



JOÃO PEDRO TORNELI RIBEIRO

**OPORTUNIDADES DA ECONOMIA CRIATIVA FRENTE AO CENÁRIO
DE RETRAÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA**

Campinas

2017



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ECONOMIA**

JOÃO PEDRO TORNELI RIBEIRO

**OPORTUNIDADES DA ECONOMIA CRIATIVA FRENTE AO CENÁRIO
DE RETRAÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, como parte dos requisitos exigidos para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, sob a orientação do Prof. Dr. Renato Garcia.

Campinas

2017

Agradecimentos

A todos professores do Instituto de Economia da Unicamp que me apoiaram nessa jornada, em especial ao José Maria da Silveira por ter me dado a oportunidade do primeiro estágio na carreira. E ao Renato Garcia, por me orientar neste trabalho.

Às Coordenadoras de Graduação Simone de Deos e Ana Rosa Sarti, cujo apoio foi fundamental.

À Regina Voloch Santim, pela presteza e preocupação em me ajudar nos momentos que mais precisei. Ao Eduardo Rodrigues, também da Secretaria de Graduação, pela mesma presteza e simpatia.

À minha família, Pedro, Ângela e Má, pelo suporte incondicional.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO E PRIMEIROS CONCEITOS.....	5
2 ECONOMIA CRIATIVA COMO VIA DE DESENVOLVIMENTO E ADAPTAÇÃO À REALIDADE BRASILEIRA.....	11
3 IMPACTO DA ECONOMIA CRIATIVA NA ECONOMIA DO BRASIL.....	18
4 CASE DE SUCESSO REGIONAL: SÃO JOSÉ DOS CAMPOS (Cidade Sanatorial, Cidade Industrial e Cidade Tecnológica).....	23
CONCLUSÃO.....	29
REFERÊNCIAS.....	30

1 INTRODUÇÃO E PRIMEIROS CONCEITOS

Esta presente monografia abordará as interações entre a Economia Criativa e a retração da atividade econômica no Brasil. Tem a intenção de mostrar que a economia criativa pode ser uma maneira complementar ao desenvolvimento e uma alternativa em épocas em que o cenário econômico mostra-se desaquecido, com baixas taxas de crescimento e baixa confiança do investidor para realizar novos empreendimentos, assim como observamos o Brasil nos anos de 2012 a 2016.

Nessa relação entre atividade econômica e economia criativa, temos um processo de busca de atividades substitutas ao processo de retração da atividade econômica – seja ele uma retração da atividade industrial, alguma crise macroeconômica conjuntural ou formas de desenvolvimento local exauridas - por meio da criatividade, gerando produto para a economia de um país. Esse processo é o objeto de estudo da monografia.

O termo “economia criativa”, que terá suas definições mais exploradas no decorrer do trabalho, foi popularizado por John Howkins, escritor britânico que o aplicou a 15 tipos de atividades diferentes, desde as artes, ciência e tecnologia. Seu livro “*The creative economy: How people make money from ideas*” foi pioneiro em trazer o conceito que a criatividade pode ser rentável economicamente, de acordo com Costa e Souza-Santos (2011). Exemplificando exaustivamente os setores que, de acordo com Howkins, são as “*Core Industries*”: Pesquisa & Desenvolvimento; Edição & Jornalismo; Software; Rádio & TV; Design; Música; Cinema; Brinquedos & Jogos; Publicidade & Propaganda; Arquitetura; Artes Cênicas e Performáticas; Artesanato; Vídeo Games; Moda e Outras manifestações artísticas.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2016), órgão de fomento ao pequeno empreendedorismo no Brasil, “a Economia Criativa é um termo criado para nomear modelos de negócio ou gestão que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos com vistas à geração de trabalho e renda”.

De acordo com Unesco (2010), uma proporção cada vez maior dos recursos criativos e culturais é empregada nas indústrias relacionadas ao processo criativo, cujos rendimentos intangíveis são tão “reais” e consideráveis quanto os da indústria tradicional. Ou seja, além da renda, emprego e produto como bem final, a produção de bens intangíveis gerando conteúdo criativo, propriedade intelectual e principalmente, inovação, há de ser considerada neste trabalho como resultado relevante, no sentido de “conhecimento gerar conhecimento”, ciclo esse que tem tendência a se retroalimentar.

De acordo com o The British Council (ROSSELLÓ; WRIGHT, 2010), entende-se por economia criativa, todas as atividades baseadas no capital intelectual, que representam oportunidades para os agentes da economia gerarem riqueza, impulsionando crescimento econômico, atividades essas que têm como principal insumo a criatividade. Segundo Florida (2002), a economia criativa é constituída de todos os profissionais que oferecem serviços baseados no conhecimento.

Partindo da definição de que a economia criativa é uma atividade que, utilizando a criatividade e/ou capital intelectual e/ou conhecimento, gera trabalho e renda, mais fácil fica a definição de alguns exemplos, que serão bastante explorados no decorrer deste trabalho. Sendo assim, economia criativa é desde o artesanato rudimentar encontrado nas feiras das cidades, a indústria joalheira, as artes cênicas, as artes plásticas, a música, cenografia, teatro, design, literatura, passando pela publicidade, audiovisual, indústria de games e até setores altamente remunerados de tecnologia e com crescente importância na economia mundial atual, como biotecnologia e P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), entre outros. Todos esses setores se referem a atividades que, ao utilizar da criatividade e capital intelectual, geram trabalho e renda.

De acordo com Unesco (2013), esse setor se tornou uma poderosa força transformadora no mundo. Não só em produto é um dos campos da economia que mais crescem, mas também em geração de empregos e em valores exportados. A Tabela 1 mostra a evolução das exportações e importações dos serviços na economia criativa entre 2002 e 2008.

Tabela 1 - Crescimento das Exportações e Importações da Economia criativa 2002 - 2008

Categoria	Exportação (em %)	Importação (em %)
Todos os serviços criativos	17,1	13
Publicidade	18,4	13,9
Arquitetura	20,9	16,5
Pesquisa e desenvolvimento de serviços	14,8	13
Cultura e serviços recreativos	10,4	8,6
Audiovisual e serviços relacionados	11	8,9
Outros	7,3	7,9

Fonte: Unesco (2010).

A economia criativa fomenta a diversificação: econômica, de receitas, de comércio e de nexos inter setoriais. Fomenta a inovação, podendo se relacionar de forma simbiótica, com as novas tecnologias, notadamente as tecnologias de informação e comunicação (TIC), segundo Oliveira, Araújo e Silva (2013).

Diversos e renomados estudiosos utilizaram da teoria de que o conhecimento é o meio ao qual ocorre uma quebra de paradigmas, a disrupção, que separa uma época de outra no capitalismo, que separa um país desenvolvido de um subdesenvolvido. Schumpeter estabelecia que somente através da chamada “destruição criativa” (uma revolução tecnológica, mais precisamente), haveria a evolução do contexto microeconômico, estabelecendo rupturas, uma mudança paradigmática (*paradigm shift*) e delineando seus *business cycles*. Mankiw advogava na defesa do “capital humano” (representado em anos de escolaridade) como preponderante na determinação do tamanho dos *gaps* de desenvolvimento entre os países.

