

Fatores de Influência Socioeconômicos da Indústria Cultural e Criativa no Brasil

MANOELA PASTOR DOS SANTOS

ESCOLA POLITÉCNICA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

GUIDO MUZIO CANDIDO

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - ESCOLA POLITÉCNICA

FATORES DE INFLUÊNCIA SOCIOECONÔMICOS DA INDÚSTRIA CULTURAL E CRIATIVA NO BRASIL

1. INTRODUÇÃO

O conceito de economia criativa e seu estabelecimento como uma disciplina de estudo ganhou expressão e relevância a partir dos anos 2000. Economia criativa é o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços, guardando estreita relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual (OLIVEIRA et. al, 2013). O Governo Federal estabelece em 2010 a Secretaria Especial de Economia Criativa (SEEC) no Ministério da Cultura com o objetivo de criar políticas públicas de incentivos e fomentos à esta nova economia, a qual consiste em vinte (20) setores diferentes, desde a produção de *video games*, ou jogos eletrônicos à gastronomia (OESP, 2019). Em outros países, esse assunto é de responsabilidade de pastas governamentais tais como o Ministério de Desenvolvimento ou até mesmo o de Turismo.

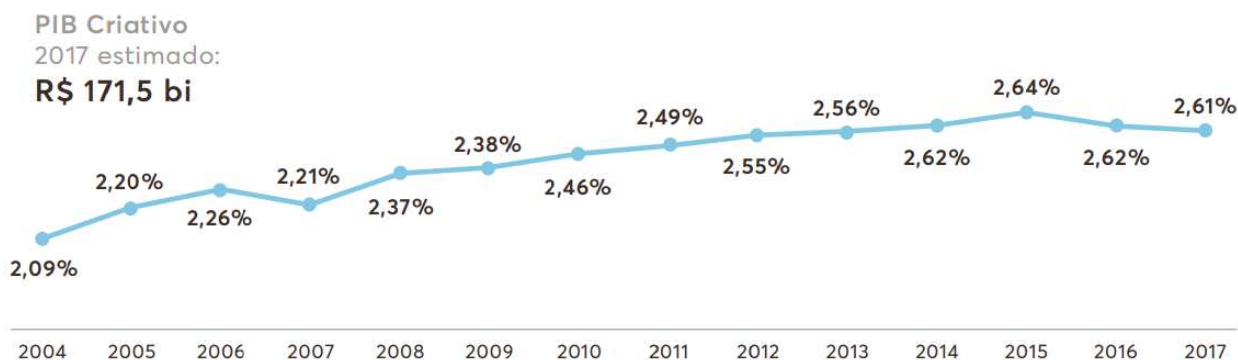
As atividades culturais e criativas são vocações da sociedade brasileira e constituem um setor dinâmico da economia e da vida social do país. Elas apresentam elevado impacto sobre a geração de renda, emprego, exportação, valor agregado e arrecadação de impostos. Têm ainda uma influência crescente no dia a dia dos cidadãos, contribuindo decisivamente para a formação e a qualificação do capital humano e para o reforço de elos indenitários. São também importantes para o crescimento de outros setores e atividades, como turismo, tecnologia e telecomunicações. Constituem, portanto, um viés de promoção de desenvolvimento. Cultura gera renda, gera emprego, gera inclusão, gera desenvolvimento (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2019). Sendo assim, a dimensão da economia criativa encontra-se incluída nas iniciativas da SEEC, que se posiciona de forma alinhada à realidade nacional. As atividades culturais e criativas geram 2,64% do PIB brasileiro e são responsáveis por mais de um milhão de empregos formais diretos, conforme estudo da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Há no setor cerca de 250 mil empresas e instituições atuantes na economia criativa (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2019). O setor viveu uma década próspera recentemente, com quase o dobro de crescimento em comparação com os demais setores da economia brasileira. Segundo uma pesquisa da FIRJAN de 2014, o avanço da economia criativa chegou a 69,8% entre 2003 e 2013, acima dos 36,4% de crescimento do PIB nacional no mesmo período. Não há dados mais recentes, mas especialistas dizem que essa tendência de expansão se mantém (OESP, 2019).

1.1 Macro Visão da Economia Criativa no Brasil

O relatório emitido pela FIRJAN (2019), sobre o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, apresenta o desempenho econômico da Indústria Criativa do Brasil entre os anos de 2015 a 2017. O relatório destaca a divisão de 13 segmentos criativos - considerando suas afinidades setoriais – agrupados em quatro grandes áreas criativas: consumo (*design*, arquitetura, moda e publicidade & *marketing*), mídias (editorial e audiovisual), cultura (patrimônio e artes, música, artes cênicas e expressões culturais) e tecnologia (P&D, pesquisa e desenvolvimento, biotecnologia e TIC, tecnologias da informação e comunicação).

Ainda com relação ao cenário econômico, o relatório demonstra que nos últimos anos a Indústria Criativa manteve-se estabilizada no que diz respeito à participação do “PIB Criativo” no “PIB Brasileiro”, ou seja, a Indústria Criativa manteve desde 2014 uma participação em torno de 2,62% a 2,64% no Produto Interno Bruto – PIB nacional, totalizando assim em 2017 um valor equivalente a R\$ 171,5 bilhões, conforme mostrado no Figura 1 (FIRJAN, 2019).

Figura 1 - Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2017.

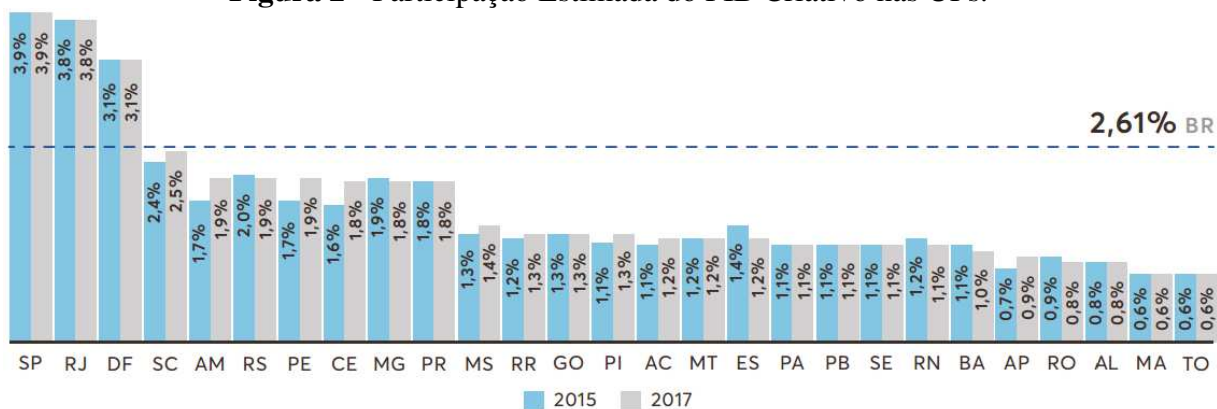


Fonte: FIRJAN, 2019.

