



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRAÇÃO,  
CONTABILIDADE E ATUARIAIS**

**NAIANE RANGEL PESSANHA SARDINHA**

**ECONOMIA CRIATIVA E SEU IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO  
NO ESTADO DE SÃO PAULO – 2004 A 2014**

**MONOGRAFIA DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**SÃO PAULO  
2024**

NAIANE RANGEL PESSANHA SARDINHA

**ECONOMIA CRIATIVA E SEU IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO  
NO ESTADO DE SÃO PAULO – 2004 A 2014**

Monografia submetida à apreciação de banca examinadora do Departamento de Economia, como exigência parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas, elaborada sob a orientação do Professor Doutor Antônio Carlos de Moraes.

SÃO PAULO

2024

## PÁGINA DE APROVAÇÃO

Esta monografia foi examinada pelos professores abaixo relacionados e aprovada com nota final \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_).

*Nomes legíveis dos examinadores (orientador e demais membros da banca)*

---

---

---

**O autor desta obra autoriza sua publicação eletrônica na Biblioteca Digital da PUCSP.** Este trabalho é somente para uso privado de atividades de pesquisa e ensino. Não é autorizada sua reprodução para quaisquer fins lucrativos. Esta reserva de direitos abrange a todos os dados do documento bem como seu conteúdo. Na utilização ou citação de partes do documento é obrigatório mencionar nome da pessoa autora do trabalho e demais itens da referência bibliográfica.

Sardinha, Naiane Rangel Pessanha.

Economia criativa e seu impacto no desenvolvimento econômico no estado de São Paulo - 2004 a 2014 / Naiane Rangel Pessanha Sardinha – São Paulo, 2024, 43 p.

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Ciências  
Econômicas

Orientador: Antonio Carlos de Moraes

1. Economia criativa 2. A economia criativa no âmbito regional e local 3.  
Economia no estado de São Paulo.

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuariais

## RESUMO

O trabalho em questão aborda o conceito de economia criativa, como foi o desenvolvimento mundial deste segmento econômico, adentrando estudos realizados para sua definição e como o novo segmento até então desconhecido se tornou relevante na economia brasileira e sobretudo analisando o estado de São Paulo, utilizando como recorte os anos de 2004 à 2014. Constata-se que há diversos desafios para fomentar o setor, no entanto sua relevância nacional é crescente e ainda se tornará mais relevante com o passar dos anos.

**Palavras-Chave:** economia criativa; cidades criativas; criatividade; desenvolvimento econômico criativo.

## **ABSTRACT**

*This paper main objective is to approach not only creative economy concept, but also it's global development through some studies made to define itself and to dimension this new segment, that was unknown until then and became so relevant globally and in brazilian economy, using São Paulo state between 2004 and 2014 as object of study. This paper has concluded that creative economy in Brazil is undeniably potential to become relevant, as it'll continue to increase over the years.*

**Keywords:** *creative economy; creative cities; creative economic development.*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>2 ECONOMIA CRIATIVA</b>	<b>6</b>
2.1 ECONOMIA CRIATIVA E SUAS FRONTEIRAS	10
<b>3 A ECONOMIA CRIATIVA NO ÂMBITO REGIONAL E LOCAL</b>	<b>17</b>
3.1 ECONOMIA CRIATIVA E A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO	20
<b>4 ECONOMIA DO ESTADO DE SÃO PAULO</b>	<b>24</b>
4.1 ECONOMIA CRIATIVA E O IMPACTO ECONÔMICO EM SÃO PAULO	28
<b>5 CONCLUSÃO</b>	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>36</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Economia Criativa e sua consolidação como uma disciplina de estudo ganharam destaque e relevância a partir dos anos 2000. Inicialmente surgindo de iniciativas isoladas, hoje observamos que a Economia Criativa abrange uma ampla variedade de áreas de responsabilidade política e administração pública. De fato, muitos governos estabeleceram ministérios, departamentos ou unidades especializadas para lidar com as indústrias criativas. Embora o conceito de economia criativa ainda esteja em evolução, diferentes definições, formas de mensuração e caracterizações são apresentadas em todo o mundo.

No entanto, há pouco debate sobre o cerne desse conceito. Portanto, refere-se a um conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico, incluindo a criatividade como um fator crucial para a produção de bens e serviços. Isso distingue a Economia Criativa da Economia da Cultura, embora mantenha fortes vínculos com aspectos econômicos, culturais e sociais, que interagem com tecnologia e propriedade intelectual em uma mesma esfera, estendendo-se para áreas como turismo e esportes.

Do ponto de vista econômico, a Economia Criativa compreende segmentos dinâmicos cujo comércio global cresce a taxas mais elevadas do que o restante da economia, independentemente da metodologia de mensuração. Produtos e serviços baseados em criatividade e conhecimento possuem elasticidade-renda elevada, e mesmo durante períodos de crise, seu comércio global não foi tão impactado como se esperava. Esses segmentos promovem a diversificação econômica, de receitas, de comércio e inovação, e podem estar interligados de forma simbiótica.

A motivação para a realização da pesquisa baseou-se na realidade de como a economia criativa vêm sendo a essência da economia do conhecimento, onde consumidores e criadores se confundem, assim como as empresas são ao mesmo tempo provedoras e consumidoras de serviços e bens sofisticados. Consumidores mais sofisticados obrigam as empresas a se sofisticarem e, ao fazê-lo, as empresas geram empregos e renda que estimulam novas demandas.

Este estudo tem por objetivo analisar quais medidas tomadas para alavancar o setor econômico no Brasil e principalmente no Estado de São Paulo, e quais foram os impactos gerados através desse crescimento econômico.

Destarte, a presente monografia será apresentada em uma estrutura com três capítulos, organizados com uma linguagem clara e objetiva, no intuito de propiciar ao leitor um melhor entendimento da matéria abordada, de forma que na introdução serão oferecidos os pontos principais do desenvolvimento da pesquisa, bem como a metodologia utilizada.

Já quanto ao desenvolvimento, iniciar-se pelo primeiro capítulo do trabalho compreende uma síntese histórica abrangendo a Economia Criativa e a suas fronteiras. O segundo capítulo, apresenta uma conceituação da Economia Criativa no âmbito regional e local e a Economia Criativa e a rede de cidades criativas da UNESCO, além de apresentar breves considerações acerca de como as inovações tecnológicas da era digital contribuíram para essa evolução.

E por fim, o estudo expõe o terceiro capítulo vai abordar a importância da economia no estado de São Paulo, seu impacto econômico e uma breve conclusão do estudo.

A pesquisa fundamentar-se-á com a técnica da pesquisa de fontes bibliográficas (doutrina, legislação, artigos científicos, periódicos e jurisprudências em meio eletrônico). Sua elaboração utilizará a metodologia da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Dos caminhos metodológicos, quanto à natureza, pode ser classificada como pesquisa básica, uma vez que o objetivo é gerar novas informações para o avanço da ciência sem finalidade financeira, envolvendo interesses para a sociedade de um modo geral. A abordagem do problema de pesquisa se classificará como qualitativa, utilizando do método de referencial bibliográfico, que consiste em basear-se fundamentalmente na análise de materiais já publicados e relacionados aos objetivos de investigação, de caráter qualitativo e descritivo, utilizando como procedimento o referencial bibliográfico. Foram considerados como fontes, artigos, monografias, teses e demais estudos acadêmicos, e pesquisas pertinentes ao tema em português e inglês publicados em base de dados virtuais como *Scielo*, *Google Acadêmico*, *Brazilian Journals*, e revistas diversas, responsável pelas contribuições normativas pertinentes.

## 2 ECONOMIA CRIATIVA

Neste capítulo, buscamos compreender como a Economia Criativa pode impulsionar o desenvolvimento econômico, fomentando a criatividade, a inovação e a inclusão social em diferentes fronteiras.

A Economia Criativa ficou conhecida pela primeira vez em 1994, na Austrália, mediante a expressão “Nação Criativa”, com o intuito de preservar a identidade australiana, aproveitando-se do surgimento da globalização como uma oportunidade para captar mais informações e, ao mesmo tempo, difundir a cultura local, unindo metas culturais, sociais e também econômicas (AUSTRÁLIA, 2004). Em 1997 depois de três anos, em 1997, o Reino Unido, apropriou-se do conceito, visando principalmente revitalizar a economia britânica, que naquele momento se encontrava bastante vulnerável devido ao declínio da indústria tradicional.

O primeiro-ministro Tony Blair, acompanhado por uma equipe multidisciplinar, conseguiu identificar os principais setores da economia britânica com potencial para resgate e crescimento da atividade econômica, que se tornariam fundamentais para aumentar a competitividade do Reino Unido em escala global. Esses setores-chave, centrados na criatividade e na inovação, foram categorizados como parte da então denominada “Nação Criativa”, abrangendo os seguintes campos: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, moda, cinema e vídeo, software interativo para entretenimento, música, artes cênicas, indústria editorial, software e serviços de computação, televisão e rádio (REIS, 2015).

Esses setores não apenas representavam áreas de expressão cultural e artística, mas também constituíam uma fonte vital de crescimento econômico e inovação. Ao reconhecer o potencial dessas indústrias criativas, o governo britânico adotou políticas e estratégias específicas para apoiar seu desenvolvimento e promover a competitividade global. Diante disso, a propagação das tecnologias de informação e comunicação (TICs), que acelerou a codificação do conhecimento e a disseminação de informações, resultando em um aumento proporcional do número de pessoas engajadas na produção e distribuição de intangíveis em comparação com a produção de bens materiais, e devido a isso, hoje se chama Economia do Conhecimento (PAGLIOTO, 2015).

Essa mudança para a Economia do Conhecimento trouxe consigo uma série de transformações significativas na estrutura econômica e social. Não ficou dependente da produção física de bens, as economias passaram a valorizar cada vez mais a geração, o processamento e a aplicação do conhecimento. Setores como pesquisa e desenvolvimento, inovação, educação, serviços baseados no conhecimento e tecnologia da informação tornaram-se fundamentais para o crescimento econômico e a competitividade global (ANTONINI, 2022).