Pelo lado positivo desse *paradigm shift*, de acordo com o estudo das Nações Unidas “Creative Industries for Youth: Unleashing Potential and Growth” (2013), novas oportunidades sempre surgem para superar novas barreiras, dado que muitas economias em desenvolvimento estão enfrentando desindustrialização e perdendo em termos de competitividade, além de estarem inseridos em contextos de reformas e medidas de austeridade fiscal. Essas oportunidades podem residir em novos setores, setores econômicos transversais, como: a economia criativa, a economia do meio ambiente e a economia digital, ainda de acordo com o mesmo estudo.

Os setores da economia criativa, que demandam apenas conhecimento como insumo-chave, aglomeram um vasto universo que toma forma no mundo dos sons, das imagens, das palavras, do design ou a combinação dos mesmos, de acordo com o estudo, estabelecendo transdisciplinaridade e favorecendo a transversalidade da economia, de forma não conservadora, não a classificando em três ou quatro setores.

A economia criativa tem uma interessante relação com a atividade industrial, quando nos leva às origens das formulações da própria economia criativa, na Inglaterra do início dos anos 80, onde foram empregadas medidas locais para atenuar o processo de desindustrialização nas principais cidades industriais como Sheffield, Manchester e Liverpool, durante o governo Thatcher, de uma forma que pudesse criar novas cadeias produtivas de bens e serviços de alto valor agregado (CORAZZA, 2013).

De acordo com Corazza (2013), “Volkerling (2001) afirma que, a partir dos anos 1990, tornou-se progressivamente poderosa a ideia de que as indústrias culturais (...) seriam uma via estratégica para revigorar economias nacionais pós-industriais. Neste sentido, a Inglaterra não estava sozinha: os governos da Austrália, do Canadá e da Nova Zelândia também se empenharam, ao longo dos anos 1990, em políticas voltadas às indústrias criativas. Formalmente, o conceito de indústrias criativas tem sua origem em 1997, na decisão do governo recém-eleito do New Labour, com Tony Blair como primeiro ministro, de instituir a Creative Industries Task Force (CITF) como atividade central de seu novo Departamento da Cultura, Mídia e Esportes (DCMS na sigla em inglês para Department of Culture, Media and Sport). A CITF ficou responsável por empreender um mapeamento dos setores ou segmentos criativos, com vistas a propiciar um quadro inicial para mensuração e acompanhamento de suas dimensões econômicas.”

Por ser um termo bastante novo, utilizado há pouco mais de vinte anos, a economia criativa carece um pouco de definições e delimitações formais que possam emoldurá-la, para fácil identificação, mensuração e promoção de práticas de redirecionamento e fomento.

A importância deste estudo está no entendimento de um possível mecanismo que fomente uma cadeia produtiva tão promissora, que como dito acima, além de gerar desenvolvimento econômico (pragmaticamente podendo ser traduzido em elevação dos níveis de produto e diminuição do desemprego), traz também inovação,

diversidade cultural, conhecimento tácito e explícito, sustentabilidade e inclusão social, segundo os princípios norteadores (esquema explicativo abaixo) da política de economia criativa brasileira atual, que serão expostos no decorrer deste trabalho.

Figura 1: A economia criativa brasileira e seus princípios norteadores



Fonte: MinC, 2012, p. 33

De acordo com o Plano da Economia Criativa, da homônima Secretaria, inserida no Ministério da Cultura: “Se a Economia Criativa é um processo em que a integração entre áreas distintas vai agregando valor, ela é multisetorial e transdisciplinar por natureza. Esta é tanto a sua força quanto a razão da dificuldade de atuação, já que a educação, os governos, as empresas, estão organizados de forma fragmentada. O Estado é quem tem mais poder de fomentar essa transversalidade que deve se iniciar na educação, formando profissionais transdisciplinares que possam atuar como “conectores” - intermediando as várias fases da Economia Criativa - em vários níveis, da Academia à formação, digamos, de jovens Agentes Locais que identificam e conectam os patrimônios intangíveis locais.”

A partir destes conceitos, há a intenção de esse trabalho ser uma ferramenta útil para entendimento de nexos setoriais da cadeia da economia criativa e propor uma

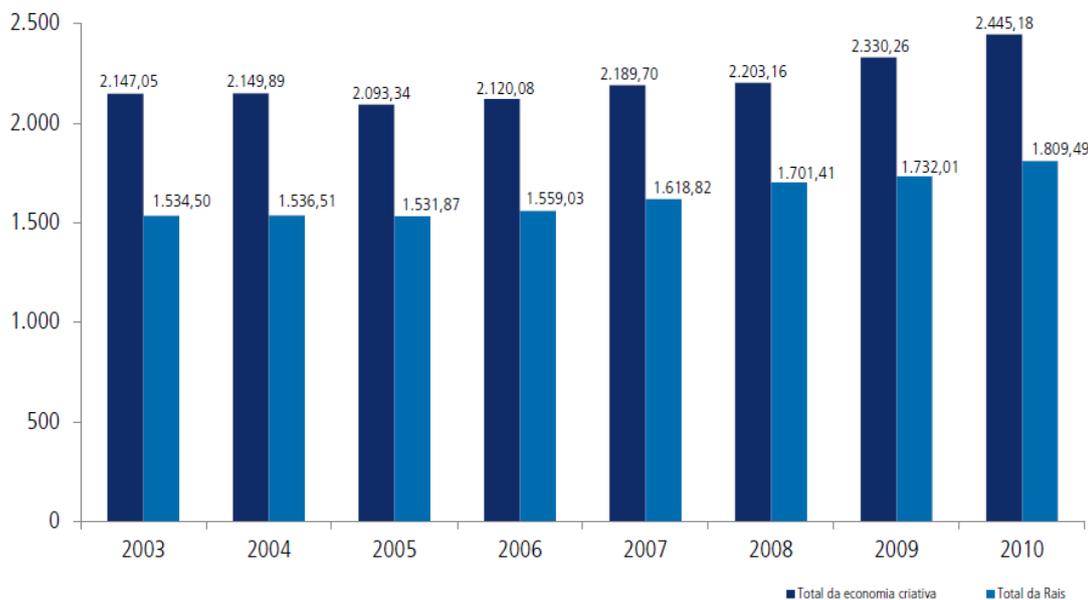
forma complementar, não única, alternativa e relevante de desenvolvimento econômico e humano, traçando perspectivas da ampliação do setor no Brasil e a exemplificação de alguns casos locais como modelos de sucesso e replicação.

Além disso, esta presente monografia pretende analisar um *case* de sucesso das medidas locais de fomento à tecnologia, que é o da cidade de São José dos Campos, no interior de São Paulo, que vem apresentando redução na participação da indústria em sua economia local, tradicionalmente industrial, e nos últimos anos vem investindo no setor da economia criativa com a intenção de fomentar os números da economia local e diversificá-la, trazendo cultura, desenvolvimento tecnológico e social para a população. Um capítulo será dedicado para o estudo desse caso.

