

INDÚSTRIA CRIATIVA: um *survey* da produção científica indexada em uma abordagem meta-fatorial

Thiago Cavalcante de Souza – PPEGE/UFU
Ana Paula Macedo Avellar – IERI/UFU

RESUMO

Diversos esforços vêm sendo empreendidos com intuito de caracterizar a indústria criativa, entretanto, não existe unanimidade sobre seu conceito na literatura nacional e internacional. O objetivo desse artigo é identificar a estrutura do debate sobre indústria criativa, a partir dos conceitos apresentados na literatura científica indexada internacional. A partir de um *survey* e de análise fatorial, pretende-se apontar os artigos com maior impacto e citação na literatura sobre indústria criativa. A base de periódicos analisada foi a *Web of Science* para o período 1998-2017. Os resultados da pesquisa apontam que os conceitos de economia criativa e suas respectivas tipologias apresentam um desdobramento recente e crescente na literatura econômica, ao se considerar a indexação de artigos científicos publicados em periódicos internacionais. Do ponto de vista conceitual, verifica-se uma concentração temática da abordagem da criatividade cultural entre os estudos. Os resultados apontam também que a abordagem da criatividade científica e tecnológica apresenta estudos com maior impacto e alcance, dentre as abordagens presentes nos artigos analisados.

Palavras-chave: Indústria Criativa, *Survey*, Bibliometria.

ABSTRACT

Several efforts have been undertaken in order to characterize the creative industry, however, there is no unanimity about its concept in the national and international literature. This paper seeks to identify a structure of the debate on creative economics in the indexed scientific literature. Specifically, it is intended to specify a survey through the final factor analysis of pointing out the articles with the greatest impact and recurrent citation in the literature. The database is Web of Science, during the period 1998-2017. The results of the research indicate that the concepts of creative economy and their respective typologies available in a recent unfolding in the economic literature, but increasingly an index of scientific articles published in international journals was analysed. From the conceptual point of view, there is a thematic concentration of the approach to cultural creativity between studies. The data revealed, however, that it is an approach of scientific and technological criticism that produced studies with greater impact of the articles.

Keywords: Creative Industry, Survey, Bibliometric.

JEL: B40, B50, L82.

Área 5 - Inovação e mudanças técnica, organizacional e institucional
5.4 Economia do conhecimento

1 Introdução

No atual paradigma técnico e econômico, a inovação e a tecnologia baseiam-se fortemente na microeletrônica e na computação (AREND, 2012). Como resultado, emergem no cenário econômico uma quantidade expressiva de setores econômicos intensivos em conhecimento sistematizado, vinculando áreas convencionais à computação e às tecnologias da informação e comunicação, a exemplo da biotecnologia. Destaca-se de igual maneira, as transformações de segmentos como engenharia, aeroespacial e agroindustrial, que devido a difusão tecnológica incorporaram novos arranjos, configurações e soluções tecnológicas que ampliaram não apenas a produtividade, mas, sobretudo, a velocidade de produção e de circulação de seus respectivos bens e insumos.

Dado a crescente participação da computação no sistema produtivo atual, uma diversidade de bens e serviços foram introduzidos na cesta de consumo da sociedade, a exemplo das mídias eletrônicas, *softwares*, design, arquitetura, tecnologia da informação e, ainda, os bens culturais reproduzíveis (filmes, livros, jogos eletrônicos, entre outros). Desse modo, permite-se que, com recursos simbólicos e intangíveis, redefina-se a estrutura socioeconômica do mercado de trabalho, com a geração de emprego em setores nos quais prevaleça à expertise do conhecimento popular e cultural (artesanato, música e artes cênicas, por exemplo), como em atividades em que se exige um elevado nível de qualificação, a exemplo da indústria computacional (FLORIDA, 2002). Nesse cenário, a demanda por trabalho na economia contemporânea reverbera transformações, onde se destaca o aumento da procura por mão de obra qualificada e especializada, além do crescimento da estrutura ocupacional entre os setores que têm a criatividade como recurso produtivo essencial, a exemplo das atividades terciárias e informais vinculadas às expressões artísticas, entretenimento e turismo (GOLGHER, 2008).

Segundo Masi (2001), as mudanças no paradigma tecnológico em curso impõem transformações relevantes na estrutura ocupacional, o que torna a demanda por trabalho sensível às capacidades cognitivas dos indivíduos para além da qualificação formal de ensino. Nesse particular, a criatividade e outras habilidades cognitivas tornam-se elementos imprescindíveis para a impulsionar os setores econômicos em ascensão. Reveste-se de preponderância a essa concepção, os sistemas locais de inovação e arranjos produtivos capazes de reunir elementos propulsores à inovação, como: incubadoras de base tecnológica; espaços *coworking* para o desenvolvimento de projetos inovadores; centros de pesquisa e universidades; parques tecnológicos; e, polos setoriais ligados a tecnologia da informação, por exemplo (ALBUQUERQUE, 2013; NIGRI, 2009). Em uma perspectiva semelhante, estudos recentes apontam que a aglomeração de profissionais com habilidades cognitivas e criativas representam um fator relevante para as decisões locais das firmas, correspondendo, portanto, a um indutor estratégico de desenvolvimento, conforme Caves (2001), Machado et al. (2013) e Souza (2015). Nesse contexto, defende-se que “o ponto chave para o crescimento e desenvolvimento de cidades e de regiões seria o aumento na produtividade associado com a aglomeração de capital humano ou de pessoas qualificadas e criativas” (GOLGHER, 2008, p. 109). Paralelamente, externalidades positivas decorrentes de contornos culturais presentes nos centros urbanos vêm sendo associados à oferta de trabalho, apontam Markusen e Schrock (2006).

Em face dessas questões, diversos esforços vêm sendo empreendidos na literatura para caracterizar um tipo particular de indústria – a indústria criativa. Segundo Boccardelli (2016), as indústrias criativas podem ser caracterizadas pelas oportunidades de geração de emprego e renda a partir da exploração da propriedade intelectual, concentrando-se na criação e produção/consecução de bens e serviços com alto valor agregado, em que se destaca a criatividade científica e tecnológica¹ como insumo produtivo essencial; ou pelo fornecimento de serviços industriais de alto impacto tecnológico para setores econômicos mais tradicionais. Sob a perspectiva de Hartley (2005), a ideia de “indústrias criativas” abrange a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa) no contexto de novas tecnologias midiáticas inerente a economia do conhecimento. Trata-se da produção, distribuição e circulação

¹ Ver seção 2, diagrama de representação teórica da criatividade.

de bens e serviços que incorporam um valor simbólico em seu conteúdo, decorrente da criatividade cultural, da originalidade e expressão.

Partindo de objetivos distintos, outros autores procuraram tratar as indústrias criativas no plano econômico. Bujor e Avasilcai (2015) compararam a concepção teórica que norteia a classificação das indústrias criativas no EUA e UE, identificando uma perspectiva cultural entre as classificações estadunidenses e intensivas em conhecimento na Europa. Florida (2002, 2005, 2006), Ritsilä e Haapanen (2003), Markusen e Schrock (2006), Pratt (2008), Hesmondhalgh e Baker (2013) e Machado et al. (2013) realizaram estudo sobre o mercado de trabalho dessa indústria, sistematizando conceitos de migração, capital humano, qualificação e rendimentos salariais a partir de evidências empíricas em países desenvolvidos e emergentes. Em outra abordagem, Caves (2000) e Flew (2002) analisaram as formas de cooperação das empresas envolvidas no processo de produção criativa, sublinhando o elevado grau de incerteza presente nessas atividades. Scott (2006), He (2013), Earnshaw (2017) e procuram explicitar a natureza da cooperação entre firmas e ICT's para a formação do que chamaram *creative clusters*.