Nesse sentido, essa dependência dos agentes econômicos na capacidade de poder determinar e aplicar de maneira eficiente a informação baseada em conhecimentos se tornou importante em escala global, onde estão organizados os recursos que lhe dão suporte, suas atividades produtivas e seus mercados. Embora, apresente consequências como o estreitamento entre a pesquisa científica e o aumento dos investimentos em intangíveis, especialmente em educação e capacitação da força de trabalho.

A Economia Criativa (EC), abrange um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, cultura, novas mídias e criatividade em geral, é predominantemente composta por ativos intangíveis e demanda habilidades específicas da força de trabalho. Além disso, está intimamente ligada aos avanços científicos e tecnológicos. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), as atividades econômicas criativas estão no encontro entre as artes, cultura, negócios e tecnologia, abrangendo o ciclo de concepção, produção e distribuição de bens e serviços que se baseiam no conhecimento e na criatividade como seus principais recursos (RAHMAN et al., 2008).

Essa definição da Economia Criativa destaca sua natureza e sua capacidade de criar valor em diversos setores. Quando aborda desde as artes tradicionais até as tecnologias, a Economia Criativa reflete a interconexão entre expressão cultural, inovação tecnológica e dinâmicas econômicas. No ambiente das políticas públicas e estratégias de desenvolvimento econômico, compreender e promover a Economia Criativa tornou-se uma prioridade em muitos países ao redor do mundo (KUHN et al., 2014).

No entanto, o sucesso da Economia Criativa não depende apenas de políticas governamentais, mas também da colaboração entre setores público e privado, bem como do apoio de instituições educacionais, organizações da sociedade civil e

comunidades locais. Quando se proporciona um ambiente favorável à criatividade, inovação, empreendedorismo, desenvolvimento econômico e social.

A tendência dessas dimensões derivou na escolha das seguintes atividades para receber incentivos: artes cênicas; artes visuais e artesanato; bibliotecas e arquivos; cinema, televisão e rádio; dança; design; educação com ênfase em setores culturais; literatura; música; multimídia; patrimônio histórico e cultural; turismo cultural. No século XXI, ao avaliar o impacto das atividades criativas na balança comercial, o Reino Unido considerou como parte da Economia Criativa: artes cênicas, mercado de arte e antiguidades, artesanato, arquitetura, design, moda, publicação eletrônica, música, publicidade, rádio e televisão, software e jogos eletrônicos, vídeo, cinema e fotografia (PAGLIOTO, 2015).

Em relação à tipologia australiana, as principais diferenças foram a inclusão da área de publicidade e propaganda e a exclusão de atividades relacionadas à educação e à preservação de patrimônio histórico, bibliotecas e arquivos. Portanto, essas diferenças não foram tanto por questões conceituais, mas sim devido a desafios metodológicos associados à coleta e organização de dados. O Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) justificou a associação dessas atividades em um mesmo conjunto devido ao seu potencial para comercializar ideias de alto valor, seja uma música, uma campanha publicitária, uma peça teatral ou o design de um veículo. Sob essa ótica, esse agregado englobaria setores capazes de criar novas experiências, disseminar conhecimento, evocar emoções e valorizar a vida humana (DCMS, citado em FERNANDEZ, 2014).

Ao reconhecer a importância de atividades como publicidade e propaganda na criação e disseminação de ideias, o governo britânico demonstrou uma visão holística da Economia Criativa, que vai além das tradicionais categorias artísticas. Dessa maneira, foram feitas novas adaptações e estabelecidas novas tipologias, refletindo as diferentes perspectivas dos países que passaram a reconhecer o potencial econômico das atividades criativas. O engajamento do sistema ONU, por meio da (UNESCO) e da (UNCTAD), trouxe novas perspectivas à discussão e ajudou a alastrar em uma escala global os conceitos de Economia da Cultura e Economia Criativa (BRASIL, 2010).

Nesse contexto, foi desenvolvido diversas pesquisas através da UNESCO sobre o setor cultural, destacando os *Framework for Cultural Statistics*, que desde

1986 são produzidos e atualizados. São acatadas como atividades culturais: artes performáticas e música; artes visuais e artesanato; audiovisual e mídia interativa; design, serviços criativos, livros e edição, preservação do patrimônio cultural e natural (UNESCO, 2008).

Também consistiu à UNESCO em atribuir a responsabilidade pela criação e coordenação da Rede de Cidades Criativas, que tem proporcionado oportunidades de desenvolvimento local com base em vocações criativas. Essa rede conecta cidades ao redor do mundo que, ao conseguirem o selo de cidade criativa, passam não apenas a compartilhar suas experiências, mas também a ter acesso direto a um vasto conjunto de práticas bem-sucedidas de desenvolvimento local. Por meio dessa rede, as cidades criativas têm a oportunidade de não apenas trocar conhecimentos e experiências, mas também de estabelecer parcerias colaborativas que impulsionam o crescimento econômico e promovem a diversidade cultural (UNESCO, 2020).

Recentemente existem 34 cidades do mundo que são consideradas criativas pela ONU, tendo como distribuição as cidades reconhecidas por suas contribuições na literatura, no cinema, na música, nas artes folclóricas e no artesanato, no design, na mídia e na gastronomia, essa rede ainda não conta com nenhuma cidade brasileira. A UNCTAD, por sua vez, tem realizado um esforço significativo na produção e disseminação de informações relacionadas à Economia Criativa, em parte devido ao reconhecimento do seu potencial comercial e de desenvolvimento econômico e social (UNCTAD, 2018).

A UNCTAD tem como responsabilidade em publicar a bianual *Creative Economy Reports*, que reúne todas as informações de resultados em conjunto, que mede esforços cultivados no âmbito das Nações Unidas. Dessa forma, a América Latina tem como destaque os seguintes interesses que têm se ocupado dessa temática: o Observatório de Indústrias Criativas (OIC), da Argentina, criado pela administração municipal de Buenos Aires, cidade que recebeu da UNESCO o selo Cidade do Design, dentro do programa Cidades Criativas da ONU; o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) brasileiro, que passou a elaborar indicadores culturais a partir de 2004, quando foi firmado convênio com o Ministério da Cultura; o Serviço Estadual de Análise de Dados (SEADE), que realizou esforços relativos ao estado de São Paulo e a Fundação do Desenvolvimento Administrativo

(FUNDAP), que elaborou estudos, em 2008, para o dimensionamento da Economia Criativa designadamente na cidade de São Paulo (UNCTAD, 2018).

Portanto, é fundamental que o Brasil e suas cidades reconheçam a importância da Economia Criativa e busquem integrar-se mais ativamente nesse cenário global, aproveitando as oportunidades de desenvolvimento econômico, cultural e social que ela oferece. Apesar de ter surgido na Austrália, foi como política econômica com intuito de alavancar o crescimento inglês a partir da segunda metade da década de noventa, onde a Economia Criativa começou a ser reconhecida (RIBEIRO, 2015).

Ao adotar essas políticas públicas envolvidas à sua promoção o conjunto de atividades econômicas do Reino Unido, consideradas criativas, cresceu 6% ao ano no período 1997-2005, estando acima da média da economia, de apenas 3%, tendo atingido 7,3% do Produto Interno Bruto em 2005. Esse rápido crescimento da Economia Criativa no Reino Unido evidencia o impacto positivo das políticas públicas voltadas para sua promoção. Ao reconhecer e investir nessas atividades, o governo britânico foi capaz de estimular um setor dinâmico e em expansão, que não apenas impulsionou o crescimento econômico, mas também enriqueceu a cultura e fortaleceu a identidade nacional (CAUZZI, 2016).

Alguns dados mais atuais, demonstram que para um período de cinco anos, de 2007 a 2012, se mostra um grande crescimento do valor agregado das indústrias criativas, especialmente em propaganda e marketing (22,8%); música, artes performáticas e artes visuais (24,3%), tecnologia da informação, software e serviços computacionais (18,8%); filmes, TV, vídeo, rádio e fotografia (11,3%) e publicidade (7,5). Conforme esses dados, o conjunto de indústrias criativas respondeu por 1,68 milhão (ou 5,6%) dos empregos no País em 2012, 8,6% a mais que em 2011, evidenciando sua importância na geração de trabalho e renda (MESSIAS, 2018).

Ao adotar essa abordagem proativa e integrada, outros países podem também colher os benefícios econômicos, culturais e sociais que ela tem a oferecer, nesse sentido, o tópico a seguir aborda um breve contexto sobre a Economia Criativa e alguns pontos de fronteiras.

## 2.1 ECONOMIA CRIATIVA E SUAS FRONTEIRAS

Como já foi mencionado, a Economia Criativa (EC), que conglomerada atividades que tem o conceito de geração de valor é centrada na criatividade, se insere na Economia do Conhecimento e compartilha suas principais características distintivas: a predominância de produtos intangíveis, a significativa participação do conhecimento como fator produtivo nos processos, a rápida disseminação das inovações e uma maior flexibilidade tanto na adaptação de processos quanto na reconfiguração dos produtos. Essas semelhanças ressaltam a interconexão e a sinergia entre esses dois domínios econômicos, destacando a importância da criatividade e do conhecimento na economia contemporânea (MEROE, 2011).

Além disso, as atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), são essenciais na economia do conhecimento por abrangerem intensamente o uso do ativo intelectual, são também consideradas integrantes da Economia Criativa pelos principais sistemas de classificação conhecidos, impedindo uma clara demarcação de fronteiras. Também existem outras atividades integrantes da Economia do Conhecimento, como os Serviços Tecnológicos Especializados (STEs), os testes e análises rotineiros e toda a relação de atividades de Tecnologia Industrial Básica (TIB) (RANGEL et al., 2016).

