências e políticas públicas nacionais**

É raro determinar precisamente o surgimento de um novo campo de estudo; no entanto, o uso do termo “indústrias criativas” pelo governo da Austrália, em sua iniciativa “Creative Nation”, em 1994, é considerado um marco histórico de origem por ser a primeira política pública registrada de fomento ao que seria entendido posteriormente como economia criativa.

No entanto, o alcance maior do termo surge a partir de 1997, durante a gestão de Tony Blair no Reino Unido, que promoveu o fortalecimento das indústrias criativas como diretriz principal para o recém-inaugurado Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS). Tal movimento, segundo Garnham (2001), é amparado principalmente por dois entendimentos: a. que as indústrias criativas são a chave para o crescimento da economia, tanto do ponto de vista nacional quanto global; b. que elas serão a fonte de geração de empregos e ganhos com exportação no futuro.

A política do Reino Unido, materializada pelo documento “Creative industries mapping document” (DCMS, 1998), foi marcada principalmente pela defesa das indústrias criativas como uma solução para o contexto pós-industrial do país: um

---

2 Nesse contexto do final do século XX, é importante destacar também a emergência de uma “revolução informacional”, onde a informação e a tecnologia ganham protagonismo nas relações sociais e econômicas, difundindo termos como “sociedade da informação” e “economia do conhecimento”, as quais corroboram a importância crescente de setores que se utilizam da tecnologia e do capital humano (Madeira, 2014).

cenário de desindustrialização das cidades, em que os processos produtivos passaram a acontecer com cada vez mais frequência para além das fronteiras. Além disso, outro ponto que merece destaque é que, ao utilizar o termo “criativas”, um conceito de definição ampla, o governo pôde estabelecer políticas comuns a setores anteriormente apartados, como artes visuais, dança e moda, em conjunto com software e design (GARNHAM, 2001).

No campo acadêmico, é importante destacar, no início dos anos 2000, o trabalho de três autores: Charles Landry (2000), John Howkins (2013) e Richard Florida (2002). Charles Landry, que em 2000 lançou seu livro “The creative city: a toolkit for urban innovators”, aproximou a economia criativa da dinâmica das cidades, apresentando a ideia de clusters criativos, áreas urbanas onde empresas do segmento criativo tendem a se convergir e gerar certos benefícios quando presente uma infraestrutura favorável para suas atividades.

Já em 2001, John Howkins lançou seu livro “The creative economy: how people make money from ideas”, conceituando as indústrias criativas como aquelas relacionadas à criação e gerência de propriedades intelectuais, de produtos comercializáveis com reconhecido valor econômico, característica adotada em várias propostas de conceito posteriores.

E no ano seguinte, em 2002, Richard Florida lançou “The rise of the creative class”, reunindo diferentes segmentos como saúde, finanças e engenharia com arquitetura, design, música e entretenimento em um mesmo recorte de “classe criativa”. Nessa obra, Florida (2002) argumenta que a competitividade global se baseia na maior quantidade de pessoas criativas que cada local consegue atrair e reter para si, devendo os governos promover ambientes favoráveis para a manutenção dessa “comunidade criativa”.

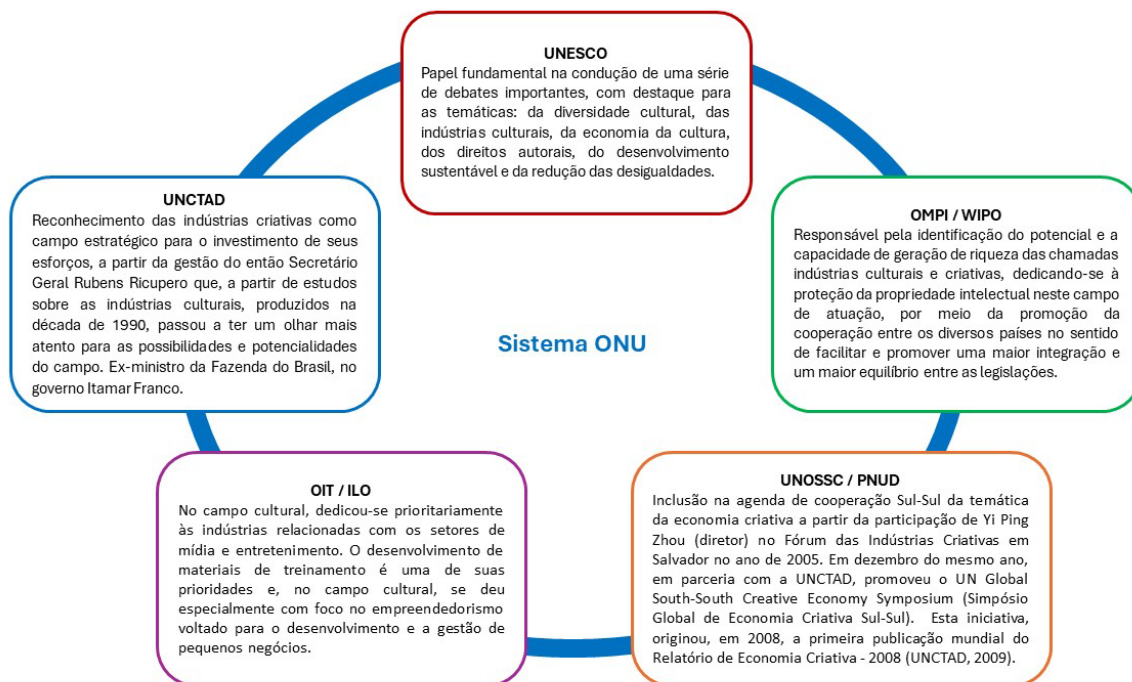
Em evidente tom otimista, tais obras se destacam pelo pioneirismo nas discussões acadêmicas sobre a economia criativa, sendo amplamente referenciadas. No entanto, é necessário atentar para a necessidade de um olhar mais crítico para esses materiais hoje, considerando as transformações e consequências já percebidas décadas após o lançamento dessas primeiras análises.