Comparando os resultados apresentados no relatório da FIRJAN (2019) sobre os setores com atuação em economia criativa é possível observar forte dinamismo econômico, cuja participação no PIB supera setores tradicionais de atividade econômica nacional, como a indústria extrativa (R\$ 78,77 bilhões) e a produção e distribuição de eletricidade, gás, água, esgoto e limpeza urbana (R\$ 103,24 bilhões).

Considerando ainda os dados imputados no relatório, é importante mencionar que os estados de São Paulo e Rio de Janeiro são indicados como os estados mais representativos do mercado de trabalho criativo, conforme mostrado no Figura 2.

Figura 2 - Participação Estimada do PIB Criativo nas UFs.



Fonte: FIRJAN (2019)

1.2 Objetivos

Este trabalho tem como objetivo analisar os fatores de influência socioeconômicos das atividades relacionadas com a Indústria Cultural e criativa no Brasil de forma geral, e mais especificamente em estados com grandes metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro. A pesquisa, de forma qualitativa, aborda quais são as principais atividades desenvolvidas na indústria denominada cultural e criativa nessas regiões e de que forma essas atividades impactam socioeconomicamente o desenvolvimento local, principalmente através dos indicadores do PIB e IDH. Com base na pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de Indústria Cultural e indústria criativa, dados sócios econômicos dos indicadores governamentais do Brasil como um todo e nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, este trabalho descreve como esta economia criativa se apresenta e influencia a economia do país verificando quais são elas, suas características e os desdobramentos originados por essas atividades.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são apresentados os conceitos-base aplicados na proposta do trabalho, tal como uma definição para indústria cultural, economia criativa e indústria criativa. São apresentadas neste capítulo as definições de indústria cultural e economia criativa.

2.1 Indústria Cultural

Para a UNCTAD (2010), *United Nations Conference on Trade and Development*, ou Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, as indústrias culturais, conforme definido pela UNESCO, *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, ou Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, são consideradas como as indústrias que “combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais por natureza. Estes conteúdos são tipicamente protegidos por direitos autorais e podem assumir a forma de bens ou serviços”. Um aspecto importante das indústrias culturais, de acordo com a UNCTAD (2010), é que elas são “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia de acesso democrático à cultura”. Essa dupla natureza – combinando o cultural e o econômico – dá às indústrias culturais um perfil distinto (OLIVEIRA et al, 2013).

Da mesma forma, em países como a França, por exemplo, as indústrias culturais foram recentemente definidas como um conjunto de atividades econômicas que combinam as funções de criação, concepção e produção de cultura com mais funções industriais em grande escala e comercialização de produtos. O termo Indústrias Criativas é de origem relativamente recente, pois, conforme Cunningham (2002) o termo surge na Austrália em 1994 com o lançamento do relatório *Creative nation: commonwealth cultural policy*, ou Nação criativa: política cultural da riqueza comum. Houve maior exposição do tema em 1997, quando os formuladores de políticas públicas no Departamento de Cultura, Mídia e Desporto (DCMD) do Reino Unido cria a Força Tarefa das Indústrias Criativas. A partir de então a designação de “indústrias criativas” se desenvolve e amplia o âmbito das indústrias culturais para além das artes e marca uma mudança na abordagem a potenciais atividades comerciais que até recentemente eram consideradas puramente culturais ou predominantemente de entretenimento em termos não econômicos.

2.2 Economia Criativa

Economia criativa é um conceito em evolução, e ao redor do mundo são apresentadas diferentes definições e formas de mensuração e caracterização. Howkins (2001) afirma que a economia criativa recai sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia. Assim, economia criativa é o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços. Esta forma permite caracterizar economia criativa como uma disciplina distinta da economia da cultura, que guarda grande relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual numa mesma dimensão, e tem relações de transbordamento muito próximo com o turismo e o esporte. Na pesquisa realizada por Voguel (2001) é explorada o tema do sistema de produção das indústrias culturais e a sua relevância para a economia. Do ponto de vista econômico, a economia criativa é um conjunto de segmentos dinâmicos, cujo comércio mundial cresce a taxas mais elevadas do que a economia tradicional, independentemente da forma de mensuração. Produtos e serviços baseados em criatividade e conhecimento têm elasticidade-renda elevada, e mesmo durante a crise seu comércio mundial não foi tão negativamente afetado conforme esperado e segundo relatado em Howkins (2001).

A economia criativa promove a diversificação econômica, de receitas, de comércio e inovação, e pode se relacionar, de forma simbiótica, com as novas tecnologias, notadamente as

tecnologias de informação e comunicação. Iniciativas baseadas na abordagem de economia criativa podem promover a revitalização de áreas urbanas degradadas, ou mesmo o desenvolvimento de áreas rurais com herança de patrimônio cultural (OLIVEIRA et al., 2013). A economia criativa – que inclui os produtos audiovisuais, o *design*, os novos meios de informação, as artes do espetáculo, a produção editorial e as artes visuais – é um dos setores da economia de mais rápida expansão mundial. Além disso, o setor é altamente transformador em termos de produção de ingressos, de criação de emprego e de ganhos obtidos na exportação: entre 2002 e 2011, as exportações de bens procedentes da economia criativa aumentaram em uma média anual de 12,1% nos países em desenvolvimento (UNESCO, 2013).

A “economia criativa”, de acordo com UNCTAD (2010), é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento econômico e o desenvolvimento. As principais características são:

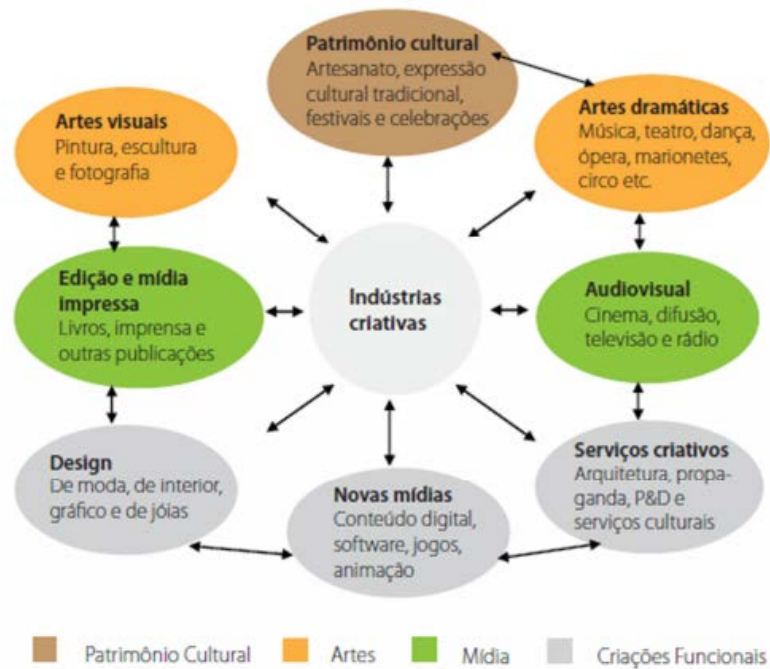
- Pode promover geração de renda, criação de empregos e ganhos com exportação promovendo a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano;
- Abrange aspectos econômicos, culturais e sociais, interagindo com os objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- É um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento com um desenvolvimento dimensão e ligações transversais nos níveis macro e micro à economia em geral;
- É uma opção de desenvolvimento viável que exige respostas políticas inovadoras e multidisciplinares e ação interministerial; e
- No cerne da economia criativa estão as indústrias criativas.