Essenciais para a qualidade e o aumento de produtividade do sistema produtivo, essas atividades não são amplamente reconhecidas como pertencentes à Economia Criativa. Da mesma forma, toda a produção de bens e serviços relacionada à criação tanto do conhecimento científico e tecnológico quanto dos demais produtos criativos, considerados seus veículos de fruição, não é considerada parte do escopo da (EC) conforme alguns especialistas apontam. Da mesma forma, a produção de bens e serviços associada à criação tanto do conhecimento científico e tecnológico quanto dos produtos criativos, considerados seus veículos de fruição, geralmente não é incluída no âmbito da Economia Criativa (CENTENO, 2015).

Embora, a Economia da Cultura, muitas vezes confundida com a Economia Criativa devido ao seu amplo alcance, também faz parte da economia do conhecimento. Esse conceito remonta a uma tradição de autores franceses, cuja análise se concentra em atividades humanas com conteúdo artístico e estético. As externalidades positivas ou negativas, determinadas por eventos culturais podem variar em proporção, desde a criação de novas oportunidades de emprego e renda

até a revitalização de áreas urbanas e o estímulo a novas formas de investimento. Dado que tem relação com talentos individuais e, frequentemente, a colaboração de diferentes agentes e recursos, a economia da cultura pode demandar um longo período para entender (PACHECO, 2016).

Assim a Economia da Cultura, envolveria as chamadas belas artes (pintura, escultura, desenho); as artes ao vivo (espetáculos de dança, teatro, música e congêneres); a indústria cultural (cinema, gravação de discos e edição de livros); os museus e bibliotecas. Dessa forma, podemos compreender que a economia da cultura se refere às artes e às indústrias culturais as indústrias criativas compreendem a arte visual, a música, a publicidade, os filmes, o rádio e a televisão e outros.

Portanto, ao modificar a dinâmica da competição entre economias e regiões, e conseqüentemente, a divisão geográfica internacional da manufatura, o novo paradigma tecnológico exige uma competição crescente através de novos meios que vão além dos simples baixos salários, abrindo vastas oportunidades para os setores culturais. Pela primeira vez, o setor cultural pode ser reconhecido como um grande diferencial de competitividade que capacita cidades, regiões ou países a competirem, uma vez que a Economia Criativa é o ambiente no qual os mais eficazes instrumentos de diferenciação e competição podem ser desenvolvidos (VALENTE, 2020).

Assim, a Economia Criativa se sustenta e se inspira no setor cultural, em suas diversas manifestações: popular, clássica e nas variadas tribos e grupos que compõem a sociedade. Tradicionalmente, o setor cultural ou as políticas culturais são vistas como políticas de inclusão para segmentos de baixa renda ou como políticas de preservação do exótico, do folclórico e popular. De outra maneira, são consideradas políticas de proteção da produção cultural considerada de "alto nível", como sinfônicas e balés (TONIOL, 2022).

Agora, pela primeira vez, surge a necessidade de colocar as atividades culturais no centro das preocupações políticas e econômicas, e não em segundo plano. Essa mudança de perspectiva reconhece a importância fundamental das atividades culturais não apenas como instrumentos de inclusão social, mas também como motores de crescimento econômico e inovação.

Na economia do conhecimento, as novas tecnologias introduzem uma dinâmica renovada, abrindo novas perspectivas para a cultura em sua mais ampla abrangência, níveis e interpretações. Buscando, ainda mais, o êxito de uma economia, que está

ligado ao êxito de seu setor criativo, o qual, por sua vez, depende do sucesso do setor cultural. Neste paradigma atual, o setor cultural assume uma importância singular, apresentando-se como uma grande oportunidade e um desafio significativo, muitas vezes subestimado pelo próprio setor, que expressa temor e crítica em relação ao chamado mercado, revelando certa aversão a ele, e com isso existe um receio de manipulação, temor de que a inocência da produção cultural seja absorvida. À medida que a cultura se torna mais uma mercadoria na economia do conhecimento, há um risco real de que as considerações comerciais possam influenciar negativamente a sua integridade e autenticidade (FEIJÓ, 2016).

De forma sucinta, mas refletindo uma visão compartilhada por muitos ligados aos setores culturais, o preconceito surge do temor dessa possível manipulação, da apropriação da cultura pelos setores empresariais, associados ao que comumente classificam como mercado, uma entidade vista como intrinsecamente negativa e relacionada a outras forças, como a globalização e o antigo imperialismo. É verdade que o mercado mantém uma relação intrínseca com a cultura, e isso é uma característica fundamental. No entanto, essa relação existe desde os primórdios do mercado, e a dinâmica sempre foi desse jeito.

Nessa dinâmica, surge questionamentos referente a quais as ligações entre cultura e mercado? Quais as fronteiras? Elas não são claras. A ambiguidade subjacente é, de fato, uma das principais fontes de vitalidade do setor cultural, impulsionando-o constantemente a "surpreender" o mercado, mesmo sabendo que o mercado pode apropriar-se de sua produção.

Esse embate entre motivações não lucrativas e lucrativas é essencial para o dinamismo de ambos os setores. Por outro lado, persiste o preconceito por parte do setor econômico, onde empresários e autoridades frequentemente veem o setor cultural como marginal, seja como uma forma de política social compensatória ou como uma mera preservação da chamada "alta" cultura. As políticas culturais são muitas vezes percebidas como "socialmente corretas" ou atividades nobres e estéticas, mas essa visão muitas vezes desconsidera a complexidade e a riqueza da produção cultural contemporânea (COELHO, 2020).

Essa visão demonstra que o papel da cultura é muito importante e se desempenha na sociedade contemporânea. A cultura não é apenas uma forma de entretenimento ou um ornamento para a vida cotidiana; ela é um reflexo das dinâmicas

sociais, políticas e econômicas de uma comunidade. Além disso, a cultura é algo inovador e criativo, impulsionando o progresso e o desenvolvimento em diversas áreas. Em suma, as indústrias culturais são frequentemente subestimadas em termos de sua importância econômica, e a Economia Criativa geralmente não recebe o devido reconhecimento como um setor fundamental a ser cultivado. No entanto, é cada vez mais evidente que a Economia Criativa desempenha um papel vital em diversos aspectos: geração de empregos, receita, exportações, atração de investimentos e turismo. De fato, ela se destaca como uma das principais alavancas da competitividade de um país na paisagem global atual (CORÁ et al., 2011).

Para compreender adequadamente a Economia Criativa e sua importância, é essencial primeiro dissipar a confusão comumente encontrada entre esse conceito e a indústria cultural, ou indústria do entretenimento. A Economia Criativa é de fato um conceito mais abrangente, abarcando não apenas os produtos e serviços culturais, mas também a indústria do entretenimento, a chamada alta cultura e a cultura popular. Como mencionado anteriormente, há uma variedade de definições em circulação sobre o que constitui ela (PIRES, 2012).

Ao reconhecer essa amplitude, podemos entender melhor a importância da Economia Criativa como um motor de crescimento econômico, inovação e desenvolvimento social. Ela não apenas gera empregos e renda, mas também promove a diversidade cultural, o intercâmbio criativo e a revitalização de comunidades. Com isso, desde as primeiras definições, inseridas pelo RU em 1997, se obteve bastante avanço. Mesmo assim, embora os avanços, a discussão do conceito diversas vezes ainda é realizada, privilegiando seu caráter de promover a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano, os quais são irrefutáveis, mas que ao serem destacados dissolvem a relevância do papel macro e microeconômico do setor e, ao fazê-lo, conseguem diminuir o assunto das políticas sociais (GARCIA, 2022).

Dessa forma, corre-se o risco de não priorizar o setor como uma das principais áreas das políticas públicas que regem o financiamento, a tributação e os incentivos em diversos setores da economia, embora nem sempre sejam tão proeminentes em termos de criação de empregos, renda, valor adicionado e exportação, entre outros aspectos. Cada cidade aproveita seu potencial criativo de maneiras distintas. Algumas atuam como conectores para proporcionar experiências culturais aos residentes e

visitantes, exibindo seus ativos patrimoniais ou promovendo atividades culturais, como artes cênicas ou visuais.

Outras cidades apostam em grandes indústrias criativas e de mídia, buscando gerar empregos, renda e servir como centros de crescimento urbano e regional. Em outras situações, a cultura em uma cidade criativa tem o propósito de disseminar a arte e a cultura para fomentar a capacidade urbana, a coesão social e a identidade cultural. O setor criativo não apenas contribui diretamente para o rendimento, valor agregado, renda e emprego, mas também gera efeitos indiretos e induzidos significativos.

Por exemplo, os gastos dos turistas ao visitarem locais culturais impulsionam a vitalidade econômica das cidades, fortalecendo a economia local. Uma cidade com uma vida cultural tem o potencial de atrair mais investimentos estrangeiros em outras indústrias, uma vez que as empresas procuram estabelecer-se em centros que oferecem um ambiente ameno e estimulante para seus funcionários. Dessa forma, o ambiente culturalmente rico não só aumenta a atratividade da cidade para investidores, mas também contribui para a retenção de talentos e o bem-estar de todos (DE MOURA BASTOS, 2022).

No ano de 2004 a UNESCO instituiu a Rede de Cidades Criativas, que teve como objetivo de mostrar que as cidades observam que as indústrias criativas estão desempenhando um papel maior nas economias locais e no desenvolvimento social, no entanto, muitas vezes falta compreensão sobre como explorar esse potencial e envolver os atores apropriados no processo de desenvolvimento. Nesse sentido, a Rede visa capacitar grupos sociais em todo o mundo para compartilhar conhecimento, experiências e melhores práticas, impulsionando tanto a economia quanto o desenvolvimento social por meio das indústrias criativas (UNESCO, 2009).

Para poder facilitar a identificação das necessidades de desenvolvimento em subsetores específicos, a Rede de Cidades Criativas estabeleceu sete redes temáticas, permitindo que as cidades escolham e concentrem seus esforços. Dessa forma, as cidades com expertise criativa em áreas como literatura, cinema, música, arte folclórica, design, tecnologia da informação/ artes midiáticas ou gastronomia podem se candidatar para fazer parte da Rede.