Embora seja crescente o número de artigos científicos sobre indústria criativa publicados em periódicos indexados ao longo da última década, pouca ênfase tem sido aplicada a estudos econômicos de caráter teórico-metodológicos de classificação. Na literatura internacional, por exemplo, observa-se a ausência de uma convergência conceitual para a temática. No Brasil, os estudos apresentam forte associação com o termo indústria cultural. Diante desses aspectos, questiona-se: de que maneira se encontra estruturado o debate sobre economia criativa na literatura científica nacional e internacional? Sumariamente, interroga-se também: quais os parâmetros teórico-metodológicos que subsidiam o recorte setorial das atividades econômicas tidas como criativas na literatura internacional? Nesse sentido, parte-se do argumento de que os setores da economia criativa encontram na massificação dos ativos simbólicos advindos do processo criativo de seus trabalhadores o elemento primordial para a sua classificação. Dessa forma, a cognição, a própria arte e a cultura são transformadas em insumos, bens e serviços reproduzíveis, cujo valor excede a expressão monetária dos salários, pois incorpora componentes próprios, como: originalidade, inovação e outros. Por isso, a indústria criativa é vista sob duas perspectivas teóricas: intensiva em tecnologia e conhecimento, considerando atividades industriais e/ou de alto valor agregado e atividades culturais, com forte participação da tecnologia no processo de massificação dos bens e serviços.

Este artigo pretende contribuir com a discussão reportada, no sentido de situar o estado da arte da literatura econômica indexada que aborda a indústria criativa sob o enfoque cultural e tecnológico. Para tanto, o texto encontra-se estruturado em quatro seções, além dessa introdução e das considerações finais. Na segunda seção, apresenta-se e discute-se a origem do termo indústria criativa e seus principais desdobramentos na literatura. Sequencialmente, a terceira apresenta a metodologia e a estratégia analítica. Por fim, a quarta seção esboça as considerações finais.

2 Indústria criativa: origem, conceito e proposições teóricas

A criatividade se constitui uma poderosa força produtiva individual, atrelada à imaginação e às habilidades psicológicas, técnicas e culturais dos seres humanos. Por essa razão, geralmente se destaca pela combinação de ideias com múltiplas aplicações ao cotidiano e as necessidades dos indivíduos. Conforme Howkins (2013), a criatividade é a capacidade de gerar algo novo – um processo ou uma invenção que se tornem relevantes para o uso particular ou coletivo. Trata-se de um talento e uma aptidão intrínseca às capacidades cognitivas dos sujeitos e que se manifesta através dos pensamentos e ações, evidenciando-se por concepções originais ou adaptações da realidade existente. A criatividade e a inventividade humana (FURTADO, 1978) vão além do campo ideológico e se adentram nas diversas categorias de decisão da sociedade, conferindo-lhes múltiplas perspectivas de interpretações e significados. Conforme Howkins (2013) e Unctad (2010), a criatividade pode ser representada teoricamente:

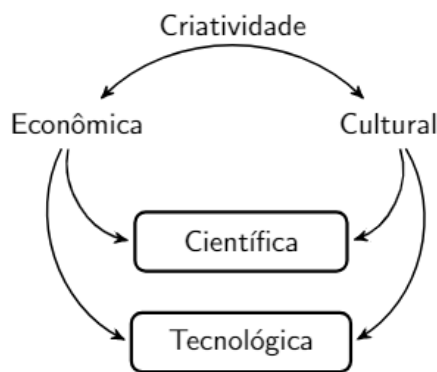


Figura 1 – Representação teórica da criatividade

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Howkins (2013) e Unctad (2010).

Encontram-se na base da vida cotidiana dos indivíduos a criatividade cultural e econômica. Por um lado, a imaginação e a capacidade, de gerar ideias originais proporcionam aos indivíduos novas maneiras de interpretar o mundo. Para tanto, abarcam os diversos aspectos da universalidade humana, como: o conhecimento, as tradições, a moral, as inferências éticas formais e informais e a arte expressa em texto, som e imagem (CUCHE, 2002), assim como a identidade intelectual proporcionada pelo tempo e pelo espaço (ELIAS, 1991; HALL, 2001). Por outro lado, a capacidade humana de criar processos sistemáticos e complexos através da ciência e tecnologia contribuem para a organização da sociedade e de suas formas de produção. Nessa perspectiva, a criatividade científica e a tecnológica corresponde a um produto da sistematização cognitiva dos sujeitos, que através da curiosidade, imaginação e do conhecimento, experimentam e indicam soluções para a sociedade (ALBUQUERQUE, 2013).

No pensamento econômico, a ideia de criatividade foi entrelaçada à concepção de inovação formulada por Schumpeter (2007), que se constituía na principal força de propulsão do desenvolvimento, pois à medida que o empresário incorpora “novidades” à atuação da firma no sistema econômico, tende a gerar transformações no consumo e, logo, no mercado, levando-o ao crescimento, que no longo prazo experimenta o desenvolvimento das formas de acumulação do sistema capitalista. Dessa abordagem advém o conceito de destruição criativa, sendo um dos primeiros estudos a tratar a criatividade como objeto da análise econômica e força motriz do desenvolvimento (HARVEY, 1994; 2010). Segundo Schumpeter (2007, p. 73), esse fenômeno consiste na “substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos”.

Contudo, a criatividade enquanto objeto da análise econômica é relativamente recente, assim como o esforço de sistematização enquanto atividade produtiva. De forma pontual, o interesse econômico na criatividade deu-se através de ações isoladas na agenda governamental de países desenvolvidos. Em 1970, o Canadá centrou esforços em um programa voltado para a indústria das artes e da cultura. Na França, o tema ganhou prioridade em 1983 com a fundação do IFICC. Na década de 1990, a Alemanha empreendeu políticas culturais voltadas ao turismo. É em 1994 que as discussões sobre economia criativa apresentaram melhor sistematização, quando o governo australiano desenvolveu o projeto Nação Criativa. Na ocasião, esteve no cerne das discussões o papel do Estado no desenvolvimento sociocultural dos centros urbanos, além do papel da cultura como insumo econômico. Consecutivamente, estendeu-se o interesse para a relevância e função do conhecimento criativo no sistema produtivo industrial, sendo problematizado o impacto das atividades econômicas ligadas à cultura e à tecnologia sobre a economia dos centros urbanos. Como resultado, surgiram as primeiras políticas públicas direcionadas aos “mercados da criatividade”, privilegiando investimentos em conservação e fortalecimento do patrimônio cultural, educação, infraestrutura e tecnologia (BLYTHE, 2001).

Em pouco tempo, essas discussões tornaram-se robustas e expandiram-se na Europa, cuja porta de entrada foi a Inglaterra em 1997, quando “[...] o governo britânico adotou o tema como prioridade e instituiu políticas públicas voltadas a desenvolver atividades relacionadas”, conforme destaca Silva (2012b, p. 688). Por meio do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS), o governo inglês envidou os primeiros esforços

para organizar a criatividade e a cultura em um conjunto sistemático de atividades econômicas (THROSBY, 2001), tomando como referência as “atividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento humano e que dispõem de potencial para a geração de riqueza e a criação de emprego através da geração exploração da propriedade intelectual” (DCMS, 2011, p. 6, tradução própria). Em 2002, o conjunto de atividades econômicas selecionada pelo DCMS foi denominado de indústrias criativas, por serem consideradas como importantes motores de acumulação de capital e viabilizar a reprodução capitalista através da oferta de tecnologia e conhecimento, sistematizando o modelo britânico de classificação da indústria criativa.

Também foi considerado como indústria criativa os setores econômicos responsáveis por pesquisa e desenvolvimento, responsável por transformar descobertas científicas em modelos e processos industriais para os setores tradicionais da economia (CUNNINGHAM, 2010). Esses esforços buscavam também mensurar os mercados criativos na economia da Grã-Bretanha, verificando a capacidade desses mercados na geração de ativos financeiros por meio da remuneração do conteúdo simbólico (BLYTHE, 2001). Para efeito de classificação, os mercados foram segmentados considerando suas “similaridades [...] e aplicação específica [de seus bens e serviços] na atividade econômica” (HOWKINS, 2013, p. 122). Esse interesse do governo britânico baseou-se no crescimento da inserção de conteúdo simbólico na dinâmica capitalista e no elevado volume de recursos que esse tipo de prática movimentava na economia.