Em relação ao mercado de trabalho e seus aspectos sociais e econômicos as ocupações criativas tendem a pagar melhores salários e têm sido associados a empregos de melhor qualidade, níveis de satisfação acima das ocupações de rotina, por conta do compromisso e senso de envolvimento cultural e criativo. Além disso, sabe-se que iniciativas culturais de base que promovem a inclusão social podem ser potencializadas a partir da abordagem da economia criativa, e que o desenvolvimento de certas indústrias criativas pode reduzir disparidades de gênero, uma vez que muitas mulheres trabalham na produção de artesanato, moda e áreas afins (OLIVEIRA et al., 2013).

2.3 Indústria Cultural e Criativa

Segundo R. Florida (2002) as variáveis usadas na classe criativa são: Tecnologia, Talento e Tolerância. Os "3 T's" não criam criatividade, cidades criativas ou trabalhadores, eles são simplesmente postulados como fatores de atração (ou proximidades a eles). A classe criativa é definida como aquelas cujas ocupações variam de artistas e *designers* de *software* (o "núcleo super-criativo") até à especialistas em gerenciamento e jurídicos (os "profissionais criativos"). R. Florida (2002) argumenta que essas ocupações são os "ímãs" para os quais as empresas de telefonia móveis, de alta tecnologia e de alto crescimento são atraídas. Por sua vez, argumenta-se que o que atrai as pessoas que povoam essas ocupações críticas é tolerante, ou comunidades liberais, e ambientes de trabalho mais um espaço de consumo boêmio. Para o conceito de indústria criativa, a UNCTAD (2010) propôs um modelo que define as Indústrias Criativas como ferramenta orientativa de política pública, agrupando-as em grupos, conforme mostrado na **Figura 3** (PACHECO; BENINI, 2015).

Figura 3: Classificação da UNCTAD para modelo de Indústrias Criativas.



Fonte: UNCTAD (2010) apud Pacheco e Benini (2015).

Caves (2001), em seu livro sobre indústrias criativas, identifica quais são os diversos campos que caracterizam as atividades criativas e a economia decorrente desse setor. De forma geral o autor considera como indústrias criativas àquelas que produzem bens e serviços que são compostas por elementos artísticos e criativos de alguma maneira. O modelo adotado de Indústrias Criativas para a análise proposta neste artigo é o da UNCTAD (2010), também utilizado pelo Ministério da Cultura no Brasil, em decorrência da estrutura proposta que contempla a quase totalidade dos *clusters* criativos do Brasil. Pelo modelo, é possível identificar as indústrias ou setores criativos em quatro grandes grupos (OLIVEIRA et al., 2013, apud PACHECO; BENINI, 2015):

Patrimônio: o patrimônio cultural é identificado como a origem das artes e o cerne das indústrias culturais e criativas, o ponto de partida para esta classificação. Reúne aspectos culturais, dos pontos de vista histórico, antropológico, étnico, estético e social, e influencia a criatividade, dando origem a uma série de bens e serviços do patrimônio, bem como atividades culturais. O grupo, por sua vez, subdivide-se em: expressões culturais tradicionais e sítios culturais;

Artes: este grupo inclui as indústrias criativas baseadas puramente em arte e cultura. A obra artística é inspirada no patrimônio, identidade de valores e no sentido simbólico. Este grupo abrange as artes visuais e performáticas;

Mídia: este grupo abrange dois subgrupos de mídia que produzem conteúdo criativo, com o objetivo de gerar comunicação com o grande público: Publicações e mídia impressa e audiovisual;

Criações funcionais: este grupo agrega atividades que são mais orientadas à demanda e atividades de criação de bens e serviços com fins funcionais. Está dividido nos seguintes subgrupos: design e novas mídias.

2.3.1 Atividades Desenvolvidas na Indústria Cultural e Criativa

Na bibliografia é possível encontrar uma variedade de características para os produtos e

serviços que englobam a Indústria Cultural e Criativa, não havendo limites para a produção cultural e nem há uma determinação de ordem de importância, insumos e recursos utilizados (BENDASSOLLI et al., 2009). A FIRJAN, em estudo publicado em 2019 traz as definições das atividades que constituem a Indústria Cultural e Criativa, conforme demonstrado da **Tabela 1**:

Tabela 1 - Indústria Criativa: áreas de consumo.

INDÚSTRIA CRIATIVA (NÚCLEO)			
Consumo	Cultura	Mídias	Tecnologia
Publicidade & Marketing: Atividades de publicidade, marketing, pesquisa de mercado e organização de eventos.	Expressões Culturais: Artesanato, folclore, gastronomia.	Editorial: Edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital.	P&D: Desenvolvimento experimental e pesquisa em geral exceto biologia.
Arquitetura: Design e projeto de edificações, paisagens e ambientes. Planejamento e conservação.	Patrimônio & Artes: Serviços culturais, museologia, produção cultural, patrimônio histórico.	Audiovisual: Desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão.	Biotecnologia: Bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais
Design: Design gráfico, multimídia e de móveis	Música: Gravação, edição e mixagem de som; criação e interpretação musical.		TIC: Desenvolvimento de softwares, sistemas, consultoria em TI e robótica.
Moda: Desenho de roupas, acessórios e calçados e modelistas.	Artes Cênicas: Atuação; produção e direção de espetáculos teatrais e de dança.		

Fonte: Adaptado de FIRJAN (2019).

É importante observar que pelas definições da FIRJAN (2019) diferente dos autores Oliveira et al., 2013, apud Pacheco e Benini, 2015 que definem que a Indústria Cultural e Criativa é composta basicamente pelos setores: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais, a FIRJAN (2019) menciona de forma bem mais ampla que ela é composta pelas áreas de consumo, cultura, mídias e tecnologia, que são compostas por: publicidade e *marketing*, ou mercado, arquitetura, *design* ou estilo, moda, expressões culturais, patrimônio e artes, música, arte cênicas, editorial, audiovisual, *P&D*, biotecnologia e TIC. No estudo realizado pela FIRJAN (2019) há também uma classificação do que são saídas das atividades da Indústria Cultural e Criativa relacionados aos fins industriais e serviços, conforme a Tabela 2 abaixo:

Tabela 2 - Indústria Criativa: atividades relacionadas.