Com a profusão do tema, notadamente nos Estados Unidos, no Reino Unido e na Austrália, a economia criativa passa a circular por centros de influência e a integrar discussões sobre economia, cultura e desenvolvimento nesses países, não tardando para chamar a atenção de outras nações e organismos internacionais.

## **Contribuições do Sistema Organização das Nações Unidas**

Para a difusão do conceito de economia criativa em escala mundial, é imprescindível mencionar o papel do Sistema ONU (Organização das Nações Unidas) e a atuação de suas múltiplas agências. Cada uma dessas agências contribuiu para o fortalecimento do campo da cultura e da economia criativa, como pode ser observado na Figura 1.

A Figura 1 demonstra, portanto, a complexidade e as múltiplas dimensões afetadas por uma economia que progressivamente se fortaleceu como alternativa de



Fonte: elaborada a partir de Guilherme (2018).

Figura 1. Contribuições das Agências do Sistema ONU para o campo das relações entre cultura e economia.

desenvolvimento, seja pelo seu potencial de geração de trabalho e renda, de criação e fortalecimento de novos negócios, de proteção e afirmação da diversidade cultural, ou de redução das desigualdades sociais. Cada agência, em sua missão, destacou aspectos relevantes nesse sentido. No entanto, dentro do Sistema ONU, a UNESCO e a UNCTAD assumiram um papel mais decisivo e significativo, utilizando abordagens diferentes do conceito de economia criativa, muito em razão dos objetivos de cada uma das organizações.

Enquanto a UNESCO visa a conexão das sociedades por intermédio de educação, ciência e cultura para a promoção da paz, o que a levou a ser uma autoridade nas discussões sobre cultura e desenvolvimento; a UNCTAD surge com a missão de promover o desenvolvimento através do comércio, diminuindo o desequilíbrio entre países desenvolvidos e economias em desenvolvimento, principalmente no que diz respeito à diferença na exportação de bens primários e manufaturados (VLASSIS; BEUKELAER, 2019).

Assim, com esse objetivo em vista e a difusão das discussões sobre a economia criativa, a UNCTAD passou a defendê-la como uma alternativa viável de crescimento para os países com economias emergentes, utilizando o argumento de que tal segmento exigiria menos investimento em infraestrutura em relação a outros, além de que os recursos principais para o desenvolvimento dessa economia estariam presentes em todos os países, independente do seu estágio de industrialização, possibilitando assim uma competição mais igualitária no comércio mundial.

Como apontam Vlassis e Beukelaer (2019), apesar dos argumentos serem parcialmente verdadeiros e passíveis de diferentes críticas, a ideia de uma economia que não fosse tão dependente de investimentos massivos em infraestrutura, transporte, e energia mostrou-se atrativa para muitos países em desenvolvimento.



No entanto, uma visão em comum sobre o tema nunca foi, de fato, alcançada. Dada a perspectiva da UNCTAD ser mais voltada a uma visão da cultura ligada à inovação e ao empreendedorismo, sem tanta dependência do poder público, houve divergências, notadamente com a UNESCO, em relação ao tratamento da cultura dentro do campo da economia criativa e de quais setores seriam contemplados por essa nomenclatura. De modo que os relatórios lançados pela ONU em 2008 e 2010 têm como autores principais a UNCTAD e a Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (UNDP), com contribuições da WIPO e da UNESCO, as quais se responsabilizaram somente por suas partes.