Essa candidatura encoraja as cidades a explorarem seu potencial máximo para o desenvolvimento econômico e social. Nos últimos anos, muitas cidades têm adotado

o conceito de cidades criativas para impulsionar o crescimento econômico, capacitando habilidades criativas para atrair trabalhadores do setor. A Rede facilita a troca de ideias abrangentes, visando atender às necessidades das partes interessadas nos setores público, privado e da sociedade civil. Isso permite que as cidades avaliem seus pontos fortes e fracos na indústria cultural, promovendo uma maior comunicação e coesão local (MOTTA, 2019).

Inicialmente, os principais enfoques da Rede de Cidades Criativas abrangiam as belas artes e as indústrias culturais fundamentais, como literatura, música e artes folclóricas, além da necessidade de demonstrar um histórico comprovado em uma dessas áreas. No entanto, a dificuldade em apresentar resultados econômicos mensuráveis levou a uma interpretação predominantemente voltada para o aspecto econômico. Isso resultou em uma mudança de foco das belas artes, da tradição e de seu impacto mais erudito ou decorativo na cidade, para uma abordagem mais inovadora e orientada para o mercado no desenvolvimento das indústrias criativas urbanas (SILVA, 2018).

Portanto, ficou claro que há uma mudança de paradigma em relação à valorização das indústrias criativas, passando de uma abordagem tradicional centrada nas belas artes e na tradição para uma perspectiva mais orientada para o mercado e inovação, reconhecendo o potencial econômico das cidades criativas. É importante reconhecer e promover o setor criativo como um desenvolvimento econômico, social e cultural, bem como a necessidade de políticas e iniciativas que apoiem seu crescimento econômico.

### 3 A ECONOMIA CRIATIVA NO ÂMBITO REGIONAL E LOCAL

Neste capítulo será apresentado um breve contexto da Economia Criativa no âmbito regional e local e a questão da Economia Criativa, a rede de cidades criativas da UNESCO e demonstrar as indústrias criativas e sua era tecnológica.

A Economia Criativa no âmbito regional e local desempenha uma função fundamental no desenvolvimento econômico, social e cultural dessas localidades. Essa diversidade reflete a riqueza e a complexidade das atividades criativas que ocorrem em níveis regionais e locais. Dessa forma, algumas Instituições públicas e privadas se ocupam do tema a partir de uma visão que concebe a Economia Criativa como janela de oportunidades para a criação de empregos qualificados (FIRJAN, 2011).

Considerando a variedade de fontes institucionais que abordam o fenômeno, constatou-se que a mão de obra nesse segmento no Brasil é predominantemente jovem, com maior concentração em empresas com até 19 funcionários. Cerca de 70% desses trabalhadores têm até 39 anos de idade, e mais de 60% possuem pelo menos 11 anos de estudo.

A Economia Criativa se apresenta pela primeira vez como objeto qualificado no planejamento de ações estatais destinadas à promoção do desenvolvimento econômico, em síntese consiste em selecionar segmentos criativos das indústrias e fornecer políticas públicas que ofereçam incentivos fiscais e acesso a crédito para apoiar atividades relacionadas à produção de bens e serviços é essencial. Essas medidas podem incluir mudanças nas leis estaduais ou municipais, decretos governamentais, isenções fiscais, criação de linhas de crédito especiais, lançamento de editais para promover pesquisa e desenvolvimento, iniciativas para estimular ambientes e negócios criativos, e enfatizar a inovação como estratégia-chave para a competitividade (SOUZA, 2015).

Essa política industrial teve como proposta que visa promover a atuação em prol do segmento mais tradicional da economia, como a indústria da transformação, enquanto também leva em consideração as particularidades da Nova Economia, onde empresas "pontocom" e/ou "startups" representam formas mais simbólicas. Essa abordagem ampla e funcional abrange os dois extremos do debate técnico sobre o

assunto, possibilitando a adoção de medidas que tenham impacto em toda a indústria, onde as atividades criativas são concentradas e discutidas (MIGUEZ, 2007).

Através do mapeamento, realizado em colaboração com a FEERS (Fundação de Economia e Estatística do RS), teve como objetivo promover a consolidação teórica e o alinhamento de um conjunto de setores econômicos agrupados como integrantes da indústria criativa. Além disso, buscou destacar a importância da reorganização ou reclassificação das atividades industriais para fins de planejamento da ação econômica, tanto por parte do poder público quanto da iniciativa privada. As definições conceituais e metodológicas para identificar atividades criativas no contexto da produção industrial foram baseadas em experiências internacionais, como aquelas protagonizadas por Departamento da Cultura, Mídia e Esportes (do Governo Britânico), Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO), Eurostat, KEA, UNCTAD, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e Fundação do Desenvolvimento Administrativo do Estado de São Paulo (Fundasp) (GARCIA, 2018).

Instituições e iniciativas reconhecidas mundialmente. Essa abordagem tende garantir uma compreensão abrangente e alinhada dos critérios utilizados para identificar e classificar atividades criativas na esfera da produção industrial. Ao buscar referências em experiências internacionais, é possível incorporar boas práticas e padrões reconhecidos globalmente, o que contribui para a consistência e a eficácia das análises e políticas adotadas em nível nacional ou regional.

Diante disso, os setores e atividades examinados na pesquisa foram delineados com base na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), sendo divididos em atividades centrais, atividades correlacionadas e atividades de suporte, abrangendo assim a indústria da transformação, comércio e serviços, respectivamente. O modelo de análise possibilitou a avaliação das atividades das indústrias criativas e a caracterização do ambiente em que a Economia Criativa se desenvolve, evidenciando os impactos dessas atividades na política de desenvolvimento do setor. Foi identificado que, em média, 13% da indústria tradicional de transformação do Rio Grande do Sul é composta por atividades criativas, com o valor de suas atividades correspondendo a R\$ 6,3 bilhões (BRASIL, 2011).

Esses dados são essenciais para embasar políticas públicas e estratégias de desenvolvimento que visam promover e fortalecer as indústrias criativas,

reconhecendo seu papel como impulsionadoras do crescimento e da inovação. Ao entender melhor a interação entre as atividades criativas e os setores tradicionais da economia. O número total das atividades escolhidas como núcleo das indústrias criativas envolveria ainda 74 mil postos de trabalho, ou 5,8% dos empregos nacionais do setor.

A disseminação das interações virtuais também tem possibilitado a compreensão de processos de gestão na produção de bens e serviços culturais que não se encaixam nas categorizações tradicionais da sociologia, como os modelos fordista e/ou flexível. O estudo em questão sugere que as novas formas de gestão produtiva surgem em um contexto social que valoriza a criatividade e a autenticidade em contraposição à rigidez da gerência convencional, ao controle da carga de trabalho e às relações hierárquicas típicas da linha de produção (SANTOS, 2020).

Sobre os interesses de desenvolvimento econômico e social, é possível argumentar que os indivíduos criativos mostram descontentamento com a extensão do mercado na cidade, apesar de reconhecerem um crescimento recente. Esses profissionais não parecem ser resultado de habilidades excepcionais, mas sim de interações complexas com o ambiente, destacando a importância do contexto e a necessidade de eles se movimentarem por diversas esferas institucionais e ambientes intelectuais.

Uma pesquisa conduzida pela Fecomércio/SP (2012), voltada para a criação de indicadores sobre o impacto da criatividade no desenvolvimento econômico e social nas principais cidades do Brasil, foi realizada por meio da análise das condições proporcionadas pela estrutura de emprego, distribuição do PIB per capita, presença de empresas tecnológicas e outras questões sociais, como posse de computador e acesso ao saneamento básico.

Esses indicadores foram avaliados em três dimensões: Criatividade Geral, Economia Geral e Sociedade Geral. Os resultados obtidos a partir dessas dimensões forneceram uma compreensão abrangente do cenário da criatividade e seu impacto no desenvolvimento em diferentes aspectos, o estudo é importante ao destacar as dificuldades de classificar empresas na nova economia, dada a diversidade de atividades produtivas. Nesse sentido, utilizou-se como fonte de dados informações sobre o PIB da indústria de serviços das cidades, consideradas espaços intrínsecos

às novas formas organizacionais e tipos de negócios realizados por elas (FECOMÉRCIO/SP, 2012).

Os dados foram produzidos a partir da análise em três dimensões estabelecidas: a geral criativa, relacionada aos empregos criativos oferecidos em cada cidade; a geral econômica, que abrange o PIB per capita e a porcentagem do PIB proveniente do setor de serviços; e a geral social, que engloba o número de estabelecimentos públicos de saúde, o acesso ao saneamento básico e a proporção de trabalhadores empregados em relação ao total de trabalhadores.

Utilizando esses dados relacionados ao PIB da indústria de serviços das cidades, o estudo ofereceu uma análise aprofundada, destacando a importância da criatividade no desenvolvimento econômico e social. Por meio de um índice de potencial criativo, composto por diferentes dimensões, foi possível obter uma visão abrangente do ambiente empresarial e social.

### 3.1 ECONOMIA CRIATIVA E A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO

Como já mencionado o termo tem origem relativamente novo, surgido inicialmente na Austrália por meio do lançamento do relatório “Creative Nation” (1994). Esse conceito ganhou destaque após a divulgação do *Creative Industries Mapping Document* (1998) pelo Governo britânico, que procurava avaliar a importância econômica desse setor (AUSTRÁLIA, 1994).

Recentemente, a discussão tem explorado a conexão das cidades criativas e indústrias culturais com as novas tecnologias de informação e comunicação. Essa mudança reflete uma compreensão mais ampla de como a tecnologia está afetando as indústrias culturais. Isso significa que estamos olhando para como a cultura e a tecnologia se misturam. Essa nova maneira de ver as coisas é importante para entender como as empresas culturais estão evoluindo com o tempo.