ATIVIDADES RELACIONADAS			
Indústrias		Serviços	
- Materiais para publicidade;	- Equipamentos de informática;	- Registro de marcas e patentes;	- Livrarias, editoras e bancas de jornal;
- Confecção de roupas;	- Equipamentos eletrônicos;	- Serviços de engenharia;	- Suporte técnico de TI;
- Aparelhos de gravação e transmissão de som e imagens;	- Cosmética;	- Distribuição, venda e aluguel de mídias audiovisuais;	- Operadoras de televisão por assinatura.
- Impressão de livros, jornais e revistas;	- Produção de Hardware;	- Comércio varejista de moda, cosmética, artesanato;	
- Instrumentos musicais;	- Equipamentos de laboratório;		
- Metalurgia de metais preciosos;	- Fabricação de madeira e mobiliário.		
- Curtimentos e outras preparações do couro;			

Fonte: Adaptado de FIRJAN (2019).

Outro ponto exposto pelo mesmo estudo é a questão do apoio necessário para a Indústria Cultural e Criativa, ou seja, quais outras indústrias que acabam tendo sua economia sendo fomentada pelas atividades realizadas pela Indústria Cultural e Criativa, como exposto na **Tabela 3**.

Tabela 3 - Indústria Criativa: apoio.

APOIO			
<ul style="list-style-type: none"> - Construção Civil: Obras e serviços de edificação. - Indústria e Varejo de Insumos, Ferramentas e Maquinário. - Tecelagem. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitação técnica: Ensino universitário, unidades de formação profissional. - Telecomunicação 	<ul style="list-style-type: none"> - Representação Comercial - Comércio: Aparelho de som e imagem, instrumentos musicais; moda e cosmética em atacado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos - Serviço de tradução - Agenciamento de Direitos Autorais

Fonte: Adaptado de FIRJAN (2019).

Visto que a Indústria Cultural e Criativa se mostra relevante não só economicamente, mas também para o desenvolvimento e aprendizagem de uma sociedade, conforme os autores Flach e Antonello (2011) abordam uma discussão sobre a Indústria Cultural e criativa é importante, complexa e oportuna, apesar de estudos sobre o assunto ainda serem mais básicos e nebulosos. A Indústria Cultural e Criativa vem crescendo e se mostrando relevante para a sociedade, grandes organizações como a UNESCO (2019) e a FIRJAN (2019), por exemplo, elaboram e publicam relatórios periódicos sobre as atividades, impactos e resultados relacionados a Indústria Cultural e Criativa. A UNESCO (2019) coloca as atividades da Indústria Cultural e Criativa como uma forma alternativa de impulsionar o desenvolvimento da sociedade, especialmente relacionado à atividades econômicas que são diferenciais provenientes das características de determinadas localidades geográficas.

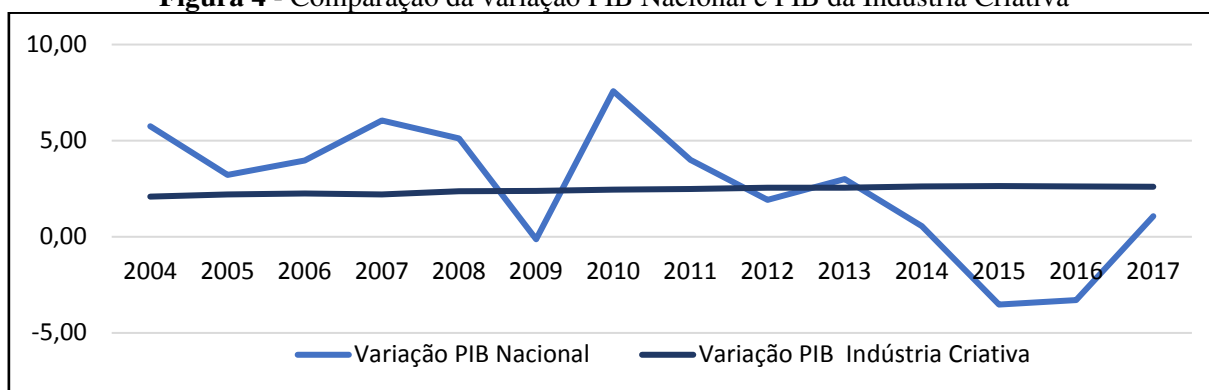
3. A ECONOMIA CRIATIVA NACIONAL E NOS ESTADOS DE SÃO PAULO E DO RIO DE JANEIRO

Esta pesquisa classifica-se como descritiva e documental. Descritiva, pois se baseia inicialmente em referenciais teóricos relacionados aos constructos Indústria Cultural e Criativa, Economia e Desenvolvimento; e documental por pesquisar dados setoriais e indicadores do tema em sítios eletrônicos de órgãos públicos. E para pesquisa, neste trabalho é utilizado como estudo de caso o cenário da economia do Brasil e de forma mais específica são analisados os estados do Rio de Janeiro e São Paulo, que são hoje estados de maior referência no Brasil não só economicamente, mas também por serem grandes centros populacionais e por existir grande diversidade de atividades das indústrias culturais desenvolvidas nestes locais (Pratt, 1997). Os estados de São Paulo e Rio de Janeiro seguem como os mais representativos do mercado de trabalho criativo. Entre os paulistas, cerca de 330 mil vínculos estavam na Indústria Criativa, enquanto, entre os fluminenses, esse número ficou em 88,9 mil. Dessa forma, ambos os estados, juntos, responderam por exatamente 50% dos empregos criativos do país (FIRJAN, 2019).

Para captação dos dados sócios econômicos são utilizadas plataformas oficiais, com dados disponibilizados pelo governo brasileiro. Uma importante plataforma analisada inicialmente foi a do IBGE, onde são disponibilizados resultados de pesquisas realizadas com amostras balanceadas da população brasileira para assim obter uma maior diversidade de informações que reflita de forma coerente os dados estatísticos da população brasileira como um todo. Outra plataforma de dados governamentais utilizadas foi a da FIRJAN, que publicou em 2019 um relatório com diversos dados estatísticos sobre os resultados da Indústria Cultural e Criativa no Brasil.