Contudo, apesar das divergências, tais relatórios foram importantes ferramentas e referências para auxiliar na conceituação da economia criativa junto aos diversos países e até mesmo para outras agências e organismos. Assim, com a produção supervisionada por dois brasileiros: Edna dos Santos-Duisenberg (UNCTAD) e Francisco Simplicio (UNDP), os relatórios “The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy making” (UNCTAD, 2008) e “Creative economy: a feasible development option” (UNCTAD, 2010) se basearam em dois princípios: destacar o aspecto de desenvolvimento vindo da economia criativa por meio do comércio de bens e enfatizar o aspecto macroeconômico ao buscar a elaboração de uma base de dados, tornando mais concreta a relevância desse setor na sua dimensão econômica (VLASSIS; BEUKELAER, 2019).

É preciso destacar que, por ter esse viés econômico muito forte, com foco em apresentar as indústrias criativas como catalisadoras de crescimento e desenvolvimento, os documentos acabaram por se ater mais aos impactos econômicos que tais setores geravam do que se aprofundar numa compreensão conceitual sobre a nova área que se apresentava.

Apesar das críticas, esses relatórios contribuíram para a visibilidade mundial das indústrias criativas nas discussões sobre desenvolvimento. Com a repercussão, mais possibilidades de integração das indústrias criativas em estratégias de desenvolvimento nacional passaram a emergir, assim como o protagonismo da UNCTAD nas discussões sobre o tema ao redor do mundo.

Entretanto, o ano de 2013 marca o lançamento pela UNESCO (2013), em conjunto com a UNDP, do “Special edition: widening development pathways”, um novo relatório que, segundo Vlassis e Beukelaer (2019), trazia menos foco em dados quantitativos e se aprofundava em uma análise qualitativa, enfatizando o contexto local e os países com economias em crescimento.

Tal movimento acontece como forma da UNESCO se legitimar junto à UNCTAD nas discussões sobre o tema, que na época já haviam conquistado repercussão mundial, e trazer uma outra abordagem sobre a economia criativa. Nesse sentido, o relatório é sustentado por três pontos: as formas não econômicas pelas quais a cultura e a criatividade contribuem para o desenvolvimento, a apresentação de estratégias locais e nacionais possíveis para a cultura e desenvolvimento e a proposição de um escopo de indicadores qualitativos e quantitativos para mensurar a eficácia do investimento na economia criativa (VLASSIS; BEUKELAER, 2019).

Embora a construção do relatório tivesse como objetivo contextualizar a economia criativa no âmbito mundial, o documento conta com segmentos específicos para abordar as indústrias criativas no contexto da América Latina. No relatório, há destaque para Brasil, Argentina, Chile e Colômbia, por serem países que apresentavam a economia criativa de forma mais estruturada em relação a outros territórios na América Latina que ainda estavam por reconhecer o potencial desse campo. Assim, cidades como Rio de Janeiro, São Paulo e Buenos Aires são postas como exemplos para inspiração.

Esse relatório foi um marco na linha do tempo da economia criativa por mostrar o avanço da UNESCO em relação à pauta da economia criativa, apropriando-se do tema ao relacioná-lo com trabalhos anteriores publicados por ela e propor uma nova perspectiva de análise, em uma direção mais qualitativa. Essa ascensão acontece de tal forma que a autoria dessa edição especial é atribuída à UNESCO e UNPD, tornando secundária a participação da UNCTAD, diferindo do que ocorreu nos relatórios de 2008 e 2010.

Com isso, desde então, a UNESCO segue na defesa pela inclusão da cultura e da economia criativa dentro dos planos de desenvolvimento dos países e na realização de ações de financiamento das indústrias criativas (UNESCO, 2020, 2021), especialmente no ano de 2021, em que os setores culturais ainda se encontravam profundamente impactados pela pandemia da COVID-19. Inclusive, 2021 foi anunciado como o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável durante a 74ª Assembleia-Geral das Nações Unidas, em 2019.

## **ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: POLÍTICAS PÚBLICAS E CAMINHOS PARA O DESENVOLVIMENTO**

### **Políticas nacionais de economia criativa**

Por se tratar de um país com dimensões continentais, é necessário, antes mesmo de apresentar as formas pelas quais as discussões sobre economia criativa se materializaram no Brasil, destacar o contexto e algumas condições específicas do território brasileiro que se mostraram propícias para que ele fosse alçado a uma posição de relevância no início do tratamento sobre o tema.

O Brasil é um território marcado pela intenção exploratória em sua concepção, com o início de sua história entrelaçado com a escravidão, não apenas de povos africanos, mas também de povos indígenas. Dado esse propósito de colônia de exploração, nossa sociedade foi fundada sobre o trabalho braçal desses povos escravizados, voltados prioritariamente para a produção agrícola e o extrativismo de recursos naturais. Assim, ao longo de nossa existência como sociedade, foram pouco valorizados setores pertencentes à economia criativa, como cultura, gastronomia, moda, música, entre outros (MADEIRA, 2014).