Em suma, as indústrias criativas são definidas pelo processo de concepção, fabricação e disseminação de produtos ou serviços que são comercializáveis e se baseiam principalmente na criatividade. Elas englobam diversas atividades econômicas que são ricas em criatividade e conhecimento, gerando receita através do comércio e dos direitos de propriedade intelectual nas cidades criativas (CUNHA, 2019).

O conceito de indústrias criativas conforme definido pela UNCTAD. Isso destaca a ampla interação dessas indústrias com diversos setores econômicos e aspectos da vida humana. Elas abrangem desde formas tradicionais de artesanato, literatura e artes visuais até áreas mais tecnológicas e de serviços, como audiovisual, design e jogos eletrônicos. Isso evidencia como a cultura e a criatividade vão além do entretenimento, desempenhando um papel crucial no desenvolvimento sustentável e local.

Com isso, em 2004 a UNESCO criou a RCCU, com o objetivo de fomentar a colaboração entre cidades que reconhecem a criatividade como um elemento-chave para o desenvolvimento sustentável nos domínios econômico, social, cultural e ambiental, foi proposta a formação de uma rede. As cidades participantes têm como missão colocar a criatividade e a indústria cultural no cerne de seus planos de desenvolvimento em nível local, ao mesmo tempo em que colaboram ativamente em nível internacional com a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável e com a Nova Agenda Urbana da ONU (UNESCO, 2020).

A UNESCO destaca o caráter estratégico de sua Rede de Cidades Criativas para o alcance do Objetivo 11 da Agenda 2030: Tornar as cidades mais inclusivas e resilientes (UNESCO, 2020). A RCCU conta, atualmente, com 246 membros em suas sete categorias, sendo 50 na de Artesanato e Arte Popular, 40 na de Design, 18 na de Cinema, 37 na de Gastronomia, 39 na de Literatura, 17 na de Artes Midiáticas e 47 na de Música (UNESCO, 2020a).

Como dito anteriormente, dez cidades brasileiras compõem a Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Florianópolis, Belo Horizonte, Paraty e Belém compõem a rede como cidades gastronômicas, Brasília, Curitiba e Fortaleza pelo design, João Pessoa através do artesanato e artes populares, Santos através do cinema e Salvador através da música.

Todas as cidades interessadas em se tornarem membro da rede, devem apresentar sua candidatura na ocasião de abertura do período de candidaturas, que ocorre a cada dois anos. Alguns ativos culturais podem ser fatores diferenciais e são considerados de acordo com o campo criativo pretendido. As Cidades Criativas da UNESCO são uma rede de cidades que valorizam a criatividade para impulsionar o desenvolvimento em diferentes áreas, como economia, cultura e social. Essas cidades

trabalham juntas para usar a criatividade como uma ferramenta para melhorar suas comunidades, compartilhando ideias e experiências (UNESCO, 2008).

Na Economia Criativa, há uma lógica diferente em comparação com outros tipos de economia. A cultura e a criatividade são únicas e não podem ser classificadas como melhores ou piores. Mesmo quando se transformam em produtos comercializáveis, elas têm um significado social que vai além do valor comercial. Em outras palavras, seu propósito principal é social antes de ser uma ferramenta de desenvolvimento econômico.

O conceito de Economia Criativa foi introduzido por John Howkins em 2001, no livro "Economia Criativa: Como Ganhar Dinheiro". Ele descreve essa economia como aquela em que ideias, imaginação e criatividade geram produtos vendáveis. Em resumo, um "produto criativo" deve ser resultado de ideias e criatividade, e também ter valor econômico reconhecido, geralmente através de sua propriedade (HOWKINS, 2001).

Por outro lado, na perspectiva da UNCTAD, esse conceito está em evolução e obtém caráter cada vez mais amplo. A Economia Criativa seria uma economia "baseada em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico" (UNCTAD, 2010). Esse conceito se desdobra em cinco pontos que caracterizam essa Economia Criativa, segundo a organização:

- i. Pode promover a geração de renda, criação de empregos e receitas de exportação, ao mesmo tempo que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano;
- ii. Envolve aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- iii. É uma variedade de atividades econômicas baseadas no conhecimento, com vínculos transversais nos níveis macro e micro com o restante da economia;
- iv. É uma escolha de desenvolvimento viável que exige respostas políticas inovadoras e multidisciplinares, bem como ações interministeriais;
- v. No centro da Economia Criativa estão as indústrias criativas.

Como considerável parcela da produção das indústrias criativas tem valor cultural e comercial, um mecanismo de regulação para garantir a apropriação do excedente se faz urgente. Nesse sentido, há um consenso quanto à conversão das

atividades das indústrias criativas em valor. As leis de propriedade intelectual desempenham importante papel.

Elas protegem o direito de propriedade dos donos sobre as suas ideias e fornecem aos inventores de produtos e novos processos os meios para se beneficiarem economicamente de sua criatividade. As patentes também servem como garantia na qual as empresas e setores criativos podem trabalhar com segurança e determinada previsibilidade quanto à apropriação dos frutos de suas ideias (NEWBIGIN, 2010). Uma nova dinâmica tecnológica marcada por mudanças radicais trazidas pela Internet tem gerado preocupação quanto ao acesso e distribuição de conteúdo. Isto é, a propriedade intelectual se vê em uma linha tênue entre equilibrar os direitos particulares de seus inventores e preservar o direito público dos cidadãos de acesso à informação e à cultura (NEWBIGIN, 2010).

Atualmente, a Economia Criativa é reconhecida como um elemento determinante e em crescimento na economia global. Tanto os agentes econômicos quanto os governos e os setores criativos atribuem cada vez mais importância a ela, vendo-a como uma alternativa viável para a geração de empregos, renda e enriquecimento cultural. Embora não seja um conceito uniforme, em geral, esse campo é considerado estratégico e vital para estimular o potencial criativo dos indivíduos, promover a inclusão social e o desenvolvimento, enquanto enfrenta os desafios da sociedade digital do século XXI (MAIMON, 2021).

E as Cidades Criativas da UNESCO representam uma iniciativa global que visa reconhecer e promover o papel da criatividade no desenvolvimento sustentável e tecnológico em diversas áreas, como cultura, economia, social e ambiental. Ao fazerem parte dessa rede internacional, as cidades compartilham experiências e melhores práticas, colaborando para fortalecer a Economia Criativa e integrar a cultura nas políticas urbanas.

## 4 ECONOMIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Neste capítulo, vamos abordar sobre os setores que compõem a Economia Criativa do estado de São Paulo, no período entre 2004 e 2014. As informações foram coletadas no Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE), na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e também no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Ao falar sobre economia, primeiro temos que entender seu aspecto e sua valorização, principalmente no estado de São Paulo, que é o objetivo proposto do trabalho. Para impulsionar esse processo, é essencial incentivar a Economia Criativa na cidade, promovendo políticas que beneficiem empresas do setor, estimulem a formação de clusters criativos e criem espaços de coworking e incubadoras de “startups”. Além disso, investir na melhoria da infraestrutura urbana, incluindo transporte público eficiente, saneamento básico e espaços culturais, é crucial para atrair investimentos e promover o desenvolvimento econômico (REIS, 2015).

Instigar o empreendedorismo através de programas de apoio, facilitar a abertura de novos negócios e atrair investimentos nacionais e estrangeiros também são estratégias importantes. Identificar e desenvolver setores estratégicos com potencial de crescimento, como tecnologia da informação e biotecnologia, fortalecer a educação e pesquisa, promover o comércio exterior e estimular as exportações são outras medidas fundamentais para impulsionar a economia da cidade (LESKE, 2013).

Segundo dados do SEADE, nos últimos anos, as cidades de São Paulo registraram taxas de crescimento mais elevadas em comparação com o restante do país, sugerindo o significativo poder de atração do estado de São Paulo sobre outras regiões do Brasil. Esse fenômeno pode ser atribuído à concentração de atividades produtivas e à sua capacidade de gerar renda. Entre os setores que compõem a economia convencional, estão os seguintes:

- **Extrativa Mineral:** O setor do extrativismo mineral envolve a extração de produtos da natureza para comercialização, podendo ser direta ou indireta. No extrativismo mineral direto, os produtos são utilizados em sua forma natural, como a água mineral. Já no extrativismo mineral indireto, os produtos extraídos passam por processos de transformação, geralmente sendo destinados à

indústria para criar produtos com maior valor agregado, como a maioria dos minerais.

- **Indústria de Transformação:** A Indústria de Transformação é responsável por converter matérias-primas em produtos finais ou intermediários para outras indústrias. Atividades desse setor incluem operações em refinarias de petróleo, onde o petróleo é transformado em produtos finais, como óleo diesel e gasolina, e em produtos intermediários, como nafta, que é utilizada na fabricação de plásticos por indústrias petroquímicas.
- **Serviços Industriais de Utilidade Pública:** Esse setor envolve serviços como a geração e distribuição de energia, extração e distribuição de gás, telefonia, construção e manutenção de ferrovias e portos.
- **Construção Civil:** O setor é derivado de atividades que conglomeram a confecção de obras, tais como casas, edifícios, pontes e barragens; fundações de máquinas, como estradas e aeroportos; e outras infraestruturas que contam com a participação de arquitetos e engenheiros civis.
- **Comércio:** Esse setor aborda uma atividade caracterizada pela troca voluntária de produtos, relacionada à economia formal ou informal.
- **Serviços:** O setor de Serviços abrange a comercialização de produtos em geral e também o oferecimento a terceiros de serviços comerciais, pessoais ou comunitários. Administração Pública: tal setor é composto por empresas, atividades e serviços que são providos e administrados pelo governo tanto federal como estadual.
- **Agropecuária, Extração Vegetal, Caça e Pesca:** O setor de atividades primárias que envolvem subsetores como lavoura permanente e temporária, pecuária, horticultura, silvicultura, indústria rural e serviços auxiliares da agropecuária.