Howkins (2013) propôs um ajuste ao modelo britânico de classificação da economia criativa, aproximando-os do conceito de propriedade intelectual. Por isso, sua modelagem teórica exclui as atividades ligadas ao turismo e esporte, sendo incluídos os mercados de informática e *software*, pesquisa e desenvolvimento (P&D), brinquedos e jogos eletrônicos. Por sua vez, Hartley (2005) propôs um ajuste ao modelo britânico, realizando uma separação entre criatividade e cultura. Sua contribuição advoga pela diferença entre cultura e criatividade, sendo a primeira entendida como fenômeno cognitivo e a segunda como um fenômeno social, que, em termos de valoração econômica, assumem disparidades e formatações diferentes.

Nesses termos, a indústria criativa abrange mais do que a produção de conteúdo simbólico, pois engloba bens e serviços que representam soluções ou insumos para outros setores e processos da economia, estabelecendo conexões com diversos segmentos do sistema produtivo. Por sua vez, a indústria cultural, ainda que tenha seus produtos subordinados à criatividade humana, tende a configurar mercados restritos e específicos. A indústria cultural, por sua vez, incorpora um modelo econômico de produção, em que os bens culturais não assumem, inicialmente, uma lógica completamente industrial, pois os elementos culturais constituem-se de resultados das expressões cognitivas dos indivíduos, como: hábitos, identidades, folclore e outros. Essas expressões podem ser reproduzidas na forma de bens e serviços, mas não podem ser fabricadas nos moldes industriais.

[...] nas indústrias criativas a criatividade é o elemento central, sendo percebida como necessária para a geração de propriedade intelectual. [...] parece haver uma tendência a comoditizar a criatividade, na medida em que se enfatiza seu potencial de comercialização. [...] a cultura é tratada na forma de objetos culturais. Esses objetos são definidos pela carga dos sentidos socialmente compartilhados que carregam, derivando seu valor de tal carga (BENDASSOLLII et al., 2009, *grifo dos autores*).

Transcorrendo para os Estados Unidos, a temática da economia criativa se inseriu em uma perspectiva mais cultural, onde a ênfase se estabeleceu sobre as relações de produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais, além das indústrias do entretenimento, destaca Caves (2001). Em razão disso, grande parte das formulações teóricas acerca da economia criativa desenvolvidas por americanos sofreram influência da Economia da Cultura – campo de estudo consolidado na década de 1960 – cuja abordagem concentra-se na investigação da relação entre a cultura e os fenômenos econômicos (TOWSE, 2011). Ademais, acrescenta-se como contribuição estadunidense, o estudo sobre a configuração da estrutura ocupacional do conjunto de atividades econômicas da criatividade (IZERROUGENE; COELHO; MATA, 2012). Por essa abordagem, busca-se compreender a dinâmica e a estrutura do mercado de trabalho criativo, tomando como referência o emprego de base intelectual. Porquanto, tais ocupações configuram uma classe criativa de profissionais (FLORIDA, 2002), em que a criatividade e o conhecimento (popular e/ou especializado) viabilizam novas

formas de reprodução do capital, seja pela conformação de novos bens e serviços com elevado apelo ao consumo ou pela consolidação de alternativas de produção baseadas na economia solidaria.

Este caráter concebe a ideia de inclusão social – antes mencionada neste trabalho – visto que com recursos próprios e intangíveis os indivíduos tendem a transformar a estrutura socioeconômica do mercado de trabalho, alocando-se tanto em setores que exigem elevado nível de educação, como em segmentos artísticos e culturais, em que prevalece a expertise do conhecimento popular e cultural, conforme destaca Florida (2002). Ressalta-se que os profissionais da criatividade podem se organizar de forma alternativa, por meio do empreendedorismo individual e coletivo, assim como por meio de redes solidárias de cooperação, inserindo-se em segmentos como artes e artesanato, por exemplo. Ademais, destaca-se que a aglomeração deste tipo de profissionais consiste em uma informação relevante para as decisões locacionais de investimentos, sendo, portanto, um relevante indutor de desenvolvimento territorial, tanto através da formação induzida de territórios criativos, a exemplo dos polos de ciência, tecnologia e criatividade (JACOBS, 2001).

Em 2004, iniciaram-se esforços sistematizados de classificação da indústria criativa, bem como propostas de mensuração do valor adicionado por essa indústria em termos globais. Destacam-se a esse respeito as iniciativas da UNCTAD (2004, 2010, 2014), UNESCO (2007), abordando a indústria criativa como uma estratégia de desenvolvimento endógeno. No Brasil, a agenda inicia-se a partir de 2008, com o mapeamento da indústria criativa realizado para São Paulo (FUNDAP, 2008), o mapeamento do emprego criativo no país pela Firjan (2012, 2014). Em 2012 o governo brasileiro instituiu a Secretaria da Economia Criativa (SEC) ligado ao Ministério da Cultura. De forma estrutural, a SEC propõe a seguinte definição para o conjunto de atividades econômicas criativas: setores “que têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor” resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social (MINC, 2012, p. 22). Sequencialmente, novos esforços de mensuração dos setores criativos foram empreendidos, destacando-se a estimativa do PIB setorial para o Rio Grande do Sul (FEE, 2013) e o diagnóstico da estrutura ocupacional do setor criativo na Bahia e no Nordeste (SEI/SECULT, 2015).

Enquanto campo de investigação, o conceito de economia criativa tem sido apresentado de múltiplas formas na literatura, não havendo um consenso usual entre os trabalhos em economia. Contudo, observa-se que o objeto central de estudo das pesquisas com ênfase em economia criativa articula-se com relações de produção, distribuição e circulação de bens e serviços com elevada carga simbólica em sua concepção. Por isso, grande parte desses estudos se caracterizam por uma abordagem analítica multifacetada, apropriando-se de conceitos de economia, cultura e tecnologia, podendo, portanto, articular-se com diversos ramos do conhecimento para interpretar o processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços com conteúdo simbólico e criativo. Por essa razão, trata-se de um campo de análise que se entrelaça com aspectos e fenômenos da sociologia, antropologia, administração, engenharia, entre outros, com os quais se espera explicar o caráter econômico da criatividade.

Para tanto, o campo da economia criativa concentra sua investigação nos efeitos de atividades econômicas criativas sobre o desenvolvimento econômico, cuja teorização associa-se aos novos conceitos de economia, ou, economia contemporânea, visto que o modo de produção e circulação deste tipo de bens é, fundamentalmente, dependente das novas tecnologias e de alternativas econômicas existentes para o setor e secundário e terciário (FREEMAN, 2010). Assim, entende-se que a economia criativa abrange além das indústrias, o estudo do impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles, conforme propõe Hartley (2005). Como resultado dos esforços empregados na investigação dessas especificidades, organismos oficiais e pesquisadores se empenharam na formulação de modelos analíticos que problematizam as dimensões da produção e do consumo criativo e propõem mecanismos de classificação setorial.

Esses modelos partem da similaridade dos bens e serviços direcionados ao mercado, cujos esforços de classificação são, essencialmente, baseados na “energia intelectual, cuja fonte deriva do patrimônio cultural e natural, e cuja dinâmica se encontra no capital humano, isto é, nas aptidões educacionais e informacionais do fator trabalho”, conforme destaca Izerrougene, Coelho e Mata (2012, p. 666). Essa conotação permite englobar

dentro deste conglomerado produtivo todos os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos básicos. Dessa forma, parece adequado, para este estudo, reunir os diversos conceitos de indústrias criativas, considerando a pluralidade existente. Para tanto, o Quadro 1 apresenta algumas das interpretações da economia criativa.

Quadro 1 – Proposições conceituais de indústrias criativas

Continua.