No entanto, com o passar do tempo, o país tornou-se destino de muitos movimentos de imigração, em grande parte devido às perspectivas e oportunidades de riqueza e trabalho. Atualmente, o Brasil conta com uma população de 213,9 milhões de habitantes (AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS, 2021), resultado de uma mistura étnica plural

e de uma diversidade cultural múltipla, proveniente das mais diversas origens em um mesmo espaço geográfico. Assim, o ser brasileiro não se limita a uma única forma: há diferenças na fala, no vestuário, na gastronomia, no enfrentamento das situações cotidianas... uma diversidade evidente na comparação entre as regiões do país.

Dessa forma, à medida que temos uma maior diversidade dentro de um território, maior pode ser o seu potencial criativo. No entanto, embora diverso, o Brasil é um país profundamente desigual, com uma diferença expressiva entre classes sociais e falta de acesso a recursos básicos para muitos. Madeira (2014) destaca que, apesar do potencial da produção criativa nacional, ainda existem uma série de entraves que não permitem o pleno aproveitamento desse campo no país, seja por questões históricas e sociais, como as que foram brevemente apresentadas, seja pela falta de continuidade nas políticas nacionais de fomento à cultura.

Entretanto, mesmo com tais desafios, o país teve um papel importante na promoção da discussão sobre o tema da economia criativa em âmbito internacional, tendo em vista que, com a realização em 2004 da XI Conferência da UNCTAD em São Paulo, o então Secretário-Geral da organização, o brasileiro Rubens Ricupero, deu um passo importante ao inserir entre os principais painéis do evento o tema “Indústrias Criativas e Desenvolvimento”.

O painel “Indústrias Criativas e Desenvolvimento” procurou mostrar as experiências bem-sucedidas de incentivo às indústrias criativas, tanto em países com economias desenvolvidas quanto em países em desenvolvimento, propondo, além de um esforço conjunto no aprofundamento sobre o assunto, o estabelecimento de uma entidade autônoma: o Observatório Internacional da Economia Criativa (OIEC). Seu objetivo seria tratar especificamente do desenvolvimento das indústrias criativas nos países de economias emergentes, além de compartilhar boas práticas e prestar consultoria para a formulação, implementação e monitoramento de políticas.

Enquanto o OIEC não saiu do papel, a institucionalização de políticas públicas nacionais neste campo se concretizou dois anos mais tarde, pelo Ministério da Cultura (MinC), a partir da criação do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura em 2006, seguido pela criação da Coordenação Geral de Economia da Cultura e Estudos Culturais, dentro da Secretaria de Políticas Culturais (SPC), em 2009 (BRASIL, 2016); para mais adiante ter um espaço institucional mais efetivo, por meio da criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), oficializada em 2012 (GUILHERME, 2018).

A SEC foi o resultado de um processo de institucionalização iniciado em 2011 por meio da formulação de políticas nacionais de economia criativa, desempenhando um importante papel na construção do tema no país. Ainda que as políticas públicas desse campo tenham seguido, nos governos subsequentes, entre mais retrocessos que avanços, é imprescindível apresentar o trabalho desenvolvido pela SEC, dada sua importância histórica no tratamento do assunto nacionalmente e para os estudos da área.

Assim, seu processo de estruturação se deu por meio da elaboração do “Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014”, fruto de um esforço de construção coletiva, junto à sociedade civil e representantes de diversas organizações e instituições relacionadas com o campo, que permitiu a definição, inicial,

de um conceito de “economia criativa brasileira”, norteadas pelos princípios da diversidade cultural, da inovação, da sustentabilidade e da inclusão social, até a proposição de eixos estruturantes para o desenvolvimento de programas e projetos no quadriênio do mandato de 2011 a 2014 (BRASIL, 2011). O Plano da SEC foi, portanto, o resultado de debates, escutas e articulações interinstitucionais multiníveis com diversos representantes do ecossistema dos diversos setores criativos brasileiros (LEITÃO, 2016).

Com o objetivo de desenvolver e fortalecer o campo da economia criativa no Brasil e promover a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento dos seus setores, a Secretaria se estruturou em dois grandes vetores de atuação: o macro e o microeconômico. O vetor macroeconômico tinha como objetivos principais: o desenvolvimento e o monitoramento de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento de estudos e pesquisas; a identificação e a potencialização de territórios criativos; e o estímulo ao debate acerca de marcos legais e infralegais afetos ao desenvolvimento do campo cultural e criativo brasileiro. Já o vetor microeconômico tinha como objetivo o fomento ao empreendedorismo, à gestão e à inovação de empreendimentos criativos por meio dos seguintes eixos de atuação: fomento a empreendimentos e negócios, formação para competências criativas e promoção de redes e coletivos de profissionais e empreendedores dos setores criativos (BRASIL, 2011; MADEIRA, 2014).