Após a obtenção destes dados, os mesmos são analisados para que informações equivalentes da economia criativa pudessem ser analisadas e comparadas, e assim verificadas a correlação entre os resultados da Indústria Criativa e o cenário econômico, tanto no Brasil, quando nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Além disso, é avaliado também como a Indústria Cultural e Criativa atua no Brasil e mais especificamente nesses dois estados a fim de confirmar possíveis discrepâncias e especificidades dessas duas localidades em relação aos produtos e serviços deste setor quando comparadas com os demais estados do país. Um fator importante da economia de um país, avaliado para medir o seu crescimento é o PIB – Produto Interno Bruto. Logo, para uma análise inicial são obtidos nos sítios eletrônicos de órgãos públicos os dados relacionados à variação do PIB e a variação da participação da Indústria Cultural no PIB nacional de 2004 a 2017. Nessa perspectiva, é possível observar que a participação da Indústria Cultural e Criativa na economia teve um pequeno crescimento e de alguma forma se manteve estável mesmo com uma variação negativa do PIB entre os anos de 2014 e 2017, período de crise na economia brasileira, onde houve uma grande recessão no PIB, conforme demonstrado no **Figura 4**.

Figura 4 - Comparação da variação PIB Nacional e PIB da Indústria Criativa



Fonte: IBGE (2019) e FIRJAN (2019)

Após a análise inicial sobre o PIB foi analisado também a taxa de variação do índice de emprego formal ao longo dos anos no país de forma geral em comparação com a taxa de emprego formal apresentada também pela Indústria Cultural e Criativa. São utilizados dados do IBGE (2019) que possuem como objetivo principal produzir e expor indicadores mensais sobre a sociedade brasileira, tais como crescimento econômico e o emprego. Neste caso são coletados dados específicos da força de trabalho no Brasil de pessoas com 14 (quatorze) anos ou mais de idade (economicamente ativas e não economicamente ativas, de todo o país). É um levantamento utilizado mostrar os efeitos da conjuntura econômica sobre o mercado de trabalho, além de atender outras necessidades importantes para o planejamento socioeconômico do País (IBGE, 2019). Em relação aos índices de empregos formais, pode-se compará-las com a taxa de empregos formais expostas pelo relatório das Indústrias Culturais e Criativas no que abrange empregos formais para verificar se há alguma relação, conforme apresentado na **Tabela 4**.

Tabela 4 - Comparação da variação de empregos formais no Brasil e na Indústria Cultural e Criativa.

	Brasil	Variação Brasil	Indústria Cultural e Criativa	Variação Indústria Cultural e Criativa
2015	91.685.000	-1,5%	382.400	-4,2%
2017	90.294.000		366.400	

Fonte: IBGE (2019) e FIRJAN (2019)

Nesta comparação é possível observar que não há uma correlação entre os dados, uma vez que a variação da economia nacional foi inferior ao da Indústria Cultural e Criativa. Além disso, outro item avaliado é a aprendizagem. Neste caso, comparou-se também o índice de educação e desenvolvimento humano no Brasil e nessas duas localidades para verificar se a Indústria Cultural e Criativa influencia de alguma forma estes índices e se a variabilidade de atividades e a diversidade auxiliam de alguma maneira no enriquecimento da troca de informações entre os indivíduos que fazem parte desses aglomerados.

Avalia-se também a parcela da economia nacional nos dois estados representado pela Indústria Cultural e Criativa. Para confirmar a relevância em termos quantitativos, é verificado o IDEB, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica, por estado, sendo que o IDEB mede a qualidade do aprendizado nacional e estabelece metas para a melhoria do ensino. O IDEB funciona como um indicador nacional que possibilita o monitoramento da qualidade da Educação pela população por meio de dados concretos, com o qual a sociedade pode se mobilizar em busca de melhorias. Para tanto, o IDEB é calculado a partir de dois componentes: a taxa de rendimento escolar (aprovação) e as médias de desempenho nos exames aplicados pelo INEP, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. Os índices de aprovação são do Censo Escolar conforme a **Tabela 5** (INEP, 2019).

Tabela 5 - Resultados IDEB para o Brasil, São Paulo e Rio de Janeiro.

	2015	2017
Brasil	6	6
São Paulo	6	7
Rio de Janeiro	6	6

Fonte: INEP (2019).

Outra métrica utilizada para verificar a possível correlação entre as atividades da Indústria Cultural e Criativa é o IDH que é uma medida que demonstra o progresso em longo prazo em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. São utilizados os dados do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento que apresentam três âmbitos de desenvolvimento: erradicação da pobreza, transformações estruturais e construção de resiliência. As **Tabelas 6 e 7** mostram respectivamente os IDH de 2014 do Brasil e nas maiores Unidades da Federação (UF).

Tabela 6 - Resultado IDH Brasil.

Ranking IDH Global	País	IDH 2014
75	Brasil	0,755

Fonte: PNUD (2014).

Tabela 7 - Resultado IDH por UF.

Ranking IDHM 2010	Unidade da Federação	IDHM 2010	IDHM Renda 2010	IDHM Longevidade 2010	IDHM Educação 2010
1 °	Distrito Federal	0,824	0,863	0,873	0,742
2 °	São Paulo	0,783	0,789	0,845	0,719
3 °	Santa Catarina	0,774	0,773	0,860	0,697
4 °	Rio de Janeiro	0,761	0,782	0,835	0,675

Fonte: PNUD (2010).

É possível observar que os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, como mencionado anteriormente, que são de grande importância para o Brasil, estão entre as principais regiões com maior índice de desenvolvimento humano no Brasil, e certamente estes fatores estão relacionados. Mas não deve descartar que ambos os índices, econômicos e de desenvolvimento humano estão também relacionados aos fatores de taxas educacionais mais elevadas que as demais regiões do País somadas às atividades criativas e culturais desenvolvidas nessas mesmas regiões.

3.1 Indústria Cultural e Criativa no Estado de São Paulo

De acordo com a Fundação do Sistema Estadual de Análise de Dados de São Paulo, Fundação SEADE (2019), em 2016, a economia criativa paulista gerou R\$ 75,7 bilhões de Valor Adicionado (VA), 4,4% do total produzido em São Paulo, ficando à frente na participação no VA estadual de segmentos como alimentos (1,9%), material de transporte (1,5%), máquinas e equipamentos (1,0%), farmacêutico (1,1%) e refino de petróleo (1,7%). O grupo de Tecnologia da Informação (TI) criativo constitui o principal setor da economia criativa paulista em termos de geração de Valor Adicionado, com destaque para as atividades de desenvolvimento de *softwares* que geraram, em 2016, R\$ 20,0 bilhões, 44,9% do total do grupo. Os setores criativos paulistas são estruturados em cinco grupos: TI criativo; mídia (edição e impressão e audiovisual); criações funcionais (publicidade, e propaganda, arquitetura e design, moda e P&D criativo); artes (artes visuais, plásticas e escritas e artes performáticas); e patrimônio (museus e bibliotecas). Esses grupos são formados por setores que constituem o núcleo da economia criativa paulista e por setores complementares às atividades do núcleo.

Ainda conforme SEADE (2019), a economia criativa paulista sob a ótica do Valor Adicionado e do emprego formal tem como destaque a complexidade e a diversificação de sua base produtiva, traduzida em uma participação de 32,5% no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, em 2016. Em termos setoriais, os serviços possuíam a maior contribuição no PIB, respondendo por 33,3% do produto gerado no Brasil, seguidos pela indústria, com 32,1%. Recursos humanos qualificados, diversidade cultural, sistema educacional de ponta com produção de ciência e tecnologia e infraestrutura desenvolvida são fatores que moldam o espaço econômico privilegiado para o desenvolvimento da economia criativa no Estado de São Paulo.