Conforme, apresentado os setores de Serviços e Indústria de Transformação são os que apresentam os maiores números de empregados no período analisado no estado de São Paulo, embora apresentem pequena variação percentual entre 2004 e 2014, ao mesmo tempo iguais a 76% e 50%. Para o setor de Serviços, esse número de trabalhadores ultrapassou de três milhões aproximadamente para 5,5 milhões e

para o setor Indústria de Transformação, passou de quase dois milhões para três milhões (AIELLO, 2014).

Embora, a participação da Indústria de Transformação no emprego formal do estado de São Paulo, houve uma diminuição no número de pessoas empregadas no setor da Indústria de Transformação em comparação com outros setores da economia, refletindo uma tendência de queda nesse setor. Por outro lado, o setor de Serviços apresentou um aumento contínuo na participação, empregando mais pessoas do que os demais setores. Quanto ao setor Extrativo Mineral, foi o que gerou o menor número de empregos no estado de São Paulo, totalizando 171.498 trabalhadores (MORCEIRO, 2018).

Em meio os setores apresentados, aquele com maior variação percentual, igual a 133% no período em questão foi o da Construção Civil, o qual gerou 292.500 empregos em 2004 e atingiu quase 697 mil empregos em 2014. Considerando o total de emprego formal no estado de São Paulo gerado nos setores da economia, a variação percentual entre 2004 e 2014 foi de 60%, passando de 8,6 milhões para 13,7 milhões, aproximadamente.

As remunerações médias por trabalhador nos diversos setores da economia para o estado de São Paulo entre 2004 e 2014 serão apresentados. Os valores da remuneração média por trabalhador foram calculados dividindo a remuneração média total de cada setor pelo número de trabalhadores nele. No setor Extrativo Mineral, onde houve um aumento de 55% no número de trabalhadores no período analisado, a remuneração média por trabalhador mais que triplicou em 2004 e 2014. Quando é feito o cálculo dos salários de acordo com as áreas da Economia Criativa, tem-se que, em quase todas as áreas, o salário médio mensal de acordo com o recorte ocupacional é superior ao salário de acordo com o recorte salarial, sendo a única exceção (COELHO, 2014).

Esse aumento significativo na remuneração média por trabalhador no setor Extrativo Mineral pode ser atribuído a uma combinação de fatores, como a valorização dos recursos naturais, a demanda crescente por produtos minerais e a necessidade de mão de obra qualificada para operar nesse setor. Essa tendência sugere uma valorização do trabalho nesse segmento específico da economia.

Em 2004, a remuneração média era próxima de 800 reais, enquanto em 2014 esse valor aumentou para cerca de 2.500 reais, representando um aumento superior

a 200%. Além disso, os setores de Serviços Industriais de Utilidade Pública e Administração Pública alcançaram as maiores remunerações médias por trabalhador em 2014, chegando a aproximadamente 3 mil reais. O nível educacional da população desempenha um papel significativo nas taxas de crescimento populacional. O estado de São Paulo se destaca pela ampla disponibilidade de escolas, faculdades técnicas, universidades estaduais, federais e privadas. A disponibilidade de instituições educacionais variadas permite que os trabalhadores adquiram as habilidades e qualificações necessárias para atuar em diferentes setores da economia, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico e social do estado (PASTERNAK, 2015).

Para compreender melhor essas informações, referentes ao nível de escolaridade dos trabalhadores nos diferentes setores da economia, as quantidades de trabalhadores foram alocadas em quatro categorias, isto é, Analfabeto, Ensino Fundamental (EF) Completo, Ensino Médio (EM) Completo e Ensino Superior (ES) Completo, no período entre 2004 e 2014. O número de funcionários, por setor, conforme as instruções Ensino Fundamental (EF) Incompleto, Ensino Médio (EM) Incompleto, Ensino Superior (ES) Incompleto e Mestrado e Doutorado, também entre 2004 e 2014 (AIELLO, 2014).

O setor de Extrativa Mineral apresentou as menores quantidades de funcionários analfabetos em comparação com outros setores entre 2004 e 2014. No entanto, apenas a partir de 2005 essa quantidade começou a diminuir, chegando a apenas 93 trabalhadores sem instrução em 2014. Por outro lado, o setor de Serviços teve as maiores quantidades de analfabetos, com cerca de 27 mil em 2004 e aproximadamente sete mil em 2014, quase quatro vezes menos (MILIAN, 2017).

Considerando o total de empregados, o setor de Extração Vegetal, Caça e Pesca teve a maior proporção de trabalhadores analfabetos, representando 2,2% do total de empregados. Nos setores de Indústria de Transformação, Construção Civil, Comércio, Serviços, Administração Pública e Agropecuária, o número de empregados com ensino fundamental completo aumentou ao longo do período analisado. O setor de Administração Pública se destacou, com 43% de seu vínculo empregatício composto por trabalhadores com ensino fundamental completo entre 2004 e 2014 (AIELLO, 2014).

Esses setores que compõem a Economia Criativa, conforme classificação divulgada pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2019),

juntamente com suas principais características, incluindo número de funcionários, remuneração média por trabalhador e nível de escolaridade dos funcionários por setor de atividade. Essas informações abrangem o período entre 2004 e 2014. Vale ressaltar que os números são uma média aproximadamente, e podem variar dependendo o ano.

#### 4.1 ECONOMIA CRIATIVA E O IMPACTO ECONÔMICO EM SÃO PAULO

Ao abordar sobre Economia Criativa e seu impacto econômico, primeiramente vamos entender que no Brasil, estudos preliminares conduzidos pela Fundação Seade indicam que, em 2006, havia aproximadamente 3,1 milhões de pessoas empregadas em atividades ligadas à Economia Criativa. Embora São Paulo represente cerca de 22% das ocupações do país, sua participação na Economia Criativa é de 36,1%. Além disso, a Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) concentra quase um quarto das ocupações na Economia Criativa brasileira. As principais fontes de informações utilizadas nessa Monografia foram:

- Relação Anual de Informações Sociais (Rais), mensura somente o emprego formal. A principal vantagem dessa fonte de dados é que ela possibilita desagregação das informações por município e seu principal problema é restringir a análise ao emprego formal.
- Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (Pnad) devido à restrição da análise dos dados obtidos pela Rais, que capta apenas o trabalho formal, buscou-se identificar, por meio das informações da PNAD, o comportamento das atividades relacionadas à Economia Criativa.
- Balanço de Transações Correntes do Brasil e Balança Comercial do Estado de São Paulo. O Ministério do Desenvolvimento, por meio do sistema aliceweb disponibiliza informações sobre a Balança Comercial (importações e exportações) do País e dos estados. As informações do Balanço do setor de serviços são organizadas e disponibilizadas pelo Banco Central do Brasil que disponibiliza somente informações para agregadas para o País, o que impossibilita estudo desagregado para o estado de São Paulo.

Essas fontes se demonstram importante para entender o conceito de economia de São Paulo. Antes de discutir a empregabilidade e as oportunidades nos setores da Economia Criativa, é importante esclarecer algumas questões sobre o seu impacto na

economia brasileira. Embora o país tenha registrado saldos comerciais e em transações correntes positivos a partir de 2004, os setores da Economia Criativa, tanto na balança comercial quanto no balanço de serviços, apresentaram déficits (AIDAR, 2023).

Ao contrário de países desenvolvidos, onde a Economia Criativa é um dos principais produtos de exportação, tanto o Brasil quanto o Estado de São Paulo são importadores líquidos de produtos e serviços ligados a esse setor. Para classificar as atividades da Economia Criativa, foram selecionados produtos da balança comercial com base na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) e serviços com base na classificação do Balanço de Pagamentos do Brasil (ELIAS, 2017).

Esses impactos econômicos podem incluir o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), a criação de empregos, o aumento da receita fiscal, o estímulo ao consumo, a atração de investimentos estrangeiros, o desenvolvimento de infraestrutura, o desenvolvimento regional, a promoção da inovação e do crescimento sustentável. Esses impactos podem variar dependendo do contexto específico de cada projeto ou iniciativa. Portanto, a análise foi realizada exclusivamente com informações oficiais provenientes de bases de dados do governo federal, disponibilizadas pelo Ministério do Desenvolvimento para a balança comercial brasileira (importações e exportações) e pelo Banco Central do Brasil para o balanço do setor de serviços. Enquanto a primeira permite a desagregação de informações para o estado de São Paulo, a segunda fornece apenas dados para o Brasil (GONÇALVES et al., 2019).

Em todas as esferas do governo, tem havido um aumento da atenção para o desenvolvimento da Economia Criativa. No âmbito federal, destacam-se ações como a criação da Secretaria da Economia, vinculada ao Ministério da Cultura, e a elaboração do Plano Nacional de Economia Criativa. Na esfera estadual, é notável a rede de instituições de ensino focadas na qualificação profissional, que também oferecem cursos na área criativa, como as ETECs, FATECs e o Programa Via Rápida Emprego. Além disso, há iniciativas voltadas para o setor tecnológico, como SPTec, RPITec e RPCITec, que se estendem a diversos municípios do estado. Na cidade em si, existem iniciativas associadas à Economia Criativa, como as atividades do Programa Redes e Ruas, VAI TEC (Programa de Aceleração e Incentivo a Negócios Sociais Inovadores) e da política Tech Sampa, entre outras (TEIXEIRA, 2013).

Apesar do aumento do foco estatal na implementação desses programas, projetos e políticas públicas, é difícil avaliar o impacto dessas ações na economia e na sociedade devido ao curto período de implementação. A expansão do número de empresas criativas em 69,1% entre 2004 e 2013 e o aumento de 0,5% na participação desse setor no Produto Interno Bruto do país refletem um crescimento significativo, porém, anterior ao fortalecimento do movimento, já que iniciativas diretas do governo federal, como o Plano de Economia Criativa e a Secretaria da Economia Criativa, surgiram apenas em 2011 e 2012, respectivamente (NASCIMENTO, 2015).