2 ECONOMIA CRIATIVA COMO VIA DE DESENVOLVIMENTO E ADAPTAÇÃO À REALIDADE BRASILEIRA

Para ilustrar um pouco sobre a representatividade da economia criativa no país, de acordo com Oliveira, Araújo e Silva (2013), pouco mais de 2% da massa salarial do país correspondem ao setor da economia criativa. A Tabela 1, extraída de sua obra “Mapeamento da Economia Criativa no Brasil”, revela a diferença da média de salários entre as ocupações criativas e as outras ocupações no país, segundo a Rais/MTE.

Gráfico 1: Evolução do salário médio mensal (2003-2010): critério ocupacional (2003-2010) (Em R\$ de 2010)



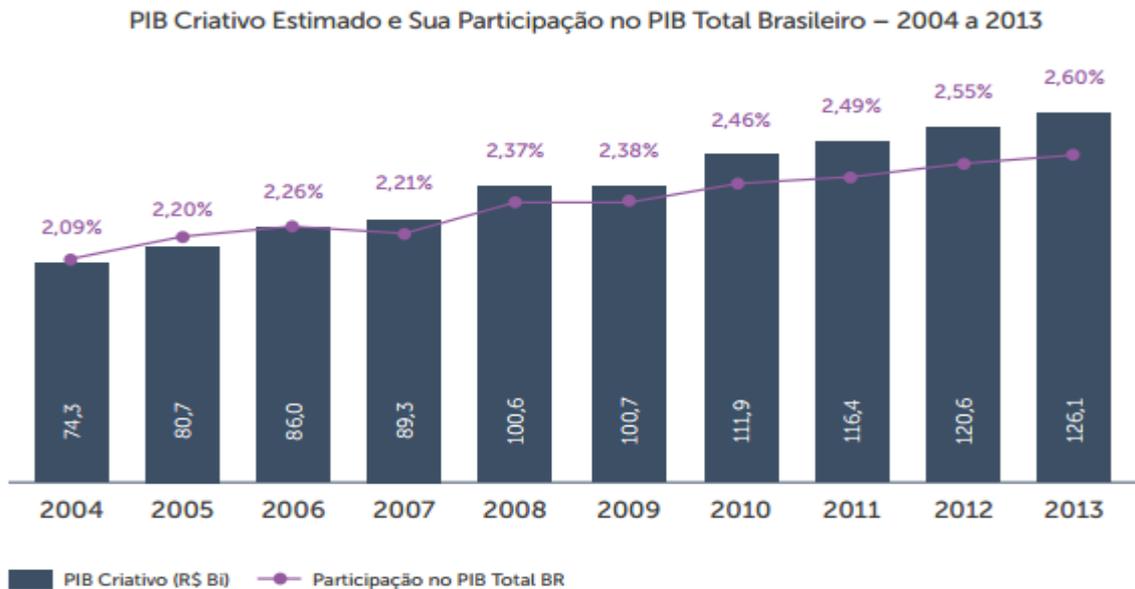
Fonte: Rais. (OLIVEIRA; ARAÚJO; SILVA, 2013).

Nota: Salários deflacionados pelo IPCA 2010

Com base na massa salarial dessas empresas com ocupações criativas, estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos. Para se ter uma

ideia do tamanho dessa riqueza, o montante gerado é equivalente ao PIB do Estado de Pernambuco, de acordo com o estudo da FIRJAN abaixo.

Gráfico 2: PIB criativo estimado e sua participação no PIB Total do Brasil – 2004 a 2013.



Fonte: FIRJAN, 2014, p. 11.

A Indústria Criativa pode ser analisada conforme seus Segmentos (Consumo, Cultura, Mídias e Tecnologia) e Áreas Criativas, a saber: Consumo (Publicidade, Arquitetura, Desenho e Moda); Cultura (Expressões Culturais, Patrimônio e Artes, Música e Artes Cênicas); Mídias (Editorial e Audiovisual) e Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia).

Na tabela a seguir, será possível observar que no Brasil, num período de nove anos (2004 a 2013), o segmento de Tecnologia apresentou um aumento de empregos de 102,3% em todas as áreas criativas. O Segmento de Consumo apresentou um incremento de 100% na empregabilidade com destaque para a Área Criativa de Publicidade, com um aumento de 238% de empregados.

Tabela 2: Número de Empregados da Indústria Criativa no Brasil, por Áreas Criativas e Segmentos – 2004 a 2013.

Segmentos	2004	2013	Cresc.
Consumo	211,5	422,9	100,0%
Publicidade	45,7	154,8	238,5%
Arquitetura	62,7	124,5	98,5%
Design	42,6	87,0	104,3%
Moda	60,5	56,7	-6,3%
Cultura	43,3	62,1	43,6%
Expressões Culturais	18,3	22,5	22,7%
Patrimônio e Artes	10,2	16,4	60,9%
Música	7,5	12,0	60,4%
Artes Cênicas	7,2	11,2	54,9%
Mídias	64,2	101,4	58,0%
Editorial	27,8	50,8	82,5%
Audiovisual	36,3	50,6	39,1%
Tecnologia	150,9	306,1	102,8%
P&D	82,2	166,3	102,3%
TIC	55,5	112,9	103,6%
Biotecnologia	13,2	26,9	102,8%
Indústria Criativa	469,8	892,5	90,0%

Fonte: FIRJAN, 2014, p. 12.

Dentre esses quatro grandes segmentos (Consumo, Cultura, Mídias e Tecnologia) serão detalhadas as Áreas Criativas com maior crescimento neste intervalo de nove anos (de 2004 a 2013). São elas:

- Segmento de Consumo: Publicidade e Propaganda com crescimento de 238%
- Segmento de Tecnologia: Pesquisa & Desenvolvimento com crescimento de 102,8%, sendo P&D e TIC com crescimento de 102,3% e 103,6 respectivamente e Biotecnologia com incremento de 102,8%

Das outras benfeitorias da economia criativa, podem ser citadas: criação de empregos diretos e indiretos, elevação do nível das exportações, promoção e inclusão social, diversidade cultural, estabelecimento de nexos entre economia, enriquecimento do meio cultural, fortalecimento dos instrumentos de propriedade intelectual e, desenvolvimento da inovação.