Com base em informações da Pesquisa Anual de Serviços – PAS e da Pesquisa Industrial Anual – PIA, realizadas pelo IBGE, estima-se que a economia criativa paulista, considerados quatro dos cinco grupos definidos no item anterior (TI criativo, mídia, criações funcionais e artes), tenha gerado, em 2016, R\$ 75,7 bilhões de Valor Adicionado (VA), 4,4% do total produzido no Estado. Seu peso na economia paulista pode ser avaliado a partir da comparação com outros setores econômicos. Tendo como base 2016, o Valor Adicionado produzido pela cadeia da economia criativa atingiu quase um terço do VA da indústria de transformação do Estado, que foi de R\$ 260 bilhões, ficando à frente da participação no VA de segmentos como alimentos (1,9%), material de transporte (1,5%), máquinas e equipamentos (1,0%), farmoquímico e farmacêutico (1,1%) e refino de petróleo (1,7%). O desempenho da economia criativa se situou ainda bem acima do resultado alcançado pela agropecuária (2,1%) e pela produção e distribuição de energia elétrica, gás, água, esgoto e limpeza urbana (1,7%).

A participação da cadeia foi igual ao resultado da construção civil (4,4%) e pouco abaixo do segmento de transporte, armazenamento e correio (4,9%) (**Tabela 8**).

Tabela 8 - Valor Adicionado da economia criativa e de setores selecionados e participação no total do Estado de São Paulo – 2016

Economia criativa e setores selecionados	Valor Adicionado (em milhões de reais) (1)	% no VA total
Total	1.724.555	100,0
Economia criativa	75.752	4,4
Agropecuária	35.828	2,1
Construção civil	76.049	4,4
Transporte, armazenamento e correio	83.876	4,9
Produção e distribuição de eletricidade e gás, água, esgoto e limpeza urbana	29.236	1,7
Indústria de transformação	260.508	15,1
Alimentos	33.607	1,9
Máquinas e equipamentos	17.924	1,0
Farmoquímicos e farmacêutico	18.852	1,1
Material de transporte	25.360	1,5
Refino de petróleo e coque	28.530	1,7

Fonte: SEADE (2019) apud Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Pesquisa Anual de Serviços – PAS; Pesquisa Industrial Anual – PIA; Fundação SEADE. (1) Valores correntes de 2016.

Através das pesquisas estruturais do IBGE (PAS e PIA) como referência, a Tabela 2 traz informações sobre a evolução da economia criativa entre 2012 e 2016. A economia paulista passa por diferentes fases de desempenho do PIB neste período, sendo que, entre 2012 e 2014, há expansão média anual de 0,7% e recessão no período de 2014 a 2016, com queda anual da ordem de 3,1%. Entre 2012 e 2014, a indústria de transformação diminuiu o seu peso no VA total de 16,4% para 14,9% e, em 2016, ocorreu leve oscilação positiva, para 15,1% na série do PIB nominal (SEADE, 2019).

3.1.1 Indicadores da Indústria Cultural na Cidade Criativa de Santos

A cidade de Santos é a única cidade paulista eleita criativa (no quesito “cinema”) em 2015 pela UNESCO, *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, ou Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura. É a maior cidade do litoral do Estado de São Paulo, com 435.000 habitantes (UNESCO, 2019), Santos tem um rico legado cinematográfico que remonta à década de 1900. Em meados do século XX, a indústria cinematográfica da cidade alcançou o auge de seu sucesso com a criação do Clube de Cinema de Santos, o primeiro clube de cinema estabelecido no Brasil. Desde então, a cidade se comprometeu a sustentar seu setor cinematográfico e torná-lo um importante impulsionador da economia local. Com o apoio da *Santos Film Commission*, 300 produções foram filmadas na cidade em um período de cinco anos, gerando mais de US \$ 2,3 milhões em valor agregado. Santos possui 21 produtoras de filmes e coletivos que estão expandindo suas atividades para um nível internacional (UNESCO, 2019).

3.2 Indústria Cultural e Criativa no Estado do Rio de Janeiro

O Estado do Rio de Janeiro é o líder nacional na análise de remuneração por estado. Os profissionais criativos fluminenses possuem os maiores rendimentos médios do país em Pesquisa & Desenvolvimento (R\$ 18.134,00), Artes Cênicas (R\$ 11.362,00), TIC (R\$ 9.022,00) e Audiovisual (R\$ 7.863,00), conforme os dados da FIRJAN (2019). O Estado

concentra não apenas o maior número de trabalhadores criativos na área, como também os mais bem remunerados. Em 2017, enquanto São Paulo registra 20,3 mil trabalhadores (reco de 1,3%, em relação a 2015), com remuneração média de R\$ 3.740,00 (-2,9% na mesma base de comparação), Rio de Janeiro registra 7,9 mil trabalhadores no mesmo período (reco de 3,6%, frente a 2015), com a remuneração média mais elevada entre os estados (R\$ 5.672,00) e o relevante crescimento de 5,5% (FIRJAN, 2019). No mesmo estudo da FIRJAN (2019), em relação ao quesito emprego criativo, o Estado obteve um reco marginal na participação de empregos criativos para 2,2% em 2017 – frente a 2,3% em 2015. Apesar dessa retração, o estado continua como o segundo com maior participação de criativos em seu mercado.

A retração do número de trabalhadores criativos no estado do Rio de Janeiro em 2017 foi a segunda mais intensa entre as Unidades Federativas (-12,1%), passando de 101,1 mil para 88,9 mil vínculos formais (o estado mais afetado foi a Bahia, com -13,2%). O desempenho geral do mercado de trabalho fluminense menos negativo fez com que a Indústria Criativa perdesse levemente participação na população formalmente ocupada do estado (2,27% em 2015, frente a 2,20% em 2017). As áreas criativas fluminenses com maior queda no período foram: consumo (-15,9%) e tecnologia (-11,3%), exatamente as duas mais relevantes. Tais resultados refletem o forte desempenho negativo de dois segmentos: arquitetura (-35,5%) e P&D, pesquisa e desenvolvimento (-14,4%) – ainda que este último continue o maior empregador de trabalhadores criativos em território fluminense (25,8 mil trabalhadores, com participação de 29% no total de vínculos) e que Arquitetura tenha sido muito influenciada pela crise da Construção Civil que afetou intensamente o estado (FIRJAN, 2019).