Proposição Conceitual	Referência
Indústrias criativas (música, entretenimento e moda, por exemplo) são geridas por empreendedores que aproveitam ao máximo o talento e a criatividade dos indivíduos, transformando suas ideias em produtos e serviços transacionais. Nessas indústrias, grandes organizações dotam acesso ao mercado, por meio do varejo e da distribuição. Ressalta-se, porém, que o insumo essencial desse tipo de segmento de mercado constitui-se na criatividade de produtores de conteúdo independentes.	LEADBEATER (1999)
Indústrias criativas referem-se às atividades econômicas que produzem e fornecem bens e serviços associados a valores culturais, artísticos ou simplesmente de entretenimento. Elas incluem publicação de livros e revistas, as artes visuais (pintura e escultura), as artes performáticas (teatro e danças), gravação de músicas, filmes, moda, brinquedos e jogos.	CAVES (2001)
Trata-se de um conjunto de negócios orientados comercialmente para o mercado, fazendo uso da criatividade e a propriedade intelectual como recurso primário. Sua lógica mercadológica entra-se sustentada nos lucros advindos da exploração dos conteúdos criativos.	HOTN (2000)
As atividades das indústrias criativas podem ser inseridas em um grupo de atividades que incluem desde as atividades totalmente dependentes da circulação de conteúdo simbólico e sustentadas pela audiência (exemplifica-se as apresentações e exibições culturais das mais variadas naturezas) até aquelas atividades informacionais, orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão (publicação, música gravada, filme, <i>broadcasting</i> , por exemplo).	CORNFORD; CHARLES (2001)
Entende-se como indústrias da criatividade o conjunto de atividades que se dedica a produtos e serviços culturais, contemplando certo grau de propriedade intelectual, cujo retorno é auferido pela valoração do conteúdo simbólico intrínsecos aos produtos e serviços que lhe são pertinentes.	THROSBY (2001)
As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e do setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento. Ademais, a indústria criativa apresenta uma grande variedade de atividades relacionadas, que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade.	JEFFCUTT; PRATT (2002)
Indústrias criativas é um tema que se segue à paisagem política, cultural e tecnológica. Baseia-se na consideração de cultura como criatividade, entretanto, a criatividade enquanto recurso é passível de ser produzida, organizada, consumida e desfrutada de forma muito diferente nas sociedades pós-industriais, o que permite a configuração de mercados específicos para transacioná-las em formas de bens e serviços.	CUNNINGHAM (2002)

Proposição Conceitual	Referência
Representa um <i>cluster</i> de atividades, as quais possuem a criatividade como um componente essencial, estando-as inseridas diretamente no processo industrial e sujeitas à proteção de direitos autorais. Trata-se dos ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários.	UNCTAD (2004)
Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração de propriedade intelectual [...] tem por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).	DCMS (2005)
Indústrias criativas são aquelas que produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio de produção. Trata-se de segmentos de mercados guiados por um regime de propriedade intelectual e que, na verdade, empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um grupo central composto de música, audiovisual, multimídia, <i>Software</i> , <i>broadcasting</i> e os processos de editoria em geral.	JAGUARIBE (2006)
O termo indústrias criativas abrange um conjunto amplo de atividades que incluem as indústrias culturais (produção cultural ou artística, como obras e espetáculos ao vivo ou produzidas como uma unidade individual reproduzível, por exemplo). Abrange também os setores cujo produto ou serviço contém um elemento artístico ou um esforço criativo substancial, como: como arquitetura e propaganda.	UNESCO (2007)
Indústrias criativas são entendidas como um conjunto de setores econômicos específicos e baseados em um ativo intangível e simbólico. Apresenta variações de acordo com a região ou país, considerando o impacto econômico potencial na geração de riqueza, trabalho, arrecadação tributária e divisas de exportações.	REIS (2008)
As indústrias criativas assentam-se na convergência de três campos, a saber, as artes, as indústrias culturais e as novas tecnologias digitais de informação, baseando-se, também, na economia do conhecimento, na sociedade em rede e da informação. Seu conjunto de atividades econômicas opera em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural, apresentando uma grande variedade de atividades que possuem como núcleo a criatividade.	BENDASSOLLI; WOOD (2009)
São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e, ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.	CAIADO (2011)
Conglomerado produtivo responsável pelo fluxo de produção, distribuição e circulação de um conjunto de bens e serviços dotados de valor simbólico e que mobilizam ativos culturais, intelectuais, tecnológicos e científicos.	SOUZA (2015)

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de diversas referências.

4 Metodologia

Torna-se cada vez mais complexo delimitar as atividades econômicas que compõem o conglomerado produtivo criativo (indústrias criativas), principal objeto de estudo da economia criativa. Isso porque, há diferentes proposições conceituais a respeito de indústrias criativas, conforme apresentado no Quadro 1. Ademais, as regiões, nas suas mais variadas escalas, apresentam distinções relativas à vocação criativa de suas atividades produtivas, o que amplia as classificações das atividades econômicas alicerçadas no critério da criatividade. Por esse motivo, os diversos modelos analíticos constituídos ao longo dos últimos anos, segundo Oliveira et al., (2013, p. 14), buscaram “proporcionar uma sistemática de entendimento sobre as características estruturais das indústrias criativas”, considerando casos e regiões específicas. Portanto, segundo os autores, “cada modelo tem uma razão particular, dependendo de suposições subjacentes sobre a finalidade e o modo de operação das indústrias. Cada um leva a uma base diferente para a classificação em indústrias centrais e periféricas” vinculadas à economia criativa. Por isso, o termo indústria criativa apresenta-se associado a um conjunto de termos complementares e tipologias. Neste *paper*, são considerados 12 tipologias, que constituem a amostra bibliográfica selecionada, que são: economia criativa, indústria criativa, indústria cultural, classe criativa, cluster criativos, cluster culturais, cidades criativas, políticas criativas, política cultural, empreendedorismo criativo, capital simbólico e capital criativo.

Diante desses aspectos e considerando os objetivos e a situação-problema apresentada anteriormente, essa pesquisa adota como método de abordagem o hipotético-dedutivo que, segundo Lakatos e Marconi (1991, p.72), “defende o aparecimento, em primeiro lugar, do problema e da conjectura, que serão testados pela observação e experimentação”. Portanto, a pesquisa buscará falsear o enunciado hipotético formulado a partir da questão problema, no seu aspecto factual. Como resultado, espera-se um *survey* da literatura selecionada, de forma que seja possível se reportar aos argumentos traçados na pesquisa. Dessa forma, a estratégia metodológica recorre a métodos de inferência bibliométricos, os quais buscam subsidiar afirmações de caráter probabilístico sobre a ocorrência do termo indústria criativa e suas respectivas tipologias entre periódicos indexados na Web of Science. A análise temporal compreende o período entre 2004 e outubro de 2017 – pós-modelo UNCTAD. Foram estabelecidos os seguintes critérios de estratificação amostral: a) períodos classificados na área de Economia, com fator de impacto, média de citação superior à média do periódico (35). As produções nacionais foram estratificadas por ocorrência, mas não apresentaram fatores estatisticamente significativos, por isso foram excluídas da análise. Não se aplicou o cálculo de Quociente de Produção (QP), pois apesar de classificados em economia, nem todos os periódicos restringem-se a área de economia, não sendo possível identificar a classificação JEL.

4.1 Procedimento teórico-metodológico

Este artigo utiliza bibliometria como procedimento teórico-metodológico, que consiste em uma técnica quantitativa e estatística de medição dos índices de produção bibliográfica e disseminação do conhecimento científico em periódicos indexados, conforme Araújo (2006). Possui três leis e abordagens fundamentais – Lotka, Bradford e Zipf, que analisam, respectivamente, a produtividade científica de autores, de periódicos e a frequência de palavras. Enquanto método de abordagem, o *paper* utiliza o espectro meta-analítico, que possui por escopo correlacionar os dados de produção bibliográfica de um conjunto de trabalhos selecionados, com a finalidade de agrupar os estudos (resultados, variáveis relevantes na especificação do pesquisador) por objeto de estudo, área do conhecimento ou método analítico.