Quanto ao mercado de trabalho e aspectos sociais, as parcelas de mão de obra ocupadas na economia criativa segundo Oliveira, Araújo e Silva (2013, p. 8): “tendem a receber melhores salários e têm sido associadas a empregos de melhor qualidade,

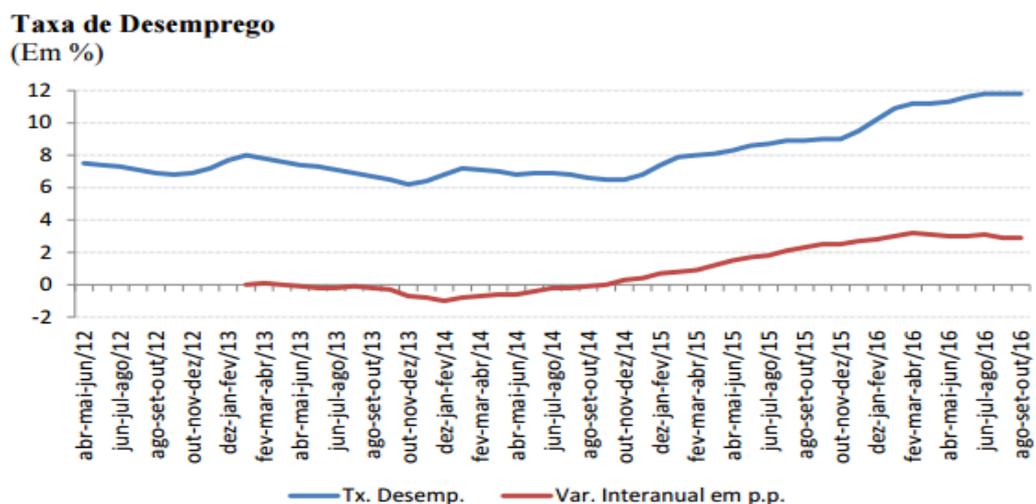
níveis de satisfação acima das ocupações de rotina, por conta do compromisso e do senso de envolvimento cultural e criativo”.

Gerando trabalho e renda, convertendo população antes inativa para agora uma população protagonista de seu próprio desenvolvimento, a economia criativa é uma alternativa ao contexto macroeconômico brasileiro, mais precisamente alojado entre o hiato de 2012 a 2016. Neste período, houve a exaustão do modelo de crescimento macroeconômico fundamentado no incentivo ao crédito e consumo – iniciado em 2002 durante o governo Lula – aliado à queda no preço das commodities e uma desaceleração da China e economia mundial. Junto a esse panorama de, no mínimo, contração, uma crise institucional se estabeleceu, sendo desvendados esquemas de corrupção entre grandes empresas sustentadoras da economia e os governos.

Tal crise institucional foi *top-down*: grandes companhias como Odebrecht, Petrobras e Camargo Correa tiveram seus nomes envolvidos em escândalos de corrupção, com seu alto escalão sendo punido, acarretando diretamente em seus negócios. As grandes corporações perderam seu valor de mercado, contratos com fornecedores foram interrompidos e grandes cadeias produtivas de suma importância – como a petrolífera e a de construção civil – foram impactadas, resultando em severos cortes de custos no ambiente empresarial, traduzido em demissões.

Os dados de desemprego são assustadores, atingindo quase 12% no fim de 2016, sendo melhores observados no gráfico abaixo:

Gráfico 3: Taxa de Desemprego no Brasil, 2012 a 2016



Fonte: CARVALHO; SOUZA JR., 2016, p. 3.

Segundo a Carta de Conjuntura nº 33 do IPEA (CARVALHO; SAUZA JR., 2016), “o setor populacional mais atingido pelo desemprego são os jovens entre 14 e 24 anos, cuja taxa de desemprego atingiu 27,7%, e os trabalhadores com ensino médio incompleto (21,4%)”. A publicação projeta que, persistindo a recessão, e com números de admissões ainda não muito animadores, é provável que o desemprego continue aumentando.

Com um cenário que inspira cautela para os próximos períodos quanto à ocupação da população e, principalmente, nas faixas etárias mais novas, algumas soluções podem vir à tona, para pensar em atenuadores e soluções a esse problema. Problema esse, aliás, que não pertence apenas ao território brasileiro, e sim, globalmente, visto que as mudanças corporativas acontecem tão rápido quanto as inovações, deslocando centros produtivos com as maneiras mais fugazes em razão de lucro e eficiência, e na última instância em favor do recrudescimento do desemprego de áreas antes mais estáveis e da queda do padrão de vida das gerações mais novas, da chamada “Geração X”, ou para os mais céticos, a “Geração Perdida”.

O Brasil, como país em desenvolvimento, de dimensões continentais abrangendo diversas culturas e etnias, possui relevantes níveis de ativos criativos a serem realizados. Tal heterogeneidade cultural significa uma grande oportunidade para o florescimento da indústria criativa, principalmente a níveis subnacionais como cidades e regiões. Tal fato pode ser interpretado na epígrafe do *Creative Economy Report 2013* da Unesco (2010): “The creative economy is not a single superhighway, but a multitude of different local trajectories found in cities and regions in developing countries”¹.

Utilizando tais ativos criativos, é possível que:

(...) os países realizem suas próprias histórias e projetem as suas próprias identidades culturais para si e para o mundo, mas também proporcionam a estes países uma fonte de crescimento econômico, criação de emprego e aumento da participação na economia global (OLIVEIRA; ARAÚJO; SILVA, 2013, p. 9).

O que antes se mostrava como o diferencial, meio ao qual se conquistava uma posição de destaque, agora vê-se plasmado também como verdadeiro fim. O

¹ Tradução: A economia criativa não é uma única super via de acesso, mas uma multidão de diferentes trajetórias locais encontradas em cidades e regiões em países em desenvolvimento.

conhecimento e criatividade, que antes eram vistos como instrumentos, agregam a função também de bem final. De acordo com Marcos André Carvalho, secretário da Economia Criativa do MinC (Ministério da Cultura), criatividade hoje é fermento do bolo, não mais a cereja.

Fermento esse que pode ser traduzido através de números: de acordo com o Mapeamento da Indústria Criativa da FIRJAN de 2014, no Brasil, a indústria criativa é formada por aproximadamente 250 mil empresas, segundo dados de 2013. Olhando para a última década, houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram cerca de 148 mil empresas. “Avanço esse ainda maior em proporção e relevância quando comparado à movimentação de empresas no Brasil, que de uma forma geral cresceu 35,5%, ou seja: os estabelecimentos criativos cresceram quase o dobro no mesmo período. Com base na massa salarial dessas empresas, estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos.”

Face a esses dados, é notório que não há crise econômica quando nos referimos à economia criativa, tanto quando olhamos no cenário global ou quando olhamos no cenário brasileiro. Quanto a este último, toda a discussão da retração da atividade econômica pós-segundo mandato do governo Dilma Roussef, trazendo a economia a alarmantes níveis de déficit fiscal, inflação, recessão, desemprego (entre outras variáveis), parece não fazer sentido quando analisamos a economia criativa. Nem mesmo a retração da economia mundial, se quisermos falar em um âmbito maior, parece fazer efeito nos índices do setor.

De acordo com declaração do coordenador do Programa de Indústria Criativa da Firjan, Gabriel Pinto, em matéria do jornal O Globo em 2016:

[...] a indústria criativa tende a avançar com ainda mais intensidade em períodos de turbulência. Numa conjuntura macroeconômica nublada, para as companhias seguirem em frente, elas precisam inovar. Na crise, os recursos se tornam mais raros e escassos. Os profissionais criativos são uma alternativa à inovação tecnológica para produzir melhor, mais rápido e com qualidade, tanto produtos quanto serviços. (PINTO apud CAVALCANTI, 2016)

Por forma alternativa de desenvolvimento, abrangente e com várias facetas, podemos citar a interessante concepção de Joseph Stiglitz (1998). Stiglitz sempre

fugiu do conceito de desenvolvimento proposto pelo conceito de Washington, a tal cartilha neoliberal que propunha ajustes recessivos nos países latino americanos para que eles pudessem alcançar o desenvolvimento. Stiglitz via objetivos mais amplos de desenvolvimento do que os apresentados nos “objetivos míopes” do Consenso, que segundo o autor, eram insuficientes para alavancar a trajetória de países subdesenvolvidos.