3.2.1 Indicadores da Indústria Cultural na Cidade Criativa de Paraty

Sobre a cidade criativa de Paraty, a única do Estado do Rio de Janeiro, que é membro da UNESCO, desde 2017, pode-se destacar que é uma pequena cidade também no litoral com uma população aproximada de 40.975 habitantes. Paraty está localizada na região da Costa Verde, um verdejante corredor verde que percorre o Estado do Rio de Janeiro (UNESCO a, 2019). Paraty foi uma importante região de entroncamento de rotas, que reuniu culturas indígenas, portuguesas e africanas, cuja diversidade cultural é refletida em receitas gastronômicas tradicionais, tais como a paçoca-de-banana e farofa-de-feijão. Paraty também é conhecida pela fabricação de cachaça artesanal, o famoso espírito da cana-de-açúcar do Brasil; um talento destacado durante o Festival de Cachaça, Cultura e Sabores. Estima-se que 20% da força de trabalho da cidade trabalhe nos setores agroalimentar e gastronômico (UNESCO (a), 2019).

A visão de Paraty de gastronomia e agricultura concentra-se amplamente em processos ecológicos, baseados na biodiversidade. Realizado há 15 anos, o Festival Folia Gastronômica exibe a culinária local tradicional e inovadora por meio de palestras, degustações e treinamentos e envolve mais de 50 *chefs* de cozinha, incluindo o *chef* brasileiro Alex Atala e Zé Ferreira, pioneiros no estudo da agricultura agroecológicas. Paraty também sediou o Fórum sobre Desenvolvimento Sustentável Local Integrado no Programa de Gastronomia Sustentável da Agenda 21, desenvolvendo ainda mais a cooperação entre *chefs* e agricultores orgânicos e incentivando a agroecologia (UNESCO (a), 2019). Com 78% de seu território protegido ambientalmente, o município de Paraty adotou vários regulamentos para lidar com seu ambiente natural, incluindo uma estação de pesca fechada municipal implementada durante a estação de desova, enquanto a compensação financeira é garantida para os pescadores. Mais importante, a Secretaria do Meio Ambiente está trabalhando, dentro da Agenda 21, para criar as certificações de Gastronomia Sustentável e Passaporte Verde; cujos objetivos são desenvolver um turismo mais sustentável por meio de iniciativas de ecoturismo baseado na comunidade e implementar propostas de redução de resíduos. A certificação também melhorará a sustentabilidade da área e aumentará a conscientização sobre questões ambientais. Em relação aos valores criativos

adicionados na cidade criativa da gastronomia, Paraty prevê:

- Criação de um Observatório de Gastronomia para estabelecer uma imagem clara do campo da gastronomia, mapeando toda a cadeia da fazenda à mesa;
- Reforçar da cadeia de suprimento de alimentos, especialmente do mercado de peixes, para melhorar o padrão de vida das famílias de pescadores locais, oferecendo regularização, assistência técnica e treinamento profissional;
- Criar o Centro de Economia e Treinamento Criativo (CEFEC), um centro multidisciplinar para jovens, oferecendo oficinas de treinamento que ligam design, artesanato e arte folclórica, artes midiáticas e gastronomia;
- Aumentar os vínculos entre biodiversidade e criatividade na cadeia alimentar da gastronomia através da Fazenda Agro Florestal de Zé Ferreira como centro de referência e cooperação com outras Cidades Criativas;
- Fortalecer a cooperação nacional e internacional de Paraty em gastronomia com outras cidades criativas, estabelecendo parcerias entre o Observatório Gastronômico local e outras instituições; e
- Empreender iniciativas transversais entre os campos da gastronomia e da literatura, incluindo o projeto *Cooking with Words*, ou Cozinhando com Palavras, desenvolvido em colaboração com o município de Óbidos, a Cidade Criativa da Literatura em Portugal.

4. DISCUSSÃO DOS DADOS PESQUISADOS

Na mensuração realizada com indicadores do Estado de São Paulo, o Valor Adicionado (VA) dos setores que integram o núcleo da cadeia da economia criativa atingiu, em 2016, R\$ 46,3 bilhões, o que significou 2,7% do VA global da economia paulista. Os resultados indicam que estas atividades representam uma importante parcela da economia paulista, gerando 4,4% do VA e 3,0% do emprego formal no Estado.

Parte importante da economia criativa de São Paulo sofreu os impactos da desaceleração da atividade econômica e da recessão no país, entre 2012 e 2016. Neste período, nota-se a redução da capacidade de gerar VA nos grupos de criações funcionais e mídia, especialmente na produção de bens de consumo da moda e nas atividades de audiovisual, edição e impressão. Trata-se de segmentos cujo crescimento depende diretamente do mercado doméstico e da renda disponível (SEADE, 2019).

Por outro lado, o setor público, mais especificamente a Secretaria Estadual da Cultura do Estado de São Paulo contribuiu com recursos do governo paulista para os setores da economia criativa e fomento cultural (Programa número 1218) na ordem de R\$ 373 milhões no período entre os anos de 2016 e 2019 (ALESP, 2019). Pelo montante, observa-se que há uma atenção, ainda que discreto perto dos orçamentos de outros setores do governo, no setor criativo, apesar da situação econômica do país. Os sítios eletrônicos da economia criativa no Estado do Rio de Janeiro apresentam muito poucos indicadores do setor. Os números disponíveis são basicamente provenientes da FIRJAN, contudo em defasagem de pelo menos um ano. Em relação aos números da cidade criativa, no caso da gastronomia, de Paraty, RJ, também há poucas referências atualizadas.

5. CONCLUSÕES

Conforme os dados apresentados nos indicadores da FIRJAN e IPEA ao longo da última década, o tamanho da economia criativa no Brasil está em torno de 2,61 %, em 2017, ante a 2% do PIB brasileiro, em 2010. Quando se compara esta participação da economia criativa no PIB nacional com a observada em outros países, percebe-se que no Brasil a Indústria Criativa está evoluindo positivamente, porém continua num crescimento abaixo dos países onde ela

expressiva, tais como Noruega, França e Inglaterra. Observa-se que, portanto, há um grande potencial de crescimento no setor no Brasil, considerando ainda que a UNESCO credenciou nos últimos anos, nove cidades no País, entre elas Santos no estado de São Paulo e Paraty no estado do Rio de Janeiro. Curiosamente, os dois maiores estados da federação em indicadores econômicos e populacionais possuem suas cidades criativas eleitas pela UNESCO distante de suas capitais e com indicadores econômicos menores que os centros urbanos. Por outro lado, estas cidades criativas são estratégicas por serem turísticas, estarem em ótima localização geográfica e por receberem grandes eventos relacionados a indústria criativa, como por exemplo, Festivais, Simpósios nas áreas de cinema, gastronomia, livros, entre outros.