Apesar dos esforços e das iniciativas empreendidas, os programas e projetos idealizados e em processo de implementação foram, gradativamente, descontinuados. Vale destacar, entretanto, a continuidade de quatro dos oito Observatórios Estaduais de Economia Criativa (OBECs) criados pela SEC em parceria com universidades federais de oito estados brasileiros (BRASIL, 2013). Ainda que o programa tenha sido interrompido, as universidades desses quatro estados mantiveram seus Observatórios em funcionamento até os dias de hoje. Sendo assim, seguem em atividade: o OBEC vinculado à UFBA<sup>3</sup>, à UFRB<sup>4</sup> e à UNEB<sup>5</sup>, na Bahia; o OBEC, vinculado à UFRGS<sup>6</sup>, no Rio Grande do Sul; o OBEC, vinculado à UnB<sup>7</sup>, no Distrito Federal, e o OBEC, vinculado à UFG<sup>8</sup>, em Goiás. Sendo que os dois primeiros têm evidenciado, nos últimos anos, uma produção acadêmica mais profícua por meio da realização de estudos e pesquisas voltados para o campo da economia criativa nos seus respectivos estados e no Brasil.

Entre 2015 e 2022, tanto a Secretaria quanto o Ministério da Cultura passaram por uma série de mudanças de natureza institucional, estrutural, orçamentária e política, resultado das instabilidades políticas nacionais durante esse período. Em 2016, o país enfrentou um processo de impeachment da presidente eleita, resultando na instituição de um novo governo que extinguiu e recriou um MinC fragilizado. Em 2019, marcado especialmente no Brasil, o Ministério da Cultura foi efetivamente

---

3 Universidade Federal da Bahia.

4 Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

5 Universidade do Estado da Bahia.

6 Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

7 Universidade de Brasília.

8 Universidade Federal de Goiás.

extinto, reduzindo-se em sua institucionalidade à estrutura de uma secretaria especial dentro do Ministério da Cidadania, posteriormente transferida para a estrutura do Ministério do Turismo. Essa decisão do governo federal evidenciou a perda de relevância da pauta da cultura no âmbito das políticas públicas do país, resultando ainda na diminuição da capacidade administrativa, redução orçamentária e desmantelamento das conquistas institucionais anteriores (ALEM, 2020).

Posteriormente, com a pandemia da COVID-19 a partir de 2020, a economia criativa foi impactada de forma brusca, destacando-se cenários como a falta de suporte dos governos para trabalhadores autônomos, o aumento nos índices de desemprego, a diminuição do poder de compra da população e a dificuldade dos profissionais e empreendedores criativos em obter remuneração com a paralisação de suas atividades (CANEDO; PAIVA NETO, 2020). Além disso, a transição do consumo para um meio mais digital evidenciou a dificuldade em cobrar, lucrar e gerar valor à distância.

Em 2023, sob um novo governo presidencial, o Ministério da Cultura foi recriado, recuperando sua institucionalidade e capacidade orçamentária. No mesmo ano, também foi recriada a Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural, indicando uma retomada das políticas públicas no campo.

## **Dados da economia criativa no Brasil**

Dentre os estudos nacionais, é necessário destacar primeiramente alguns marcos, como o lançamento pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) (2016) de uma nova edição do seu mapeamento de indústrias criativas, celebrando os 10 anos do seu primeiro mapeamento no Brasil.

Com o objetivo de analisar o crescimento da indústria criativa em nosso país, o documento construído pela FIRJAN apresentou-se em duas óticas estratégicas: produção e mercado de trabalho. No que diz respeito à produção, a instituição criou um sistema de classificação próprio, definindo, assim, os setores que fariam parte do mapeamento, apoiando-se em indicadores alimentados por dados provenientes de bases estatísticas oficiais. Já na ótica do mercado de trabalho, o profissional criativo considerado não precisava necessariamente trabalhar em uma empresa da indústria criativa. Assim, na época de divulgação dos dados, esses profissionais já contabilizavam 892,5 mil postos de trabalho formais, oficializando um aumento considerável de empregados do campo entre 2004 e 2013.

Já em 2018, a FIRJAN começou a divulgar manuais mais focados em alguns estados, especificamente: São Paulo, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Ceará (FIRJAN, 2018a, 2018b, 2018c, 2018d, 2018e). Por fim, a versão mais recente do relatório foi lançada em 2022, compreendendo dados do período de 2017 a 2020, ano marcado pelas incertezas da pandemia do COVID-19. No entanto, mesmo com a contabilização deste ano, a participação da economia criativa no PIB brasileiro passou de 2,61 para 2,91% em comparação com o último relatório divulgado, totalizando assim o valor de R\$ 217,4 bilhões, que é comparável à produção total do setor de construção civil e é superior à produção total do setor extrativista mineral. Além disso, o mercado de trabalho formado pelo núcleo criativo contabilizou o total de 935 mil profissionais,

registrando crescimento de 11,7% em relação ao observado em 2017, movimento esse reverso à contração de -0,1% do mercado de trabalho brasileiro.