Segundo o autor, o desenvolvimento não é uma questão de meros ajustes técnicos (assim como expõe a cartilha dos dez mandamentos do Consenso) e sim uma transformação da sociedade. Segundo o autor, o desenvolvimento é elemento que empodera a vida dos indivíduos, abrindo seus horizontes e reduzindo a noção de desamparo. Isso reduz o martírio trazido pela pobreza e privação, aumentando não apenas a expectativa de vida e também a vitalidade da mesma. Dada esta definição de desenvolvimento, uma estratégia de desenvolvimento deve ser destinada a facilitar a transformação da sociedade, para identificar as barreiras existentes, assim criar potenciais catalisadores para a mudança.

Os catalisadores devem ser o desenvolvimento do setor público, do setor privado e da comunidade (enquanto certas atividades são mais eficazmente empreendidas a nível ou nacional ou internacional, as comunidades são muitas vezes o veículo mais eficaz para provocar a transformação da sociedade), desenvolvimento da família (aumento do PIB per capita) e o desenvolvimento individual (desenvolvimento implica o empoderamento dos indivíduos, para que eles tenham mais controle sobre as forças que o afetam, de modo que eles possam ter uma vida mais rica e mais saudável, portanto, educação e saúde estão no centro dos esforços do desenvolvimento individual).

Partindo do conceito inicial de Stiglitz, que o desenvolvimento não é uma questão de meros ajustes técnicos e sim uma transformação da sociedade, abrindo seus horizontes e reduzindo a noção de desamparo, fomentar um setor cujo insumo seja tão barato – o conhecimento – e em tempos de tanta crise econômica, é digno e louvável, seja ele fomentado pelo Estado, iniciativas privadas e/ou individuais. Desenvolvimento é empoderamento dos indivíduos, trazer a eles a consciência da própria existência, prover suas necessidades e guiá-los em uma caminhada contínua em direção ao bem-estar.

3 IMPACTO DA ECONOMIA CRIATIVA NA ECONOMIA DO BRASIL

Para este capítulo, analisaremos quantitativamente o impacto que a economia criativa tem na economia brasileira, mais precisamente quanto à geração de empregos e os rendimentos auferidos, traduzidos pelos salários.

Considerando que o conhecimento e a criatividade sejam a forma de produção predominante do século XXI, através da transformação de ideias em produtos, podemos dizer que os recursos para tal são infinitos, mas podem estar limitados a novos fatores que serão discutidos adiante. No entanto, vale a pena salientar que esta “nova economia” não é derivada de uma nova forma de consumo, mas de uma nova forma de produção, onde as empresas tornam-se a cada dia mais dependentes do uso de novas técnicas e novas tecnologias dentro do setor industrial. O setor de serviços se utiliza a cada vez mais de fatores de produção intangíveis (HOWKINS, 2001).

Em termos de crescimento econômico podemos dizer que a economia criativa contribui para o crescimento econômico não apenas dentro dos segmentos criativos tradicionais; mas também junto às empresas convencionais que passaram a utilizar as habilidades da imaginação e formas de gestão da capital intelectual de seus funcionários para seu crescimento. Tais produtos passam a ser valorizados por representar a novidade, a inovação tecnológica e científica. Sendo assim podemos dizer que o substrato da economia criativa é o talento humano.

Para tangibilizar o que buscaremos explicitar, de acordo com Oliveira, Araujo e Silva (2013), a economia criativa pode ser mensurada sob duas formas: a setorial e a ocupacional. A primeira secciona as indústrias de acordo com seu ramo de atividade e a finalidade de seus bens, enquanto a segunda faz um corte transversal entre as estruturas ocupacionais das instituições, dividindo-as de acordo com suas funções. Por exemplo: uma indústria alimentícia terá suas divisões fabris, suas divisões administrativas, financeiras, etc. E também terão suas divisões que usam como insumo, de acordo com a definição de Florida já explicitada anteriormente, a

criatividade, ou seja, áreas como design de produto, pesquisa e órgãos de fomento ao desenvolvimento da cultura, artes e lazer.

A forma setorial considera apenas o setor de atuação do empreendimento, ou seja, se a empresa tem seu *core business* residindo na economia criativa, como por exemplo, um atelier de design, um estúdio de arquitetura, um pequeno espaço de coworking para fomento à inovação e novas ideias a grandes organizações que cuidam do patrimônio histórico e artes do Estado, além de indústrias musicais até agências publicitárias. Como exemplo de análise desse corte setorial, seria o estudo da África, grande agência de publicidade, responsável por anúncios de enormes corporações brasileiras e internacionais. Todos os funcionários da agência, desde seus auxiliares administrativos e analistas financeiros (que não desempenham funções criativas) até seus gerentes de criação estariam contemplados neste tipo de seccionamento, além das outras empresas de publicidade, dos ateliês de design, das empresas da indústria fonográfica, audiovisual, etc.

Já a forma ocupacional não considera o core business do empreendimento: vale-se de apenas um corte horizontal das ocupações de uma instituição. Todas as empresas, sejam elas de qual classificação for, estariam sujeitas a serem analisadas dessa maneira, dado que elas podem (ou não) ter seus setores criativos internamente. Como exemplo de análise nessa ótica, seria a análise do setor de Pesquisa e Desenvolvimento brasileiro da Unilever, líder mundial na fabricação de bens de consumo. Aliado aos setores de design de um banco, aos setores de criação de uma grife de moda, dos setores de publicidade de uma indústria alimentícia, etc, todos esses fariam parte da análise na forma ocupacional.

No Brasil, a forma setorial é a mais abordada, onde a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), com seu periódico “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil”, observa a dinâmica do crescimento deste setor desde 2002. Sua publicação mais recente é do ano de 2016, com uma relação bastante interessante e conclusiva da evolução da economia criativa vis a vis a desaceleração econômica brasileira. O Sistema FIRJAN é uma organização privada e sem fins lucrativos, com mais de 7.500 empresas associadas. Sua missão é “promover competitividade

empresarial, educação e qualidade de vida do trabalhador da indústria e da sociedade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do estado do Rio².

Já quanto a forma ocupacional, ele também é abordado de forma ampla nesta publicação da Firjan, porém também pode ser encontrado de forma mais ampla e desagregada através da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), órgão oficial do Ministério do Trabalho brasileiro. Na RAIS, a economia criativa está segmentada em setores sistematizados pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE-2.0), facilitando o acesso e análise customizada (a quem interessar) das bases de dados.

De uma forma geral, houve grande evolução nos critérios-chave da Economia Criativa no hiato de dois anos compreendido entre 2013 e 2015 no Brasil. A classe criativa tem salário médio de R\$ 6.270, mais de duas vezes e meia a remuneração média dos empregados formais brasileiros (R\$ 2.451). Apesar de o senso comum associar os trabalhadores criativos a ambientes profissionais exclusivamente criativos (como agências de publicidade, escritórios de design, produtoras de conteúdo audiovisual, entre outros) dos 851,2 mil profissionais que têm as ideias como insumo principal para geração de valor, 683,5 mil (80,0%) estavam fora das áreas criativas e 199 mil (23,4%) atuavam, inclusive, na Indústria de Transformação.