A Indústria Cultural e Criativa possui uma determinada influência econômica no Brasil, com base nos dados analisados da FIRJAN, SEADE e IBGE. Podem-se citar como exemplos, a diversidade cultural, a grande quantidade da economia do turismo, a indústria de serviços como TI criativa, além de trocas de experiências profissionais e culturais entre as pessoas, entre as diferentes regiões do país e também a relação com dos indivíduos com outros países nos setores, sobretudo nos de audiovisual, música, cinema e bibliotecas. Considerando o cenário econômico no país, observa-se que a Indústria Cultural e Criativa representa cerca de 2,6% da economia nacional e sua oscilação durante o período de crise no Brasil foi menor que índices como por exemplo do PIB da economia tradicional. Ou seja, mesmo em períodos de crise, a demanda deste mercado se mantém estável, até mesmo porque possibilita aos profissionais que saem de outras indústrias ou de um emprego formal a atuarem em atividades criativas como, por exemplo, trabalhos artesanais, artísticos ou gastronômicos.

Os espaços culturais abertos nos grandes centros, como em São Paulo e Rio de Janeiro, possibilitam uma maior interação entre a arte, a cultura e a população, e por consequência, possibilita maior geração de receita no setor. Na cidade de São Paulo, por exemplo, é possível observar em parques ou em determinadas espaços públicos, como ruas e avenidas fechadas para o lazer aos finais de semana e feriados, uma maior aglomeração de atividades econômicas criativas como os denominados de *Food Trucks*, ou camionetas que vendem alimentos rápidos e sanduíches, e atuam concomitantemente com atrações artísticas, juntamente com espaços para música, arte de rua, como o grafite, entre outros. Essa diversidade possibilita não só o fomento da indústria criativa, mas também uma maior interação entre os prestadores de serviços criativos com a população, gerando uma maior interação e troca de experiências entre os indivíduos, gerando assim outro fator denominado de aprendizado, mesmo que seja cultural.

5.1 Contribuições e Trabalhos Futuros

Para complementar a literatura acadêmica com relação ao tema economia criativa no Brasil, os autores sugerem como trabalhos futuros a avaliação qualitativa e a aplicação das boas práticas (tangíveis) já consagradas nos países desenvolvidos ao Brasil no que se referem às políticas públicas à economia e à indústria criativa, às parcerias público-privadas, ao aumento de incentivos fiscais e ao aumento da participação e maior envolvimento das universidades juntamente com as empresas e governo, o chamado de hélice tripla.

No Brasil, cada hélice atua em geral de forma isolada e independente. Há muito pouco intercâmbio de conhecimento e de ideias. Nos eventos culturais oficiais (e extraoficiais) tais como Congressos e Seminários, os três setores no Brasil deveriam estreitar ainda mais o relacionamento e o alinhamento de interesses comuns com base em incrementos e intercâmbios de conhecimentos tecnológicos, acadêmicos e governamentais entre si dentro e fora destes fóruns, com foco no fomento da economia criativa, em especial em produtos e serviços, cuja participação no PIB nacional é maior e continua em auge. Neste último setor produtivo, considerado o de maior expressão na economia criativa no Brasil, há maior contato e interação com o público, o que estimula nos grandes centros e *clusters*, o aumento do desenvolvimento

das indústrias criativas localizadas nestes ambientes de forma a prosperar e replicar o ecossistema Academia, Governo, Comunidade e Indústria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESP - Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Secretaria de Planejamento e Gestão. **PPA - Plano Plurianual 2016-2019**. Volume II: programas, metas e recursos. Disponível em: < <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2015/compilacao-lei-16082-28.12.2015.pdf>> Acesso em 01.10.2019.

CAVES, R. E. **Creative industries: contracts between art and commerce**. Cambridge: Harvard University Press, 2001.

CUNNINGHAM, S. D. **From cultural to creative industries: theory, industry and policy implications**. Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources, 102(1), pp. 54-65. University of Queensland, 2002.

FLACH, L.; ANTONELLO, C. S. **Organizações culturais e a aprendizagem baseada em práticas**. FGV. Cadernos EBAPE. BR. Rio de Janeiro. Vol. 9, n. 1, p. 155-175, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v9n1/v9n1a10.pdf>>. Acesso em 07.10.2019.

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>>. Acesso em 29.09.2019.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class... and how it's transforming work, leisure, community, & everyday life**. New York: Basic Books, 2002. 434p.

HOWKINS, J. **The creative economy. How people make money from ideas**. London: Penguin Press, 2001. 264p.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PNAD Contínua - **Pesquisa nacional por amostra de domicílio contínua**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?t=resultados>>. Acesso em 29.09.2019.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **IDEB - Índice de Desenvolvimento da Educação Básica**. Disponível em: <<http://ideb.inep.gov.br/resultado/error.seam;jsessionid=1F3B66F4206F1283B47BCEBE06C58388?cid=5676479>>. Acesso em 29.09.2019.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Secretaria Especial da Cultura. **Economia Criativa**. 2019. Disponível em < <http://portal-cultura.apps.cultura.gov.br/economia-criativa/>> Acesso em 28.08.2019.

OESP - JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO. **Economia Criativa cresce acima da média no Brasil**. Caderno de Economia, São Paulo, Brasil, 2018. Disponível em: <<https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,economia-criativa-cresce-acima-da-media-no->

brasil,70002396326>. Acesso em 28.08.2019.

OLIVEIRA, J. M.; ARAÚJO, B. C.; SILVA, L. V. **Texto para discussão. Panorama da economia criativa no Brasil**. IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Rio de Janeiro, 2013.

PACHECO, A. P. C.; BENINI, E. G. **Desenvolvimento da Indústria Criativa brasileira a partir dos pontos de cultura**. Políticas Culturais em Revista, v. 1(8), p. 121-135, UFBA, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - **Relatório do desenvolvimento humano** - Disponível em: <<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0/relatorios-de-desenvolvimento-humano/rdhs-globais.html>>. Acesso em 29.09.2019.

PRATT, A. **The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91**. Environmental and Planning A, v. 29, n. 11, p. 1953-1974, 1997.

SANTOS, Prefeitura Municipal. **Santos Criativa**. Disponível em <<https://www.santos.sp.gov.br/?q=hotsite/santos-criativa>>. Acesso em 01.10.2019.

SEADE - Sistema Estadual de Análise de Dados do Estado de São Paulo. **Ensaio e conjuntura - A economia criativa no Estado de São Paulo (2012 - 2016)**. Disponível em <http://www.seade.gov.br/produtos/midia/2019/03/Ensaio_conjuntura_2019-1.pdf>. Acesso em 01.10.2019.

UNCTAD United Nations Conference on Trade and Development . **Creative report**. Nações Unidas, 2010.

UNESCO (a) - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. **Creative cities: Paraty**. Disponível em <<https://en.UNESCO.org/creative-cities/paraty>> Acesso em 01.10.2019.

UNESCO (b) - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. **Creative cities: Santos**. Disponível em <<https://en.UNESCO.org/creative-cities/santos>> Acesso em 01.10.2019.

VOGEL, H. **Entertainment industry economics**. New York: Cambridge University Press, 2001.