Segundo Sánchez Meca (2002), a meta-análise permite a construção de marcos teóricos a partir de agrupamentos estatísticos da produção bibliográfica, sendo possível situar o estado da arte de determinados objetos, bem como a subsidiar uma síntese de evidências teóricas e empíricas. Isso porque, integra quantitativamente os resultados das pesquisas existentes acerca de determinado objeto por meio de uma tendência de recorrência nos registrados indexados. Este estudo referencia-se no modelo meta-analítico proposto e elaborado por García e Ramírez (2004), que calibram o enfoque meta-analítico para reunir

informações bibliográficas de um determinado objeto de investigação. Neste trabalho, emprega-se uma estratégia meta-fatorial.

4.2 Estratégia analítica

Segundo Melo (2006, p. 54), a análise fatorial possui como escopo fundamental a “redução do número original de variáveis, por meio da extração de fatores independentes, de tal forma que estes fatores possam explicar, de forma simples e reduzida, as variáveis originais”. A análise de supõe que cada variável X^j é linearmente dependente de poucas variáveis aleatórias não observadas F_1, F_2, \dots, F_m ($m < p$), que são denominadas fatores comuns, e p fontes adicionais de variação e_1, e_2, \dots, e_p , denominadas fatores específicos (erros), conforme sustenta Johnson e Wichern (1998).

O modelo teórico-metodológico da análise fatorial expressa-se por:

$$X_j = a_{j1}F_1 + a_{j2}F_2 + \dots + a_{jm}F_m + e_j, \quad (01)$$

Em que, X^j é a j -ésima variável, $a_{j1}, a_{j2}, \dots, a_{jm}$ são as cargas dos fatores para a j -ésima variável e F_1, F_2, \dots, F_m são m fatores comuns não correlacionados, com m menor que p . Os p valores observados X_p são expressos em termos de $p + m$ variáveis aleatórias não observáveis ($F_1, F_2, \dots, F_m; e_1, e_2, \dots, e_p$). Esse modelo presume três efeitos aditivos, que são: distribuição normal para as variáveis originais e dos fatores obtidos na análise; resíduos independentes e relações lineares entre as variáveis originais inseridas ao modelo (MARÔCO, 2011).

O modelo de análise fatorial considera que as $p+p(p-1)/2=p(p+1)/2$ variâncias e covariâncias para X podem ser reproduzidas a partir de pm cargas fatoriais (a_{ij}) e p variâncias específicas (ψ_i). Quando $m = p$, qualquer matriz de covariância (Σ) pode ser reproduzida exatamente como $\Lambda\Lambda'$, e ψ pode ser nula. Contudo, a análise fatorial será mais eficiente e útil quando m for pequeno em relação a p , proporcionando uma explicação mais simples da covariação das variáveis em X , com base num número de parâmetros menor do que os $p(p+1)/2$ parâmetros de Σ (JOHNSON; WICHERN, 1988).

A análise fatorial implica na imposição de condições que permitam a obtenção de estimativas únicas de Λ e ψ . A partir de uma análise da matriz de correlação das diversas variáveis iniciais será possível obter escores fatoriais, que consistem numa combinação linear das variáveis iniciais, capazes de sintetizá-las e explicá-las. A definição dos fatores irá determinar os termos com maior participação nos registros indexados, critério para a seleção dos artigos. Realizar-se na pesquisa quatro análises fatoriais, obtendo-se quatro grupo de fatores, uma para cada termo/tipologia: quantidade de artigos, citações por tema, média de citação por artigo em cada tema e indicador de vida útil do tema. Em face dessas premissas metodológicas, a análise meta-fatorial da amostra bibliográfica seguirá os seguintes procedimentos (Quadro 2).

Quadro 2 – Procedimentos metodológicos da análise fatorial previstos para esta pesquisa

Estágio	Objetivo	Procedimentos	Técnica Empregada
Determinação dos fatores	Estimar os parâmetros das cargas fatoriais a partir das variáveis agrupadas	a) Verificar se os fatores comuns (f_m) são independentes e igualmente distribuídos com média 0 e variância 1; b) Verificar se os fatores específicos (e_p) são independentes e igualmente distribuídos com média 0 e variância ψ_i ; c) Determinar se f_m e e_p são independentes entre si (ortogonais) ou não (obliquos), por meio do cálculo das correlações, em que diferentes variáveis são agrupadas em fatores específicos (dimensões).	Método dos Componentes Principais
Rotação dos fatores	Transformar os fatores obtidos em novos fatores independentes	Os fatores serão rotacionados dois a dois, por: $B = \Lambda M_{12} M_{13} \dots M_{kq} \dots M_{(m-1),m} \quad (02)$ Onde, $k=1,2, \dots, (m-1)$, e o correspondente $q = p+1, p+2, \dots, m$. A expressão indica que a matriz dos fatores finais (B), corresponde ao produto das transformações de todas as	Método Varimax

		combinações de pares de fatores. O conjunto completo de $m(m-1)/2$ pares de p e q (corresponde à combinação de m fatores 2 a 2) é chamado ciclo, que deverá ser repetido até que o valor de B seja estável. Assim, será possível identificar os fatores que possuam variáveis com alta e baixa correlação, evitando distorções.	
Confirmação dos fatores	Verificar se análise fatorial tem validade para as variáveis escolhidas	<p>Essa etapa verifica se a matriz de correlação inversa é próxima da matriz diagonal, comparando os valores dos coeficientes de correlação linear observados com os valores dos coeficientes de correlação parcial, através da expressão:</p> $KMO = \frac{\sum_{j=1}^p \sum_{m=1, m \neq j}^p r_{jm}^2}{\sum_{j=1}^p \sum_{m=1, m \neq j}^p r_{jm}^2 + \sum_{j=1}^p \sum_{m=1, m \neq j}^p r_{pjm}^2} \quad (03)$ <p>Em que, r_{jm} é o coeficiente de correlação simples entre as variáveis X_j e X_m; e r_{pjm} é o coeficiente de correlação parcial entre X_j e X_m, dados os outros X_s. Valores entre 0,5 e 1,0 indicam que a análise fatorial é apropriada, enquanto abaixo de 0,5 indicam inadequação.</p>	Teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Hair et al. (1998), Marôco (2011).

5 Resultados e discussão

Entre as principais diferenças dos trabalhos que abordam a indústria criativa podem ser destacados os seguintes aspectos: origem da interpretação conceitual de indústrias criativas, ênfase (ou não) na questão cultural; geração de valor pela exploração da propriedade intelectual; divergência no entendimento de criatividade, enquanto recurso produtivo principal. Por conseguinte, a análise estrutural e a seleção das atividades econômicas que compõem cada modelo se diferenciam em função das características estruturais consideradas na definição de indústria criativa adotada pela composição e propósito analítico da classificação. Por isso, não existe na literatura uma uniformidade entre o referencial teórico que fundamenta a análise das indústrias criativas, tão pouco existe homogeneidade nos objetos setoriais analisados.

De acordo com a Tabela 1, verifica-se que o termo indústria cultural apresenta uma maior incidência de pesquisas indexadas entre os periódicos internacionais analisados. Entretanto, são pesquisas que versam sobre economia criativa (conforme objetivo, palavra-chave e referência ao termo no título do artigo) que apresentam maior número de citações, seguido do próprio termo indústria cultural. Os artigos que versam especificamente sobre indústria criativa apresentaram 489 ocorrências, com o registro de 4.870 citações, perfazendo 14,84% e 13,30%, respectivamente. Os termos economia criativa, indústria criativa, indústria cultural e política cultural apresentam os maiores índices de vida útil, medido pela longevidade do acesso e citação do artigo no total do termo, concomitantemente 12,12%, 11,78% e 12,46%.