Tabela 3: Profissões Criativas que mais contrataram no período de 2013 a 2015, Brasil.

Profissões	Segmento	2013	2015	Var. Abs.	Var. %
Analista de pesquisa de mercado	Publicidade	16.355	22.314	5.959	36,4%
Gerentes de tecnologia da informação	TIC	34.279	38.905	4.626	13,5%
Chefe de cozinha	Expressões Culturais	9.408	13.468	4.060	43,2%
Biomédico	Biotecnologia	6.035	8.689	2.654	44,0%
Programadores	TIC	67.793	69.850	2.057	3,0%
<i>Visual merchandiser</i>	Publicidade	1.882	3.633	1.751	93,0%
Analista de negócios	Publicidade	30.815	32.376	1.561	5,1%
Engenheiros	TIC	10.870	11.846	976	9,0%
<i>Designer</i> de moda	Moda	2.481	3.346	865	34,9%
Professor de dança	Artes Cênicas	4.117	4.915	798	19,4%

Fonte: FIRJAN, 2016, p. 16

² Informação do site da Firjan. Disponível em: < <http://www.firjan.com.br/o-sistema-firjan/> >. Acessado em 12 nov. 2016.

No período de 2013 a 2015, os Segmentos de Consumo e Tecnologia das indústrias criativas no Brasil responderam por mais de 80% dos trabalhadores criativos. Em Tecnologia foi mantida a tendência de crescimento observada nos anos anteriores e obteve um incremento de 2,4% entre 2013-2015, apesar da uma pequena redução do número de empregados no segmento de Pesquisa & Desenvolvimento no mesmo período. Já no Segmento de Consumo, as áreas criativas de Design e Moda apresentaram mudanças significativas no decorrer do período analisado, conforme poderá ser observado na Tabela 6.

Tabela 4: Empregos formais e salários na área criativa de Consumo- 2013 a 2015

Segmento	Empregos (em milhares)			Salários*		
	2013	2015	Var. %	2013	2015	Var. %
Publicidade	112,7	131,7	16,9%	R\$ 6.638	R\$ 6.276	-5,4%
Arquitetura	124,5	113,5	-8,8%	R\$ 8.157	R\$ 7.736	-5,2%
Design	87,0	81,9	-5,9%	R\$ 3.250	R\$ 3.010	-7,4%
Moda	56,7	49,2	-13,2%	R\$ 1.663	R\$ 1.724	3,7%
Consumo	380,8	376,3	-1,2%	R\$ 5.620	R\$ 5.411	-3,7%

Fonte: FIRJAN, 2016, p. 18.

Nota: Valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE)

Já no Segmento de Tecnologia, foi verificado um discreto incremento de empregos nas áreas criativas de TIC e Biotecnologia e uma redução de 1,2% dos empregos na área P&D, conforme poderá ser observado na Tabela 7, a seguir.

Tabela 5: Empregos formais e salários na área criativa de Tecnologia – 2013 a 2015.

Segmento	Empregos (em milhares)			Salários*		
	2013	2015	Var. %	2013	2015	Var. %
P&D	166,3	164,3	-1,2%	R\$ 11.765	R\$ 11.205	-4,8%
TIC	112,9	120,6	6,8%	R\$ 6.351	R\$ 6.386	0,6%
Biotecnologia	26,9	28,4	5,7%	R\$ 5.784	R\$ 5.471	-5,4%
Tecnologia	306,1	313,3	2,4%	R\$ 9.242	R\$ 8.831	-4,5%

Fonte: FIRJAN, 2016, p. 31.

Nota: Valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE)

Como é esperada, a área criativa de TIC no segmento da Tecnologia apresentou um aumento 6,8%, considerando o avanço da informática e novas tecnologias de informação e comunicação nas empresas, nos laboratórios de pesquisa entre outros. No entanto, há de observar uma redução dos salários nas áreas criativas de P&D e Biotecnologia.

Apesar de dispor dos menores números da economia criativa quanto ao número de trabalhadores, com 66 mil funcionários, a área de Cultura, que conta com os setores de Expressões Culturais, Patrimônio e Artes, Música e Artes Cênicas, apresentaram um crescimento de 7% no número de trabalhadores e, mesmo tendo seu rendimento médio diminuído, o mesmo ainda é superior em 18% da média nacional.

Muitos dados poderiam ser analisados, onde muitos deles estão dispostos de forma desagregada na ferramenta da FIRJAN³ ou no site do Ministério do Trabalho e do Emprego⁴, para esclarecer que “não há crise” quando nos referimos à economia criativa, sendo esse setor uma poderosa força de transformação e migração de mão de obra, diminuindo os índices de desemprego e gerando renda, mesmo que – à primeira vista – pareça pequena, se comparado com todo o montante do produto da economia brasileira.

A intenção é mostrar que através iniciativas, sejam elas federais, estaduais, municipais, privadas (ou melhor ainda, a junção do público e o privado) no sentido de fomentar a economia criativa, tangíveis resultados são auferidos.

E para exemplificar como uma “multitude of different local trajectories” pode dar certo, no próximo capítulo veremos como uma trajetória em especial, uma trajetória local em um país em desenvolvimento, conseguiu despertar a atenção e ser classificado como case de sucesso neste presente trabalho.

³ Dados e consultas disponíveis em: <http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>

⁴ Dados e consultas disponíveis em: <http://trabalho.gov.br/>

4 CASE DE SUCESSO REGIONAL: SÃO JOSÉ DOS CAMPOS (Cidade Sanatorial, Cidade Industrial e Cidade Tecnológica)

A Cidade de São José dos Campos, segundo estimativa populacional do IBGE para 2016 possui 695.992 habitantes. É a 7ª cidade com maior população no Estado de São Paulo e a 27ª do Brasil. Foi inicialmente conhecida como no país como um local para tratamento de doentes com problemas pulmonares no fim do século XIX e início do século XX. Hoje é reconhecida nacionalmente como cidade de alta tecnologia.

Há cerca de 120 anos atrás, a decisão de construir um sanatório dedicado exclusivamente ao tratamento de tuberculosos em São José dos Campos foi motivada pelas características climáticas da cidade, consideradas favoráveis ao tratamento de doenças respiratórias.

O primeiro sanatório construído no município de São José dos Campos foi o “Vicentina Aranha”, em 1924. Na época, foi considerado um dos maiores da América Latina, tanto em estrutura quanto em qualidade dos serviços oferecidos para os doentes que se instalavam por lá. Considerando o grande volume de tuberculosos que buscavam tratamento em São José dos Campos, devido ao seu já mencionado clima favorável, o Estado, através de decreto, confere ao município a condição de Estância Climática, inserindo definitivamente São José dos Campos no cenário do tratamento da tuberculose e garantindo-lhe o aporte de recursos financeiros. A partir dele, outros sanatórios e pensões foram construídos na cidade e a doença e seu tratamento foram considerados como forma de sustentabilidade financeira da cidade, configurando a “Fase Sanatorial” da história da cidade.