Isso sugere que ainda há potencial para um crescimento maior desses percentuais. Em relação à cidade de São Paulo, a transferência de atividades criativas e empregos formais para regiões menos valorizadas continua sendo um desafio. Com exceção do bairro da Barra Funda, na Zona Oeste, nenhuma das áreas destacadas na pesquisa está próxima ao centro, indicando uma tendência à concentração dessas atividades em regiões já desenvolvidas, a menos que haja uma intervenção estatal para promover sua distribuição mais equitativa (VERNEQUE, 2021).

Embora haja um grande potencial na região central da cidade de São Paulo, decorrente do aumento das atividades criativas, da presença de empreendedores do setor e da oferta de equipamentos culturais de qualidade, ainda existem oportunidades para impulsionar o desenvolvimento da Economia Criativa nesses distritos. Uma variedade de medidas pode ser considerada nesse sentido. Percebe-se uma necessidade de interlocução clara e objetiva entre as pastas públicas do município, como cultura, educação, segurança, transportes, e finanças, superando gestões e orientações políticas.

Ainda, identifica-se a falta de incremento a incentivos fiscais que atraiam novos empreendedores para a região central; a precariedade da divulgação das iniciativas institucionais da Prefeitura do município para ocupação do centro com atividades criativas; além da escassez de redes que efetivamente conectam empreendedores criativos, investidores privados, o Poder Público e a sociedade civil, permitindo encontros que auxiliem à amplificação do diálogo, das trocas e, finalmente, a concretização de ideias e de espaços físicos todos esses são problemas para a alavancagem do setor (COSTA, 2010).

Apesar da expansão expressiva da Economia Criativa e setores correlatos no município de São Paulo, o que demonstra que a cidade está em constante movimento,

ainda há espaço para alavancar iniciativas que potencializem essa expansão. Diante das potencialidades e vocações reconhecidas, dos conceitos-chave da área e da inspiração advinda do estudo de experiências mundo afora e em nosso próprio território, passamos a sopesar as alternativas possíveis para solucionar o problema avistado pela Prefeitura de São Paulo (MELO, 2016).

Deve ser realizado esforços para conectar programas já existentes, requalificar locais e infraestruturas, desenvolver uma estratégia de divulgação das ações em andamento, fomentar a cultura cidadã, ampliar a conexão e a colaboração entre as pessoas e democratizar e ampliar o acesso a novas tecnologias na cidade de São Paulo. É possível considerar que em um curto espaço de tempo seria inviável a realização de grandes obras estruturais ou que demandem grande esforço econômico e político, como foi o caso de Bilbao ou, nacionalmente, o caso do Porto Maravilha, no Rio de Janeiro (COSTA, 2010).

Embora os impactos de iniciativas desse tipo serem mais substanciais, também é mais desafiador incorporar propostas dessa natureza na agenda governamental, uma vez que os benefícios costumam se manifestar apenas a médio e longo prazo. Além disso, optar por investir quantias significativas em projetos de requalificação, culturais ou relacionados à criatividade durante períodos de desaceleração econômica é uma decisão arriscada para os gestores públicos (BISMARCHI, 2011).

Por essas mesmas razões, a concessão de incentivos fiscais ou isenções, como ocorreu no caso do Porto Digital e em outros polos setoriais brasileiros, também seria de difícil implementação. No entanto, é crucial refletir sobre a necessidade de estabelecer ações de médio e longo prazo para a região do Centro, a fim de consolidar as iniciativas de curto prazo e gerar as externalidades esperadas para a área.

Embora experiências como o High Line (Parque suspenso localizado numa secção elevada da Linha West Side, uma linha de caminho de ferro de Nova Iorque em desuso), em Nova Iorque, tenham sido bem-sucedidas, com parcerias público-privadas para financiamento e gestão dos projetos, observa-se que sua força reside mais na mobilização social do que na intervenção estatal direta. Em contrapartida, outras opções parecem mais viáveis. Por exemplo, após visitas exploratórias em São Paulo, é possível identificar diversas iniciativas já em andamento, porém várias delas pouco conhecidas ou subutilizadas pela população, e ainda não devidamente

integradas entre si. Portanto, a ideia de criar programas e projetos existentes na cidade parece ser algo alcançável a curto prazo (VALENÇA et al., 2012).

O uso de ferramentas como a internet, aplicativos, publicidade e propaganda pode ser útil nesse sentido, tanto para conscientizar os cidadãos quanto para promover as iniciativas para o público externo. Experiências de outras cidades, como Nova Iorque, Santiago e Florianópolis, portanto, a garantia não só de maior sustentabilidade, mas também de maior equidade no atual crescimento, passa necessariamente pelo fortalecimento da economia criativa. É ela que pode assegurar a criação de um ambiente inovador robusto, que permeie todos os setores da economia, gerando e impulsionando os instrumentos necessários para o fortalecimento do setor manufatureiro brasileiro, que tem perdido espaço tanto internamente, devido às importações, quanto no mercado internacional, frente a outros países exportadores (ALCÁNTARA, 2018).

Além disso, ao promover a economia criativa, é possível preservar e promover a diversidade cultural, incentivando a produção e o consumo de produtos e serviços que reflitam a identidade e os valores culturais de uma comunidade ou região. Portanto, investir no fortalecimento da economia criativa não é apenas uma estratégia econômica, mas também uma forma de promover o desenvolvimento humano e cultural de uma sociedade. Ao reconhecer e valorizar o potencial criativo de seus cidadãos, um país pode alcançar um crescimento econômico mais inclusivo e sustentável (MACHADO, 2014).

Setores tidos como tradicionais, como o têxtil, por exemplo, quando integrados e revigorados pela economia criativa, passam a adotar a construção de "ativos intangíveis" como uma estratégia competitiva, inovando tanto em design quanto em produtos, processos e materiais. Isso os torna segmentos dinâmicos, capazes de exportar, atrair investimentos, gerar empregos e resistir à dura concorrência internacional. As indústrias tradicionais deixam de ser vistas como tradicionais quando incorporam em seu dia a dia o desenvolvimento de novos processos e produtos, novos materiais e design (CARVALHO et al., 2022).

Setores tão diversos quanto financeiro, automobilístico, de cosméticos, calçadista e têxtil encontram, na economia criativa, um denominador comum que, se trabalhado em conjunto, tem o poder de impulsionar a capacidade de criação de bens

intangíveis. Estes, no mundo cada vez mais "commoditizado", são os únicos capazes, por meio da diferenciação, de gerar riqueza e garantir crescimento.

Além disso, é fundamental promover a criação de um ambiente propício, onde não se restrinja apenas à ciência e tecnologia, mas se expanda para a utilização dos benefícios da inovação em todos os setores. Um ambiente onde, a geração de valores por meio do capital intelectual, se difundam e estimulem diversos segmentos da economia, capacitando-os para enfrentar os novos desafios que surgirão inevitavelmente. Somente por meio da economia criativa é possível encarar o desafio de tornar todas as cidades e indústrias criativas (MACÊDO et al., 2016).

Assim, para que seja possível promover o campo da Economia Criativa é necessário, portanto, integrá-lo às várias iniciativas que são desenvolvidas nos territórios, garantindo a participação e o envolvimento das populações locais e comunidades tradicionais. O modelo de crescimento econômico regional propiciaria alternativas para a expansão do mercado interno da região. Entretanto, é sempre necessário tomar o cuidado com a massificação excessiva e a perda de valores simbólicos.

## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho abordou sobre o surgimento da Economia Criativa até os dias de hoje, diversos países têm demonstrado um interesse crescente nesse tema, visando impulsionar o crescimento econômico e atrair mais investimentos. Para os países industrializados, o crescimento econômico demanda setores que apresentem taxas de crescimento acima da média do PIB, e as indústrias criativas surgiram como um dos segmentos mais dinâmicos da economia global.

Além disso, essas indústrias têm um potencial significativo para impulsionar as economias em níveis nacional, regional e municipal, gerando empregos, renda e promovendo o desenvolvimento. No Brasil, a Economia Criativa está presente em todo o território, com destaque para o estado de São Paulo, que abriga um grande número de empresas e trabalhadores nesse setor. Nos últimos 10 anos, a participação da Economia Criativa no emprego formal do estado tem aumentado constantemente.

O número de trabalhadores empregados nos segmentos criativos cresceu anualmente, passando de 348 mil em 2004 para 631 mil em 2014. Além disso, a renda gerada por esses segmentos mostra um crescimento estável, com uma média acima de outros setores da economia. Os profissionais criativos tendem a ter uma qualificação técnica mais alta, o que se reflete em um rendimento médio por trabalhador superior à média de outros setores. Em relação à composição de gênero, os segmentos criativos não diferem dos demais setores da economia, com predominância masculina em suas fileiras.

Contudo, nos países subdesenvolvidos, as oportunidades de criação de valor, expansão de empregos, avanço tecnológico e desenvolvimento dos setores criativos esbarram, quase via de regra, em obstáculos como a falta de investimento, falta de capacitação empreendedora e infraestrutura inadequada para apoiar o crescimento das indústrias criativas. Como resultado, segundo a UNCTAD, o acesso aos benefícios do crescimento da Economia Criativa global é limitado nesses países.

O trabalho também aborda o contexto da UNESCO, que desempenha um papel importante no reconhecimento e promoção da Economia Criativa como um vetor de desenvolvimento sustentável, inclusivo e culturalmente enriquecedor. A organização reconhece que as indústrias criativas, que abrangem setores como design, artesanato, música, cinema, literatura e software, têm um potencial significativo para

impulsionar o crescimento econômico, promover a diversidade cultural e gerar empregos.

O grande potencial transformador da Economia Criativa, dado seu com inúmeras atividades industriais e de serviços e seu forte potencial de geração de emprego e renda, fez dela um instrumento privilegiado na proposição e implementação de políticas públicas. Entre elas destacam-se desde incentivos fiscais até renovações completas de grandes centros urbanos deteriorados, passando pela recuperação de parques industriais decadentes, formação de clusters criativos, intercâmbio cultural, promoção de grandes eventos, estímulo ao empreendedorismo e estímulo às exportações de bens e serviços culturais.