Porém, cabe frisar que o relatório chama a atenção para o impacto heterogêneo que as áreas das indústrias criativas vêm sofrendo nos últimos anos e, principalmente, em decorrência da pandemia, com as áreas de Cultura e Mídia decrescendo enquanto Tecnologia e Consumo despontaram e foram responsáveis por carregar os números positivos mencionados anteriormente (FIRJAN, 2022).

É importante também destacar que, tendo em vista os impactos da pandemia nos anos 2020 e 2021 para a economia criativa, os quais se estendem e se fazem presentes nos cotidianos dos micros e pequenos negócios do campo criativo até hoje, uma série de pesquisas de impacto foram realizadas durante esses dois anos sob a liderança do Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA)<sup>9</sup>, da Fundação Getúlio Vargas (FGV)<sup>10</sup>, do Instituto Itaú Cultural<sup>11</sup>, entre outras instituições.

Essas pesquisas contribuíram com uma reflexão importante sobre possíveis caminhos e estratégias para a retomada dos setores culturais e criativos, apontando para a formulação de políticas públicas efetivas. Em paralelo, apesar dos retrocessos no campo das políticas culturais que ocorreram nesse período, houve uma ampla articulação entre a sociedade civil e agentes políticos para a aprovação da Lei Aldir Blanc (Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020) e da Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar nº 195, de 08 de julho de 2022), marcos legais importantes para esse momento de retomada (LEITÃO, 2023).

## UMA LINHA DO TEMPO DA TEMÁTICA

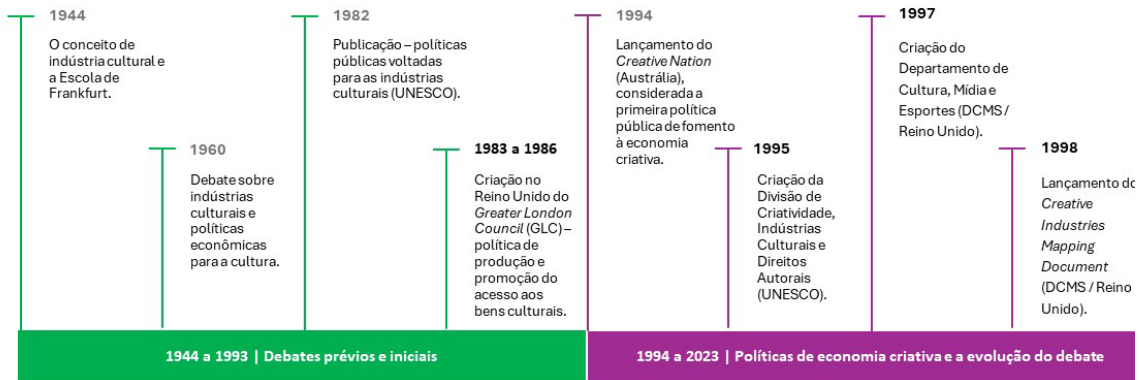
Considerando-se os conceitos, debates e marcos relacionados à temática da economia criativa e suas aplicações no Brasil e no mundo, abordados ao longo deste artigo, foi elaborada uma linha do tempo sintética estruturada em dois momentos: o primeiro dedicado aos debates iniciais sobre indústrias culturais e políticas públicas de fomento à cultura (1944 a 1993); o segundo abrangendo o período da inauguração de políticas públicas de economia criativa no mundo e seus desdobramentos posteriores, com destaque para o Brasil (1994 a 2023).

Ao analisar a linha do tempo (Figura 2), torna-se evidente a construção da trajetória de uma temática que tem se expandido e fortalecido ao longo das últimas três décadas. Assim, apesar de ser um campo com origem relativamente recente, o tema da economia criativa já percorre um caminho intrigante, com a euforia de seu otimismo inicial no início dos anos 2000 dando lugar a uma disseminação global do tema, bem como a um aprofundamento de seus conceitos e o início das análises críticas, principalmente a partir dos relatórios publicados em 2008 e 2010.

9 Vide: Relatório Impactos da COVID-19 na economia criativa - <https://obec.ufba.br/economiacriativa-covid19/>.

10 Vide: Relatório Impactos econômicos da COVID-19: economia criativa – <https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/impactos-economicos-da-covid-19-economia-criativa-julho-2020>.

11 Vide: Relatório Dez anos de economia da cultura no Brasil e os impactos da COVID-19 - <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/dez-anos-de-economia-da-cultura-no-brasil-e-os-impactos-da-covid-19>.



Fonte: criada pelos autores.

Figura 2. Linha do tempo da economia criativa | conceitos, debates e marcos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de tudo que foi descrito anteriormente, pode-se exercitar uma reflexão para o futuro do campo. Este artigo não se propôs a um mergulho exaustivo para dar conta de toda a diversidade e multiplicidade de reflexões já produzidas, mas teve a intenção de apresentar uma visão ampla sobre a evolução do campo e servir como material introdutório.