Com o aporte de recursos financeiros advindo dos doentes e do governo estadual, foram realizadas melhorias na infraestrutura urbana da cidade, tais como alargamento, pavimentação e abertura de novas vias e incremento nas redes hidro sanitárias e na iluminação pública, dentre outros. Serviços como limpeza urbana e saneamento básico receberam atenção especial. Todas as melhorias seguindo os princípios do Higienismo até então em vigor.

No final dos anos 40, com o advento de novos procedimentos para o tratamento da tuberculose, com a prescrição dos antibióticos e outros meios modernos para a erradicação e controle da doença, principalmente não necessitando mais do isolamento dos doentes, a cidade passou a perder sua fonte de renda, focada nos doentes e na doença. Para reverter esta situação foi instituído um grupo de lideranças locais para encontrar novas atribuições à cidade, e com isto o aumento de suas receitas.

Em meados dos anos 50, com a existência de uma infraestrutura urbana moderna, um clima favorável, sua especial localização com a Via Dutra e no eixo Rio – São Paulo tornou propício e viável o início de uma nova etapa no desenvolvimento de São José dos Campos, marcada pelo desenvolvimento industrial e tecnológico, quando indústrias e centros de pesquisa foram instalados na cidade, fomentando o seu crescimento demográfico e econômico, colocando-a entre as cidades mais importantes e promissoras do país – configurando a chamada “Fase Industrial”, na qual a cidade passou a ter um setor produtivo industrial bastante importante.

A implantação do CTA, ITA e INPE propiciaram a vinda de professores e trabalhadores aptos a atuar no segmento de Tecnologias, tendo como produto significativo a criação da Embraer, além de um parque industrial diversificado, com destaque para os setores produtivos dos segmentos aeroespacial, petrolífero e automotivo, com a chegada de indústrias da cadeia produtiva da Embraer, a refinaria da Petrobras (Revap), General Motors, Johnson & Johnson, Avibras, Kodak, Panasonic, entre outras. No setor aeroespacial, com a criação da Embraer, foi articulado um conjunto de micro, pequenas e médias empresas fornecedoras em torno de suas atividades econômicas. O mesmo pode ser dito em relação às empresas automotivas e petrolíferas e seus fornecedores. A pujança econômica e financeira da cidade fez com que outras empresas para aqui viessem e o segmento de Tecnologia tivesse destaque também nas áreas criativas, mais notadamente nas áreas P&D.

Segundo dados de 2015 do Mapeamento da Economia Criativa da FIRJAN, a cidade tem 5504 profissionais de P&D (quase 10% dos profissionais do Estado, que representam a soma de 64232), que têm a impressionante remuneração média de R\$12,6 mil reais, cerca de 25% acima da média do estado.

A produção industrial elevou as receitas municipais através da arredação de impostos diretos e indiretos, como também estimulou fluxos migratórios em busca de

tais empregos e o surgimento do comércio e serviços complementares. Esta pujança perdurou até final dos anos 90.

Considerando a evolução das tecnologias, a automatização e novas formas de uso do espaço produtivo, as indústrias passaram a produzir mais produtos com menor número de empregados e com mais qualificação. Todos estes condicionantes fizeram com que fosse realizada uma articulação entre os setores governamental, privado e as universidades, na segunda metade dos anos 90, para preparar a cidade para nos novos rumos do conhecimento e geração de riquezas, utilizando os conceitos da Economia Criativa através de uma política de inovação tecnológica no nível local. O produto desta articulação foi a implantação do Parque Tecnológico de São José dos Campos, em 2006, tendo como substrato inicial o Segmento de P&D e TIC.

Foi implantada na área do Parque Tecnológico uma escola de formação profissional (FATEC) e a Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) e um núcleo da UNESP para atendimento às demandas futuras de profissionais qualificados nos segmentos acima descritos.

Em um período de 04 anos foram instalados laboratórios de pesquisa e núcleos tecnológicos de grandes empresas tais como Boeing, Visiona, Atech, Airbus Group, Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (CEMADEN) em parceria com o INPE e instalação de um Laboratório de Estruturas Leves em parceria com Embraer e Governo do Estado de SP.

Figura 2: Parque Tecnológico de São José dos Campos



Fonte: Divulgação oficial em <http://www.pqtec.org.br/>

Desde sua criação o Parque já recebeu R\$ 1,9 bilhões em investimentos. Conta com 60 empresas residentes, 10 instituições de C&T como parceiras, 32 empresas incubadas. Além do mais, no Arranjo Produtivo Aeroespacial e de Defesa conta com 120 empresas associadas⁵.

Atualmente o Parque Tecnológico de São José dos Campos, passou a ser uma instituição de inovação com a economia criativa perpassando em todos os segmentos da economia local, verdadeira tecnópolis do futuro, fomentando inovação, gerando emprego e renda para população local.

A cidade antes observada como local de tratamento de doentes no período sanatorial e vista como cidade das indústrias na segunda fase, passa ser considerada agora como um espaço de inovação, conhecimento e cultura.

O Parque Tecnológico justamente foi construído em um espaço onde era uma indústria de telefones, que acabou indo à falência, mostrando de forma literal o quanto a inovação e pesquisa e desenvolvimento “toma o lugar” do que era antes.

E o Parque Vicentina Aranha, um local onde era reservado aos doentes que deveriam se tratar, agora é um centro vívido de estímulo e fomento à economia criativa, mais uma evidência do “novo” tomando o lugar do “velho”.

Figura 3: Parque Vicentina Aranha como Patrimônio Histórico



Fonte: divulgação oficial em <http://www.pqvicentinaaranha.org.br/o-parque>

⁵ Informações disponíveis no site da instituição. Disponível em: <<http://www.pqtec.org.br/conheca-o-parque/o-parque-em-numeros.php>>. Acessado em 10 nov. 2016.

Atualmente o Parque emprega cerca de 80 funcionários, dedicados ao restauro do mesmo (que é Patrimônio Histórico), à promoção de atividades culturais para a população local como música, teatro, cinema ao ar livre e saraus literários. O parque é gerido com recursos privados, estatais e através de doações dos cidadãos. Os repasses municipais, que vêm decaindo no decorrer dos anos (devido à crise econômica), ainda são a maior fonte de financiamento, evidenciando o fato de que o Estado deve ser uma forte mola propulsora para o desenvolvimento do setor. Tal vindo vem sendo contrabalanceado com o envolvimento do setor privado, através de doações que podem ter algum benefício fiscal, através da Lei Rouanet⁶.

Figura 4: Parque Vicentina Aranha como polo de Cultura, Artes e Lazer.