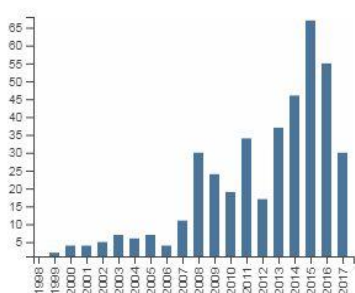
Tabela 1 – Estatísticas bibliográfica para temas relativos a indústria criativa

Temática	Artigos		Citações		Média de Citação	H-Index	
	Nº	%	Nº	%		Nº	%
Economia criativa	423	12,84	6.949	18,97	16,43	36	12,12
Indústria criativa	489	14,84	4.870	13,30	9,96	35	11,78
Indústria cultural	639	19,39	5.977	16,32	9,35	37	12,46
Classe criativa	140	4,25	1.755	4,79	12,54	19	6,40
Cluster criativos	93	2,82	1.555	4,25	16,72	14	4,71
Cluster culturais	154	4,67	1.394	3,81	9,05	21	7,07
Cidades criativas	206	6,25	2.813	7,68	13,66	23	7,74

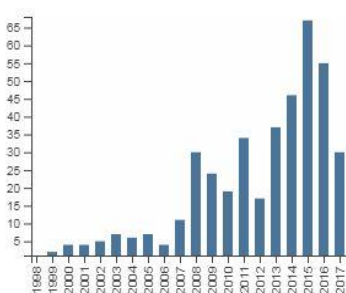
Temática	Artigos		Citações		Média de Citação	H-Index	
	Nº	%	Nº	%	Nº	Nº	%
Políticas criativas	292	8,86	2.941	8,03	10,07	29	9,76
Política cultural	489	14,84	4.870	13,30	9,96	35	11,78
Empreendedorismo criativo	134	4,07	1.149	3,14	8,57	17	5,72
Capital simbólico	31	0,94	488	1,33	15,74	8	2,69
Capital criativo	205	6,22	1.868	5,10	9,11	23	7,74
Total	3.295	100,00	36.629	100,00	10,85	297	100,00

Fonte: Web Of Science (2017).

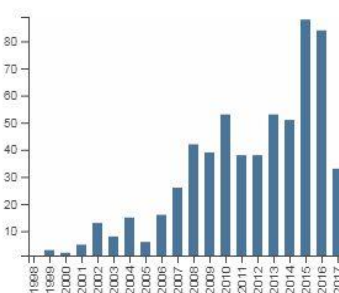
Esses resultados sugerem que os modelos de classificação baseados em Texto Simbólico, Círculos concêntricos e Propriedade Intelectual são os mais proeminentes entre os artigos publicados nos periódicos de elevado fator de impacto. A abordagem de Texto Simbólico vê o cerne das artes como o *locus* do estabelecimento social e político, privilegiando as atividades econômicas intensivas em criatividade cultural, reproduzida e massificada (TOWSE, 2011). De forma semelhante a abordagem dos Círculos Concêntricos baseia-se na proposição de que é o valor cultural dos bens culturais que dá a essas indústrias a sua característica mais distintiva. Os artigos situados nessa temática apresentam forte relação com políticas culturais e estudos de caso de indústrias culturais mais específicas, como *games*. Todos os temas apresentaram elevada taxa de crescimento, com destaque para o ano de 2015.



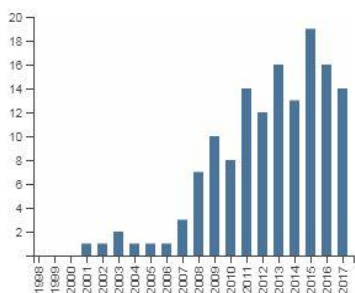
(a) Economia Criativa



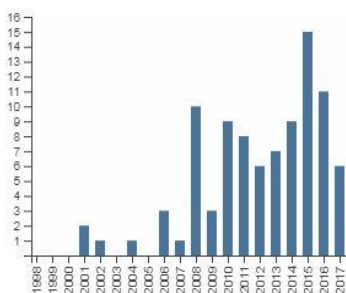
(b) Indústria Criativa



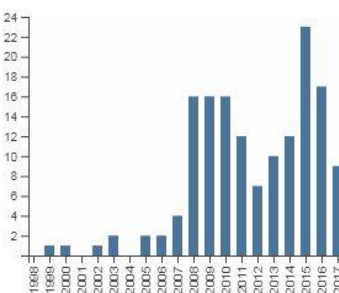
(c) Indústria Cultural



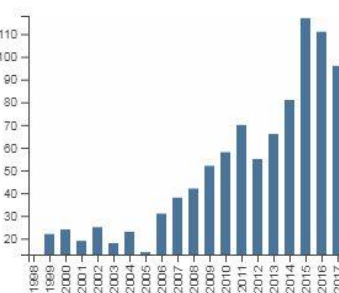
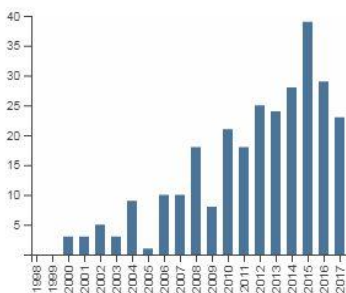
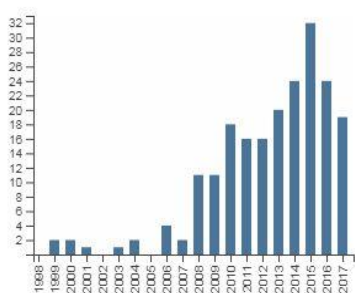
(d) Classe Criativa



(e) Clusters Criativos



(f) Clusters Culturais



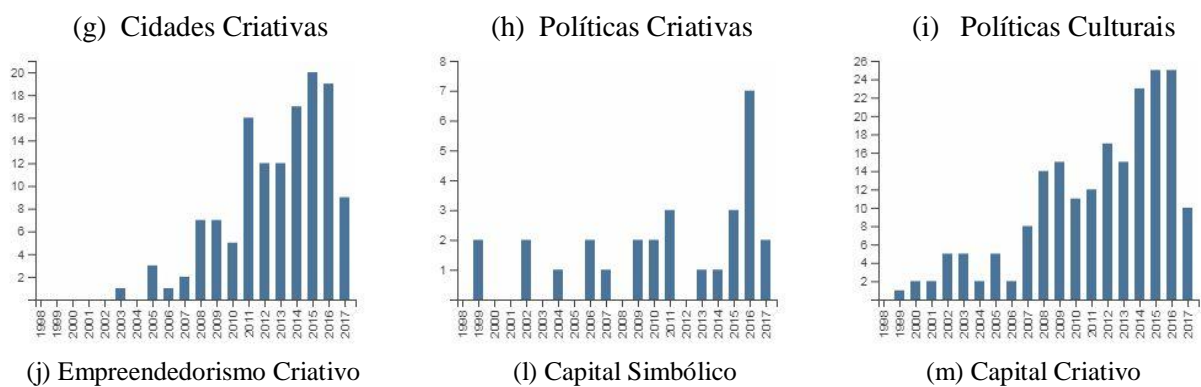


Figura 2 – Artigos publicados, segundo temática da economia criativa, em periódicos indexados na Web of Science – 1998-2017

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Web of Science.

Para especificar um *survey* fatorial dos artigos que empregam metodologia de classificação setorial da indústria criativa realizou-se a rotação ortogonal da base de dados, de forma a reduzir as informações bibliométricos dos artigos inseridos na amostra em fatores. Inicialmente, procedeu-se a rotação fatorial da quantidade de artigo por temática relacionada a economia criativa, bem como a quantidade de citação registrado pela temática e a média de citação por artigo publicado, além do índice de longevidade da publicação. Dada a elevada quantidade de artigos selecionados na amostra (Figura 2), os dados foram categorizados.

Por meio do Quadro 3, observa-se a matriz de correlação das cargas fatoriais. Os dados reportam a significância do teste de correlação de Pearson abaixo da matriz identidade. Para a validade das cargas fatoriais, espera-se que os valores das correlações sejam baixos, de forma a revelar a validade das cargas encontradas. No Quadro 3, verifica-se valores inferior a 0,5, o revela adequação dos dados. O resultado do teste de significância de *Bartlett* também rejeitou a hipótese nula de inadequação dos dados e o KMO de 0,50 indicou a adequação moderada.