Nesse sentido, pretende-se estimular e instigar futuras contribuições teóricas, aumentando gradativamente a produção de estudos e pesquisas sobre o campo, visto que é evidente que a amplitude e a diversidade de setores contemplados por essa economia, no Brasil e no mundo, demandam um mergulho e um detalhamento maior, destacando as especificidades e dinâmicas de cada território.

Além disso, a comparação de dados ainda segue problemática em virtude das diferentes classificações setoriais adotadas pelas mais diversas instituições, representando um desafio ainda a ser enfrentado.

Ademais, os impactos da COVID-19 sobre agentes de cultura e empreendedores criativos, bem como sobre as dinâmicas econômicas dos setores criativos, ainda continuam presentes, perpetuando uma crise que aponta não apenas para a necessidade da ampliação de fomento, mas também para um ponto de inflexão em que é urgente a construção de novos modelos.

No contexto brasileiro, a retomada e o fortalecimento das políticas públicas de cultura e economia criativa a partir da recriação do MinC e da Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural também geram expectativas quanto à formulação de políticas públicas estruturantes não apenas no curto prazo, mas nos médio e longo prazos.

Em termos práticos, o orçamento do Ministério da Cultura, no ano de 2023, chegou ao montante de R\$10,7 bilhões<sup>12</sup>, sendo o maior da sua história. De qualquer modo, o processo de retomada não é trivial. Não se trata apenas de um mero retorno ao ponto anterior antes do desmonte, mas sim de uma reconstrução de caminhos, estratégias, redes e conexões para a criação de um ambiente potente e favorável para o desenvolvimento de uma economia criativa brasileira. Um orçamento recorde é importante, mas não dá conta da complexidade de um campo econômico intersetorial, que vai muito além de uma única pasta governamental.

Dito isso, são diversas as pautas possíveis para futuros estudos que possam dar continuidade à linha do tempo aqui proposta. O que é importante ter em mente é a visão de Leitão (2023) que propõe que, para o desenvolvimento e fortalecimento da economia criativa, é necessário haver uma política integrada e multinível, dentro de uma lógica de estado-rede, além de uma articulação, seja ela estimulada ou orgânica, entre diferentes comunidades e territórios, levando em conta especificidades ao mesmo tempo que as pluralidades que cada realidade tem.

---

12 A composição do montante do orçamento de 2023 do MinC está estruturada da seguinte forma: orçamento aprovado - R\$5,7 bilhões; Lei Paulo Gustavo: R\$ 3,8 bilhões; e Condecine: R\$1,2 bilhão. Vide: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2022/12/27/ministerio-da-cultura-ter-oramento-recorde-de-mais-de-r-10-bilhes-em-2023.ghtml>



## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: ADORNO, Ludwig Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006. p. 57-79.

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS. População estimada do país chega a 213,3 milhões de habitantes em 2021. 27 de agosto de 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/31458-populacao-estimada-do-pais-chega-a-213-3-milhoes-de-habitantes-em-2021>. Acesso em: 14 fev. 2024.

ALEM, Nichollas. **Um balanço do primeiro ano e meio do Governo Bolsonaro na Cultura**. Instituto de Direito, Economia e Artes, 17 de jun. de 2020. Disponível em: <http://institutodea.com/artigo/um-balanco-do-primeiro-ano-e-meio-do-governo-bolsonaro-na-cultura>. Acesso em: 03 dez. 2021.

ALMEIDA, Aline Santos de; TEIXEIRA, Rivanda Meira; LUFT, Maria Conceição Melo Silva. Mapeando a produção científica sobre economia criativa em periódicos nacionais e internacionais de 2000 a 2013. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 4, p. 23-47, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441742855003>. Acesso em: 30 nov. 2021.

BRASIL. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília: Minc, 2011.

BRASIL. **Relatório de Ações da SEC – 2011 a 2013**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/950374/Relatório/32a18e51-0299-483f-9604-96a3e221b0ab>. Acesso em: 11 fev. 2024.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Relatório Final – Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura**. Brasília: Ministério da Cultura, 2016. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA\\_PNEC\\_RELATORIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6](http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA_PNEC_RELATORIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6). Acesso em: xx out. 2016.

CANEDO, Daniele Pereira; PAIVA NETO, Carlos Beyrodt (coords). **Relatório final da pesquisa Impactos da Covid-19 na Economia Criativa**. Salvador: Observatório da Economia Criativa: Santo Amaro: UFRB, 2020. 60p. Disponível em: <https://www.obec.ufba.br/wp-content/uploads/2020/09/RELAT%C3%93RIO-FINAL-Impactos-da-Covid-19-na-Economia-Criativa-OBEC-BA-compressed.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2024.

DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA AND SPORT (DCMS). **Creative industries mapping document**. London: DCMS, 1998. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>. Acesso em: 30 nov. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/download.aspx>. Acesso em: 01 dez. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Análise especial SP**. Rio de Janeiro, 2018a. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/AnaliseEspecialSP-2018.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Análise especial RS**. Rio de Janeiro, 2018b. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/AnaliseEspecialRS-2018.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Análise especial RJ**. Rio de Janeiro, 2018c. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/AnaliseEspecialRJ-2018.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Análise especial MG**. Rio de Janeiro, 2018d. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/AnaliseEspecialMG-2018.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Análise especial CE**. Rio de Janeiro, 2018e. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/AnaliseEspecialCE-2018.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://appsext.firjan.com.br/economicriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa2022.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2024.
- FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class**. New York: Basic Books, 2002.
- GARNHAM, Nicholas. Afterword: the cultural commodity and cultural policy. In: SELWOOD, Sara. **The UK Cultural Sector**. London: Policy Studies Institute, 2001. p. 445-458.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2018.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2019.
- GUILHERME, Luciana Lima. **Economia criativa, Desenvolvimento e Estado-rede**: uma proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro. 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/335336272\\_GUILHERME\\_Luciana\\_L\\_Economia\\_Criativa\\_Developolvimento\\_e\\_Estado-Rede\\_Tese](https://www.researchgate.net/publication/335336272_GUILHERME_Luciana_L_Economia_Criativa_Developolvimento_e_Estado-Rede_Tese). Acesso em: 13 fev. 2024.
- HARVEY, David. **A brief history of Neoliberalism**. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- HESMONDHALGH, David. Cultural and Creative Industries. In: BENNET, Tony; FROW, John. **The Sage Handbook of Cultural Analysis**. Oxford: Blackwell, 2008. p. 552-569.
- HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books, 2013.
- LANDRY, Charles; BIANCHINI, Franco. **The Creative City**. London: Demos, 1995.
- LANDRY, Charles. **The creative city: a toolkit for urban innovators**. New York: Earthscan, 2000.
- LEITÃO, Cláudia Sousa. "Ter ou não ter direito à criatividade, eis a questão": sobre os desafios, os impasses e as perspectivas de um Brasil Criativo. In: LEITÃO, Cláudia Sousa; MACHADO, Ana Flávia. **Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira**. Belo Horizonte: Código Editora, 2016. 309-378.
- LEITÃO, Cláudia Sousa (org.). **Criatividade e emancipação nas comunidades-rede**: contribuições para uma economia criativa brasileira. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2023.
- MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa**. Brasília: FUNAG, 2014.
- STUMPF, Ida Regina Chitto. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy making**. 2008. Disponível em: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf) . Acesso em: 09 fev. 2024.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative economy: a feasible development option**. 2010. Disponível em: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf). Acesso em: 09 fev. 2024.
- UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP); EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Creative Economy Report 2013 - Special edition: widening development pathways**. One United Nations Plaza, New York, NY 10017, USA and the UNITED NATIONS, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224698>. Acesso em: 09 fev. 2024.
- UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **A UNESCO apoia a cultura e o patrimônio durante a crise da COVID-19**. 2020. Disponível em: <https://pt.unesco.org/news/unesco-apoia-cultura-e-o-patrimonio-durante-crise-da-covid-19>. Acesso em: 22 nov. 2021
- UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **UNESCO financia iniciativas da indústria criativa e pede inclusão da cultura nos planos de recuperação**, 2021. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/111352-unesco-financia-iniciativas-da-industria-criativa-e-pede-inclusao-da-cultura-nos-planos-de>. Acesso em: 22 nov. 2021
- VLASSIS, Antonio; BEUKELAER, Christiaan de. **The creative economy as a versatile policy script: exploring the role of competing intergovernmental organizations**. **Media, Culture & Society**, v. 41, n. 4, p. 502-519, 2019. <https://doi.org/10.1177/0163443718810913>

## Sobre os autores

**Jefferson Yuji Watanabe:** Mestre em Gestão da Economia Criativa pelo Programa de Pós-graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/RJ).

**Larissa de Moraes Barbosa Borges:** Mestre em Gestão da Economia Criativa pelo Programa de Pós-graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/RJ).

**Luciana Lima Guilherme:** Doutora em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento (PPED/IE/UFRJ), Mestre em Administração (UECE) e bacharel em Administração de Empresas (UFC), professora do Programa de Pós-graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação, além de coordenadora do Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC) da ESPM/RJ.

**Conflito de interesses:** nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

**Contribuições dos autores:** WATANABE, J. Y.: Conceituação, Curadoria de Dados, Investigação, Metodologia, Escrita – Primeira Redação, Escrita – Revisão e Edição. BORGES, L.M. B.: Conceituação, Curadoria de Dados, Investigação, Metodologia, Escrita – Primeira Redação. GUILHERME, L. L.: Conceituação, Investigação, Supervisão, Validação, Escrita – Revisão e Edição.