Fonte: divulgação oficial em <http://www.pqvicentinaaranha.org.br/o-parque>

Porém um fato que deve ser notado são as doações espontâneas de cidadãos, que sentem no aumento de sua qualidade de vida o quão benéfico pode ser o fomento às atividades culturais, de patrimônio histórico e artes, assim aumentando seu envolvimento com a comunidade. Segundo Stiglitz, o desenvolvimento é elemento que empodera a vida dos indivíduos, abrindo seus horizontes e reduzindo a noção de

⁶ MINC. Incentivo fiscal. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/incentivofiscal>>. Acessado em 12 nov. 2016.

desamparo, cria catalisadores da mudança, empoderando os indivíduos , para que eles tenham mais controle sobre as forças que o afetam , de modo que eles possam ter uma vida mais rica e mais saudável. Tão real quanto o intangível propiciado pelos concertos e saraus, são as doações e o envolvimento dos cidadãos na Economia Criativa, seja nas vias municipais, seja nas grandes *highways* nacionais.

CONCLUSÃO

Em um cenário de retração da atividade da atividade econômica, com altas taxas de desemprego, demissões em massa das grandes empresas (indústria automobilística, serviços financeiros, telecomunicações, etc) devido ao corte de despesas, desponta um ramo na economia, o da economia criativa, que pode apresentar boas – mas não únicas - alternativas de desenvolvimento.

As parcelas de mão de obra ocupadas na economia criativa segundo Oliveira, Araújo e Silva (2013, p. 8): “tendem a receber melhores salários e têm sido associadas a empregos de melhor qualidade, níveis de satisfação acima das ocupações de rotina, por conta do compromisso e do senso de envolvimento cultural e criativo”.

O Brasil como país heterogêneo, repleto de etnias, sincretismos, tem uma infinidade de caminhos dentro da Economia Criativa a serem realizados, tanto de forma local quanto nacional. Os números mostram que esses caminhos estão sendo trilhados. Em 2013, um PIB de mais de R\$ 100 bi foi gerado oriundo desse setor, representando 2,6% da riqueza nacional, com um crescimento de 70% a partir de 2004, segundo mapeamento da FIRJAN.

Em um cenário de desemprego, aperto fiscal e companhias necessitando inovar cada vez mais a custo cada vez menores, usar e abusar de um insumo tão barato como a criatividade e conhecimento não é mais opção e sim, necessidade.

Criar emprego e renda a partir de conhecimento e renda é louvável. Aumentar a qualidade de vida, elevar os graus de satisfação da população, com artes, cultura e lazer (entre outros) é boa prática a ser replicada por todos, necessitando estar presentes nas diretrizes de desenvolvimento nacionais e nos *guidances* da iniciativa privada.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Sandro Sacchet; SOUZA JR., José Ronaldo de. Carta de Conjuntura nº 33. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/tag/desemprego/>>. Acessado em 10 nov. 2016.

CAVALCANTI, Glauce. Economia criativa avança mesmo durante a recessão: PIB do setor cresceu 70% em uma década no Brasil e tendência é positiva, dizem especialistas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 3 jan. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/economia-criativa-avanca-mesmo-durante-recessao-18399357>>. Acessado em 9 nov. 2016.

CERQUEIRA, Wagner de. **Diversidade cultural no Brasil**: Desde o início de sua história, após a colonização europeia, o Brasil é marcado pela extensa diversidade cultural. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/brasil/a-diversidade-cultural-nobrasil.html>>. Acesso em 15 jun. 2014.

CORAZZA, Rosana Icassatti. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas (SP), v. 12, jan.-jun. 2013, Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/239938223_Criatividade_inovacao_e_economia_da_cultura_Abordagens_multidisciplinares_e_ferramentas_analiticas>. Acessado em 9 nov. 2016.

COSTA, Armando Dalla; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Revista Economia & Tecnologia**, Curitiba (PR), v. 7, n. 2, 2011. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/ret/article/view/26832/17797>>. Acessado em 10 nov. 2016.

DCMS (Department of Culture, Media and Sports). **A new cultural framework**. London: DCMS, 1998.

_____. **Creative industries mapping document**. London: DCMS, 2001.

_____. **Creative Industries Economic Estimates - January 2015**. Londres: 13 jan. 2015. Disponível em:

<http://www.thecreativeindustries.co.uk/media/281787/creative_industries_economic_estimates_-_january_2015.pdf>. Acessado em 10 nov. 2016.

FIESP (São Paulo). **Industrialização, Desindustrialização e Desenvolvimento**. São Paulo: Seminário Internacional “Industrialização, Desindustrialização e Desenvolvimento”, 2005.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: dez. 2014. Disponível em: <<http://www.abradi.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Mapeamento-2014.pdf>>. Acessado em 10 nov. 2016.

_____. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: dez. 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>>. Acessado em 10 nov. 2016.

FLEW, T. **The creative industry: culture and policy**. Londres: Sage Publ. Ltd., 2012.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure and everyday life**. New York: Basic Books, 2002.

FLORIDA, R. **Flight of the creative class: the new global competition for talent**. New York: Harper Business, 2005.

FURTADO, C. **Teoria e política do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 2000.

HOBSBAWN, E.J. **A era das revoluções**. 1961.

HOWKINS, J. **Creative economy: how people make money from ideas**. Penguin Global, 2002.

MINC (Ministério da Cultura). **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. Disponível em: <>. Acessado em 10 nov. 2016.

MORI, R. Efeitos da apreciação cambial brasileira. **Agroanalysis**. Disponível em: <http://www.agroanalysis.com.br/materia_detalhe.php?idMateria=435>. Acesso em 17/07/2014.

NAÇÕES UNIDAS. **Creative Industries for Youth: Unleashing Potential and Growth**. Áustria: United Nations Industrial Development Organization, maio 2013.

Disponível em: <https://eudevdays.eu/sites/default/files/13-81037_Ebook.pdf>. Acessado em 11 nov. 2016.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAÚJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. Panorama da economia criativa no Brasil. **Texto para discussão 1880**, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Brasília. Rio de Janeiro: IPEA, out. 2013. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf>. Acessado em 10 nov. 2016.

OREIRO, J.L. Desindustrialização: o debate sobre o caso brasileiro. **Economistas**, v. II (6), p. 24-29, out.-nov. 2011.

RODRIGUES, Cinthia. Criatividade é a nova moeda. **Valor Online**. São Paulo, p. 1-6. 1 jun. 2007.

ROSSELLÓ, Pablo; WRIGHT, Shelag (Edit.). **Mapping the creative industries: a toolkit**. Londres: The British Council, 2010. Disponível em: <http://www.acpcultures.eu/_upload/ocr_document/BRITISH%20COUNCIL_MappingCreativeIndustriesToolkit_2-2.pdf>. Acessado em 11 nov. 2016.

SEBRAE Nacional. **O que é Economia Criativa**. 7 jan. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-economia-criativa,3fbb5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acessado em 10 nov. 2016.

STIGLITZ, Joseph E. Towards a New Paradigm for Development: Strategies, Policies, and Processes. **Prebisch Lecture**, 19 out. 1998. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/a0b9/3b3aeeb17cfce3c8c4f2bd67beb8562f195a.pdf>>. Acessado em 11 nov. 2016.

UNCTAD. **Creative Economy outlook and country profiles**: Trends in international trade in creative industries. United Nations, 2015. Disponível em: <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf>. Acessado em 10 nov. 2016.

UNESCO. **Creative Economy Report**. 2013. ed. New York: Unesco, 2013.