Quadro 3 – Matriz de correlação das cargas fatoriais estimadas para os parâmetros bibliométricos

		Artigos	Citações	Média	Índice
Correlação	Art	1,000	0,918	-0,327	0,951
	Cit	0,918	1,000	-0,008	0,929
	Med	-0,327	-0,008	1,000	-0,333
	Ilex	0,951	0,929	-0,333	1,000
Sig. (1 extremidade)	Art		0,000	0,150	0,000
	Cit	0,000		0,490	0,000
	Med	0,150	0,490		0,145
	Ilex	0,000	0,000	0,145	
Medida KMO de validação: 0,5 aproximados		Teste de esfericidade de Bartlett: 0.0000			

Fonte: Dados da pesquisa.0

A Tabela 2 reporta as comunalidades, ou seja, a correlação de cada variável explicada pelos fatores. Conforme o modelo teórico analítico adotado, rejeita-se os fatores que apresentarem um valor de extração inferior a 0,5%, indicando a irrelevância da variável para a explicação do comportamento bibliométricos da variável no conjunto de temas selecionados. Nessa análise, verificou-se que a média de citação por artigo publicado não é significativa. Semelhantemente, identificou-se que o índice de longevidade da publicação demonstra maior relevância para a estratificação dos artigos com maior repercussão entre a literatura indexada. Esse resultado foi corroborado pela matriz de componentes principais, indicando o índice de longevidade como o fator mais relevante para explicitar os artigos de maior impacto (0,9890).

Tabela 2 – Comunalidades obtidas pelo método dos componentes principais – indústria criativa

Fatores/variáveis	Inicial	Extração
Artigos publicados	1,000	0,969
Citações totais por tema	1,000	0,882
Média de citações por artigo	1,000	0,115
Índice de longevidade	1,000	0,978

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos critérios de estratificação fatorial, foram selecionados os cinco artigos de maior impacto entre as temáticas selecionadas na amostra, com a finalidade de obter informações quanto a natureza e aspectos gerais da pesquisa, sem, contudo, proceder revisão da literatura. Nessa fase, o objetivo da pesquisa foi apenas especificar um *survey* da literatura. Os resultados indicaram que apesar da temática cultural apresentar maior

recorrência entre os artigos publicados, são os estudos que tratam a criatividade científica e tecnológica os que apresentam maior impacto bibliográfico, considerando o *survey* fatorial especificado.

A análise qualitativa indicou que os estudos de maior impacto se encontram publicados em periódicos dos Estados Unidos e do Reino Unido. Entre os principais objetos de pesquisa estão aspectos regionais, distribuição espacial da atividade criativa e geografia da inovação. Verifica-se, entretanto, a ausência de uma convergência metodológica nos estudos. Os autores Florida (2006) e Scott (2006) listados no panorama teórico-conceitual do tema estão entre os mais citados, dentre os estudos empíricos capturados na estratificação fatorial realizada.

Tabela 3 – *Survey* especificado por análise fatorial de artigos relacionados a economia criativa

Autor	Origem	Objeto	Método	Variáveis	Citações
Storper e Venables (2004)	UK	Aglomeração produtiva	Modelo de coordenação	Equipamentos culturais, Infraestrutura, empresas	880
Mudambi (2008)	UK	Clusters tecnológicos	Estudo de caso	Estatísticas setoriais	278
Florida, Mellander e Stolarick (2008)	UK	Desenv. Regional	Equações estruturais	Emprego, salário e outras	256
Scott (2006)	EUA	Redes e cooperação	Econometria espacial	Emprego, infraestrutura Empresas, ICTS	134
Gertler (2010)	UK	Instituições	Qualitativo	-	130
Bernard, Redding, Schott (2007)	EUA	Heterogeneidade industrial	Microeconometria	Consumo e produção Exportação	222
Gans, Hsu e Stern (2002)	EUA	Start-ups	Probit	Cooperação, patentes, licenças, estatísticas setoriais	210
Brandt, Van Biesebroeck e Zhang (2012)	EUA	Produtividade setorial	Painel dinâmico	PTF	155
Johns (2006)	UK	Cadeia global de valor	Estudo de caso	Estatísticas setoriais	83

Fonte: Dados da pesquisa.

Para efeito de análise o presente trabalho segregou os periódicos por meio do fator de impacto, considerando o ISI *Journal Citation Report Edition*, para tanto. Nesse aspecto, observou-se que a revista *Journal of Economic Literature* apresenta o maior fator de impacto de todas as revistas estudadas. Foram selecionadas 10 revistas com maior fator de impacto, bem como as revistas referenciadas nos artigos com maior número de citações e, ainda, as revistas que foram citadas nos estudos publicados em anais de conferências da área.

REVISTA	FATOR DE IMPACTO
J ECON LIT	6.667
Q J ECON	5.278
J FINANC	4.333
J ACCOUNT ECON	3.912
ECONOMETRICA	3.823
BROOKINGS PAP ECO AC	3.680

REVISTA	QTD DE CITAÇÕES
JOURNAL OF ECONOMIC GEOGRAPHY	605
JOURNAL OF ECONOMIC GROWTH	112
JOURNAL OF DEVELOPMENT STUDIES	65
JOURNAL OF POLITICAL ECONOMY	48
AMERICAN ECONOMIC REVIEW	40
ECONOMIC GEOGRAPHY	39

AM ECON J-APPL ECON	3.539	ECONOMIC DEVELOPMENT QUARTERLY	36
J ECON PERSPECT	3.489	REGIONAL STUDIES	35
J POLIT ECON	3.483		
J FINANC ECON	3.424		

AMERICAN ECONOMIC REVIEW
AMERICAN ECONOMIC JOURNALS: APPLIED ECONOMICS
BROOKINGS PAPERS ON ECONOMIC ACTIVITY
ECONOMETRICA
ECONOMIC DEVELOPMENT QUARTERLY
ECONOMIC GEOGRAPHY
ECONOMIC POLICY
JOURNAL FINANC
JOURNAL OF ACCOUNTING AND ECONOMICS
JOURNAL OF DEVELOPMENT STUDIES
JOURNAL OF ECONOMIC GEOGRAPHY
JOURNAL OF ECONOMIC GROWTH
JOURNAL OF ECONOMIC LITERATURE
JOURNAL OF POLITICAL ECONOMY
JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES
JOURNAL OF FINANCIAL ECONOMICS
MANA-ESTUDOS DE ANTROPOLOGIA SOCIAL
ORGANIZATION STUDIES
QUARTERLY JOURNAL OF ECONOMICS
RAE-REVISTA DE ADMINISTRACAO DE EMPRESAS
REGIONAL STUDIES
REVIEW OF ECONOMIC DYNAMICS

Figura 3 – Revistas selecionadas, segundo critério metodológico de pesquisa
Fonte: Dados da pesquisa.

5 Considerações finais

A criatividade enquanto objeto da análise econômica é relativamente recente, assim como o esforço de sistematização enquanto atividade produtiva. Uma importante contribuição para organizar a criatividade e a cultura em um conjunto sistemático de atividades econômicas se deu pelo governo inglês, que em 2002, considerou as indústrias criativas como importantes motores de acumulação de capital e viabilizar a reprodução capitalista através da oferta de tecnologia e conhecimento.

Com base na análise empírica a partir da revisão de periódicos da base Web of Science para o período 1998-2017, pode-se verificar que os conceitos de economia criativa e suas respectivas tipologias apresentam um desdobramento recente entre a literatura econômica, mas crescente se analisado a indexagem de artigos científicos publicados em periódicos internacionais. Do ponto de vista conceitual, verifica-se uma concentração temática da abordagem da criatividade cultural entre os estudos. Os dados revelaram, contudo, que é a abordagem da criatividade científica e tecnológica que apresentam estudos com maior impacto e alcance dentre os artigos que versam sobre economia criativa. Nesse sentido, destaca-se a proeminência de estudos empíricos que versam sobre a indústria criativa de base tecnológica, de modo que o escopo teórico-analítico desse fenômeno possa ser melhor compreendido através de estudos de realidades concretas, associadas a existência de sistemas de inovação e aprendizagem, por exemplo.

Cabe salientar, que no Survey da literatura objeto deste trabalho, indica-se que as indústrias criativas culturais e tecnológica apresentam nexos de complementariedade, contudo apresentam distinções relevantes no que se refere aos critérios de classificação setorial de suas atividades econômicas. No que se refere a abordagem, verificou-se que ambas direções teóricas da abordagem de indústria criativa têm sido amplamente analisadas sob a ênfase da microeconomia e da economia regional e urbana. O objeto das políticas públicas também encontra-se fortemente relacionados aos artigos relacionados a indústria criativa de base cultural.