A influência da Economia Criativa é evidente em qualquer economia, especialmente no estado de São Paulo, e tende a aumentar ao longo do tempo. Com a globalização e a adoção de novas tecnologias que possibilitam o desenvolvimento comercial de produtos criativos, a tendência é focar na expansão do mercado, garantindo o dinamismo dos setores criativos mencionados anteriormente.

## REFERÊNCIAS

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo - coleção debates em administração**. Cengage Learning, 2023.

AIELLO, Jéssica Vergara. **Economia criativa no Estado de São Paulo: sua importância no desenvolvimento econômico**. 2014.

ALCÁNTARA, MANUEL; MONTERO, MERCEDES GARCÍA. **Comunicación y nuevas tecnologías**. Madrid: Ediciones, 2018.

ANTONINI, João Paulo Queiroz. **A competição capitalista discutida: o desenvolvimento de Celso Furtado e as economias solidária e do conhecimento**. 2022.

AUSTRÁLIA. **Creative Nation: commonwealth cultural policy**. Ovolo Nishi: Austrália Department of Communications and the Arts, 1994. 120 p.

BISMARCHI, Luis Felipe. **Sustentabilidade e inovação no setor brasileiro da construção civil: um estudo exploratório sobre a implantação da política pública baseada em desempenho**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2006: Retrato das mudanças sociais**.

Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível

em: [https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2139:catid=28&Itemid=23](https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2139:catid=28&Itemid=23). Acesso em: 02 maio 2024.

BRASIL. Ministério da Economia. **Secretaria Especial de Previdência e Trabalho. Relação Anual de Informações Sociais - RAIS 2006**. Disponível em:

<http://www.rais.gov.br/sitio/index.jsf>. Acesso em: 02 maio. 2024.

BRASIL, UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Educação: um tesouro a descobrir. Relatório para UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI**. Tradução Guilherme João de Freitas Teixeira. Brasília, DF, 2010.

CAUZZI, Camila Lohmann. **Indústrias criativas e novas tendências do mercado de trabalho: uma análise do modelo britânico**. 2016.

CENTENO, Alison Ribeiro; FALCETTA, Flávio Paim. **Economia criativa e indústrias culturais: Histórico e propriedades**. Revista da Graduação, v. 8, n. 2, 2015.

COELHO, Luiza Lavocat Galvão de Almeida. **Custo do trabalho ampliado na cadeia produtiva de confecção de uniformes profissionais do Distrito Federal**. 2014.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. BOD GmbH DE, 2020.

CORÁ, Maria Amelia Jundurian et al. **Do material ao imaterial: patrimônios culturais do Brasil**. 2011.

COSTA, Leonardo; MELLO, Ugo; JULIANO, Viviane Fontes. **Avaliação da área de formação em organização da cultura: apenas ações ou uma política estruturada?**. Políticas culturais no governo Lula, v. 1, p. 67-85, 2010.

CUNHA, Marusa Hitaly da Silva. **Indústrias criativas: um estudo no setor da gastronomia**. 2019.

DE MOURA BASTOS, Gustavo. **O contributo da rede de cidades criativas para o desenvolvimento sustentável: o caso de Brasília, cidade do design**. 2022.

DO BRASIL, Receita Federal. **Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)**. 2011.

ELIAS, Frank Pavan. **A balança comercial brasileira: uma análise por intensidade tecnológica**. 2017.

IBGE, Censo. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE. **Senso Demográfico**, 2000.

FECOMÉRCIO, S. P. Índice de criatividade das cidades. **Fecomércio SP**, 2012.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. 2019.

FEIJÓ, José Roberto de Oliveira. **Economia do conhecimento e educação: a fabricação do sujeito microempresa como modo de existência**. 2016.

FERNANDEZ, R. S. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento regional: o caso do Grande ABC Paulista. 2014**. 2014. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas e Sociais)–Universidade Federal do ABC–UFABC, Santo André.

GARCIA, Sandro Ruduit. Economia criativa e suas tendências em Porto Alegre. **Estudos de sociologia (Recife). Recife, PE. Vol. 24, n. 1 (2018), p. 117-143**, 2018.

GARCIA, Aline da Luz. **Cenário da economia criativa na cidade de Pelotas/RS: uma análise sob a ótica do sistema de capitais**. 2022. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pelotas.

GONÇALVES, Rogério da Cruz et al. **Uma análise econômica do modelo de desenvolvimento regional Zona Franca de Manaus**. 2019.

HOWKINS, J. **The Creative Economy – How people make Money from ideas**. Londres: Penguin Books, 2001.

KUHN, Sérgio Luiz et al. **A economia criativa nos municípios periféricos da região Oeste do Paraná**. 2014.

LESKE, Ariela Diniz Cordeiro. **Inovação e políticas na indústria de defesa brasileira**. **Universidade Federal do Rio de Janeiro**, 2013.

MACÊDO, Larissa Sarmiento et al. **O sistema de inovação da Universidade Federal de Uberlândia da geração de conhecimento à transferência de tecnologia**. 2016.

MACHADO, Richard. **A economia criativa e o design: uma análise do desenvolvimento e das potencialidades deste na cadeia produtiva da economia brasileira**. 2014.

MAIMON, Dalia; CARVALHO, Cristine; AFONSO, Rita. **Economia criativa enquanto tecnologia social: um estudo de caso da favela da mangueira, rio de janeiro**. 2021.

MELO, Gabriel B.; PAIVA, Guilherme Leite. **Desenvolvimento e potencial de clusters criativos para as cidades médias brasileiras**. *Nova Economia*, v. 26, p. 1287-1316, 2016.

MEROE, Giuliano Piccioni Silvestre de et al. **Dinâmica de transição da economia industrial para a economia do conhecimento e a utilização da inovação aberta no contexto brasileiro**. 2011.

MESSIAS, Fernanda Bocorny. **O pentagrama da sustentabilidade na visão da economia criativa: um estudo da economia criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil**. 2018.

MIGUEZ, Paulo. **Economia criativa: uma discussão preliminar. Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, p. 95-113, 2007.

MILIAN, Guilherme Amelio. **Índice-síntese de trabalho decente: uma comparação entre regiões metropolitanas (2005-2014)**. 2017.

MORCEIRO, Paulo César. **A indústria brasileira no limiar do século XXI: uma análise da sua evolução estrutural, comercial e tecnológica**. 2018. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

MOTTA, Patrícia Loise Fernandes. **A candidatura a cidade criativa da UNESCO: estudo exploratório sobre os casos de Curitiba (Brasil) e Matosinhos (Portugal)**. 2019. Tese de Doutorado.

NASCIMENTO, Patrícia Danielle Gomes do; DOMINGOS, Renata Cristina Navarro; LELLIS, Renata Facchini. **Desenvolvimento do cluster de economia criativa na área central da cidade de São Paulo**. 2015. Tese de Doutorado.

NEWBIGIN, John. **A Economia Criativa: Um Guia Introdutório**. Reino Unido: **British Council**, 2010.

OUTLOOK, Creative Economy; PROFILES, Country. Trends in international trade in creative industries. **United Nations publication. UNCTAD**, 2018.

PACHECO, Adriano Pereira de Castro. **A economia criativa e os pontos de cultura: uma agenda de cooperação para o desenvolvimento local**. 2016.

PAGLIOTO, Barbara Freitas. **A singular mediação entre cultura e economia: economia criativa como estratégia de desenvolvimento**. 2015.

PASTERNAK, Suzana. **São Paulo: transformações na ordem urbana**. Letra Capital Editora LTDA, 2015.

PIRES, Vladimir Sibylla; ALBAGLI, Sarita. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, p. 109-122, 2012.

RAHMAN, Kazi Mahmudur et al. **United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) XII: Outcomes and Subsequent Priorities for Bangladesh and other LDCs**. Centre for Policy Dialogue (CPD), 2008.

RANGEL, Rodolpho da Cruz et al. **A dinâmica informacional nos processos de inovação dos empreendimentos da economia criativa: o caso da incubadora “Rio Criativo”**. 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas**. Editora SESI-Serviço Social da Indústria, 2015.

RIBEIRO, Andrea Cristina Pires de Azevedo Pinto. **Gestão do Conhecimento: uma abordagem estratégica dos processos, da informação e do conhecimento nas organizações públicas**. 2015. Dissertação de Mestrado.

SANTOS, Patrícia Matos dos. **Nômades digitais: um estudo etnográfico sobre trabalho móvel contemporâneo e estilo de vida**. 2020.

SILVA, António Oliveira da. **Estratégias para construir cidades resilientes**. 2018. Dissertação de Mestrado.

SOUZA, Ligia Carla de Lima. **Inserção do bordado no segmento moda-vestuário no Ceará: uma análise institucional no campo da economia criativa**. 2015.

TEIXEIRA, Amanda Wanis. **Cidades criativas: a construção de um ideário e sua influência na cidade do Rio de Janeiro**. 2013.

TONIOL, Ana Paula Nobile. **O Fast-Fashion no Brasil (1990-2015): uma abordagem a partir da Economia Criativa**. 2022. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. Creative economy report 2010. **Creative economy: a feasible development option**. U.N., 2010.

UNESCO. **How to apply to UNESCO's Creative Cities Network?**, 2008.

UNESCO. **10 Things to know about Berlin UNESCO City of Design**, 2009.

UNESCO, Ich. **Textos básicos da convenção de 2003 para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. 2020.

UNESCO. **UNESCO Creative Cities Network for sustainable development**, 2020

VALENÇA, Márcio Moraes et al. **Intervenções urbanas em espaços de desvalia. Transformar para valorizar**. 2012.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. **Tecnologia, informação e poder: das plataformas online aos monopólios digitais**. 2020.

VERNEQUE, Dayane Oliveira. **Os movimentos artísticos do Grajaú: expressão territorial periférica em São Paulo, SP**. 2021.