Os resultados da análise qualitativa apontam que os periódicos com maior impacto na área situam-se nos Estados Unidos e no Reino Unido. Contudo, estudos de caso pontuais relativos a países emergentes como a China têm apresentado forte recorrência entre aqueles especificados. Esses resultados indicam a relativa escassez de periódicos de países emergentes que divulguem esforços de pesquisas teóricas e empíricas. O Brasil, por exemplo, apresenta pouca contribuição dentro desse escopo, ainda que com uma sólida indústria cultural e artística.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, E. M. Inovação em Celso Furtado: criatividade humana e crítica ao capitalismo. In: D'AGUIAR, R. F. (Org.). **Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: E-papers, 2013. p. 155-172.
- AMARAL FILHO, J. do. Cultura, criatividade e desenvolvimento. In: D'AGUIAR, R. F. (Org.). **Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: E-papers, 2013. p. 215-234.
- AREND, M. Revoluções tecnológicas, finanças internacionais e estratégias de desenvolvimento: um approach neo-schumpeteriano. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 33, n. 2, p. 363-396, nov. 2012.
- AUGUSTO, A. G. Teoria da ação na escola neoclássica. **Pesquisa & Debate**, v. 1, n. 2(38), p. 225-246, 2010.
- BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JR., T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, Mi. P. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n.1, p. 10-18, 2009.
- BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **JADE**, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001.
- Boccardelli, P. Creative Industries. In.: AUDIER, M.; TEECE, D. J. **The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management**. London: Palgrave Macmillan UK, 2016. P. 1-6.

CALABRESE, A. Creative industries. **Journal of Media & Cultural Studies**, v. 20, n. 1, p. 127-135, mar. 2006.

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

CONCEIÇÃO, O. A. C. Além da transação: uma comparação do pensamento dos institucionalistas com os evolucionários e pós-Keynesianos. **Revista Economia**, Brasília, v. 8, n. 3, p. 621-642, set.-dez. 2007.

CORREA, P.R; CRUZ, R.G. Meta-análisis sobre la implantacion de Sistemas de planificación de recursos Empresariales (ERP). **Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação**, v. 2, n. 3. São Paulo: FEA USP, 2005, p. 235-279.

COSTA, A. D.; SOUZA-SANTOS, E. R. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Revista Economia & Tecnologia**, v, 25, n. 7, p. 1-8, abr.-jun. 2008

COUTINHO, L. Economia Criativa para o Desenvolvimento. MINC, MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. Brasília: MinC, 2012.

CUCHE, D. A noção de cultura nas Ciências Sociais. Bauru: EDUSC, 2002.

CUNNINGHAM, S. D. The creative industries idea. In: **The QUT creative industries experience**. Sidney: QUT Publications, 2010, p. 18-20.

DCMS, Department for Culture, Media & Sport. **Creative industries economic estimates**. Londres: DCMS, 2011.

ELIAS, N. O processo civilizador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FAUSTINO, P. **Indústrias criativas, media e clusters**. Lisboa: Mediaxxi, 2013.

FIRJAN, FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO. **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2008.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class**. Nova York: Basic Books, 2002.

FREEMAN, S. S. **Cadeia produtiva da economia do artesanato desafios para o seu desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: E-livre, 2010.

FURTADO, C. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Paz e Terra, 1978.

GARCÍA, C.R.; Y RAMIREZ, C.P. El meta análisis como instrumento de investigación en la determinación y análisis del objeto del estudio: aplicado al estudio de sistema de información. In. Congreso de Alicante, pgs. 1-13. 2004.

GOLGHER, A. B. As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros. **Revista Brasileira de Estudos Populacionais**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 109-129, jan.-jun. 2008.

HAIR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre, RS: Artmed, 1991.

HARTLEY, J. (Ed.). **Creative industries**. Oxford: Blackwell Publishing, 2005.

HARTLEY, J. Os estudos culturais e a urgência por interdisciplinaridade: cedo, e não tarde, vamos precisar de uma ciência da cultura. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 11-44, jan.-jun. 2011.

HARVEY, D. Condição pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

HOWKINS, J. **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. 8 ed. Londres: Penguin Books, 2013.

IZERROUGENE; B. COELHO, L. A. de. A. MATA, H. T. da C. Economia Criativa: conceitos e classificações. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 22, n. 4, p. 665-674, out.-dez. 2012.

JACOBS, J. **Morte e vida das grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JOHNSON, R. A; WICHERN, D. W. **Applied multivariate statistical analysis**. Englewo: Prentice-Hall, 1988.

KUPFER, D. Uma abordagem neo-schumpeteriana da competitividade industrial. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 355-372, 1996.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

LEROY, F. L. D. A INDÚSTRIA AUDIOVISUAL NO BRASIL: uma análise a partir de dados *cross-section* e longitudinais. 2013. 141 f. Tese (Doutorado em Economia) – Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2013.

MACHADO, R. M. Da indústria cultural à economia criativa. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 18, p. 83-95, jan.-jun. 2009.

MARKUSEN, A.; SCHROCK, G. The artistic dividend: urban artistic specialisation and economic development implications. **Urban studies**, 43.10 (2006): 1661-1686.

MARÔCO, J. **Análise estatística com o SPSS Statistics**. 5ª ed. Lisboa, Portugal: ReportNumber, 2011.

MASI, Domenico. **A Economia do Ócio**. Rio de Janeiro, Editora Sextante, 2001.

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

MINC, MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. Brasília: MinC, 2012.

OLIVEIRA, J. M. de. ARAÚJO, B. C. SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. (Texto para Discussão)

POSSAS, M. L. Em direção a um paradigma microdinâmico: a abordagem neo-schumpeteriana. In: AMADEO, E. (Org.). **Ensaio sobre economia política moderna: teoria e história do pensamento econômico**. São Paulo: Marco Zero, 1988.

PROCOPIUCK, M. FREDER, S. M. Economia criativa: modelo federal brasileiro e importância das discussões frente a referências internacionais. **Cadernos do CEOM**, Santa Catarina, v. 26, v. 39, p. 94-117, 2013.

REIS, A. C. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri: Manole, 2007.

SÁNCHEZ MECA, J. La revisión del estado de la cuestión: El meta-análisis. Taller Pre-Doctoral I: Concepción de Trabajos de Investigación. **VIII Taller de Metodología de ACEDE**. 2000.

SCHUMPETER, J. A. Theorie der wirtschaftlichen entwicklung. [Português] **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, credito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1997. (Os economistas)

SCOTT, A. J. Cultural economy and the city creative field of the city. **Geografiska Annaler: Series B, Human Geography**, Londres, v. 92, n. 2, p. 115-130

SEI, SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. Boletins especiais. Salvador: SEI, 2014. Disponível em: <http://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=480&Itemid=281>. Acesso em: 19 de jan. 2015.

SILVA, J. C. M. Criativa Birô: políticas públicas para o campo da economia criativa. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 22, n. 4, p. 687-696, out.-dez. 2012.

SOUZA, T. C. A dinâmica e os efeitos de transbordamento da economia criativa no Brasil. 2015. 190 f. Dissertação (Mestrado em Economia Regional e Políticas Públicas) – Departamento de Ciências Econômicas, Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2015.

THROSBY, D. **Economics and culture**. Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.

TOLILA, P. **Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas**. Tradução Celso M.

TOWSE, R. (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. West Street: Edward Elgar Publishing Limited, 2003.

UNCTAD, ORGANIZAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O COMÉRCIO E O DESENVOLVIMENTO. **São Paulo Consensus**. São Paulo: ONU, 2004. Disponível em: <http://www.unctadxi.org/templates/startpage_4.aspx>. Acesso em: 02. abr. 2014.

Web of Science. ISI: 2017. Disponível em: <<http://apps.webofknowledge.com/>> Acesso em: 11. out. 2017.