

## CICLO PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA: UMA PROPOSTA TEÓRICA

*CREATIVE ECONOMY DEVELOPMENT CYCLE: A THEORETICAL PROPOSAL*

*CICLO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CREATIVA: UNA PROPUESTA TEÓRICA*

Victor Márcio Laus Reis Gomes<sup>1</sup>  
victorlaus@gmail.com

Alexandre Schirmer Kieling<sup>2</sup>  
alexandre.s.kieling@gmail.com

Gilberto Clovis Josemin<sup>3</sup>  
gcjosemin@gmail.com

Ciro Inácio Marcondes<sup>4</sup>  
bilaks@gmail.com

### RESUMO

Este ensaio tem o objetivo de subsidiar teoricamente a formulação e implementação de estratégias para o desenvolvimento da economia criativa. A partir de uma pesquisa bibliográfica e documental, identifica condicionantes, focos estratégicos e dimensões para avaliação de resultados, articulando esses elementos em uma proposta teórica denominada ciclo para o desenvolvimento da economia criativa. Foram identificados como focos estratégicos a pesquisa, a educação, os negócios e o trabalho criativo, o financiamento e o crescimento de mercado. Estes devem ser considerados em sua

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação Social. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB).

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB).

<sup>3</sup> Doutor em Administração. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB).

<sup>4</sup> Doutor em Comunicação. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB).

relação com os ambientes humano, sociocultural e de negócios e com as dimensões econômicas, socioculturais e tecnológicas de resultados.

**Palavras-chave:** Economia criativa. Desenvolvimento. Estratégia.

## **ABSTRACT**

This essay aims to theoretically support the formulation and implementation of strategies for creative economy development. Based on bibliographical and documentary research, it identifies conditions, strategic emphasis as well as dimensions for evaluating results. It also articulates these elements in a theoretical proposal called the creative economy development cycle. Research, education, business and creative work, financing and market growth were identified as strategic focuses. These must be considered in their relationship to the human, sociocultural and business environments and to the economic, sociocultural and technological results dimensions.

**Key words:** Creative Economy. Development. Strategy.

## **RESUMEN**

Este ensayo tiene como objetivo sustentar teóricamente la formulación e implementación de estrategias para el desarrollo de la economía creativa. A partir de investigaciones bibliográficas y documentales, identifica condiciones, enfoques estratégicos y dimensiones para evaluar resultados, articulando estos elementos en una propuesta teórica denominada ciclo para el desarrollo de la economía creativa. Se identificaron como focos estratégicos la investigación, la educación, los negocios y el trabajo creativo, la financiación y el crecimiento del mercado. Estos deben ser considerados en su relación con los entornos humano, sociocultural y empresarial y con las dimensiones económica, sociocultural y tecnológica de los resultados.

**Palabras clave:** Economía creativa. Desarrollo. Estrategia.

## 1 INTRODUÇÃO

Este ensaio teórico foi produzido no âmbito do “Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal”<sup>5</sup>, um projeto de pesquisa voltado ao mapeamento das atividades criativas, à identificação de vocações e à proposição de estratégias de desenvolvimento econômico para a região. Especificamente, o objetivo deste ensaio foi subsidiar teoricamente a proposição de recomendações estratégicas para o desenvolvimento da economia criativa nas regiões administrativas do Distrito Federal. O quadro teórico aqui apresentado foi delineado considerando a formulação e a implementação de estratégias um processo contínuo e interdependente, que precisa ser observado e tratado em sua complexidade de maneira a esclarecer o conteúdo e as ênfases decisórias (Lotta, 2019). Destarte, partindo do pressuposto de que essas ênfases constituem o núcleo central da administração, “na verdade, que a tomada de decisão era essencialmente o mesmo que a própria gestão”, conforme observam Denhardt e Catlaw (2017, p. 126) sobre a obra clássica de Simon (1970). Sendo assim, busca-se esclarecer quais as ênfases decisórias devem ser observadas na gestão para o desenvolvimento da economia criativa.

Partindo da compreensão da economia criativa como toda atividade econômica que deriva da criatividade para a geração de bens culturais, artísticos e inovadores, sejam eles tecnológicos ou científicos (Kieling; Dravet; Marques, 2022) e considerando a dinâmica e as características das atividades criativas, com destaque para sua transversalidade e base intangível (conhecimento e criatividade) de geração de valor simbólico e econômico, foram definidas três questões orientadoras para a construção deste quadro teórico: (a) quais os condicionantes ou fatores favoráveis e desfavoráveis para o desenvolvimento da economia criativa a serem observados? (b) quais as alternativas estratégicas e ênfases decisórias para o desenvolvimento da economia criativa? (c) como dimensionar o valor gerado pela economia criativa em direção ao desenvolvimento econômico e social de uma região, traduzindo em indicadores que facilitem a gestão desse processo?

Estas questões são discutidas a seguir, com base em uma pesquisa bibliográfica e documental realizada junto a autores e instituições, nacionais e internacionais,

---

<sup>5</sup> Projeto de pesquisa desenvolvido com o financiamento da Secretaria de Turismo do Distrito Federal e da Câmara de Economia Criativa da Fecomércio DF.

considerados referências para os estudos em economia criativa. As obras e documentos foram selecionados a partir de revisão de escopo, de estudo bibliométrico e de pesquisa documental realizados em uma das etapas do Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal (Dravet; Silva; Chaves, 2022; Kieling; Dravet; Marques, 2022), considerando sua relevância para a discussão sobre os condicionantes, as estratégias e os indicadores da economia criativa.

## **2 CONDICIONANTES PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA**

Há algum tempo se debatem as condições para que a economia criativa possa se desenvolver em ambientes diversos, porém concentrados especialmente nas cidades. O fato de os estudos sobre o tema serem relativamente recentes, talvez considerando a própria natureza mutável deste tipo de economia, torna difícil estabelecer parâmetros que congreguem todas as variáveis necessárias para se compreender estes fatores condicionantes de desenvolvimento. De fato, como a economia criativa apresenta um enorme grau de capilaridade em termos de atuações, serviços e demandas, é complexo estabelecer limites para estes condicionantes.

Ao mesmo tempo, tendo sempre como ponto de partida os estudos pioneiros de Richard Florida (2002; 2011), há muita controvérsia a respeito de como determinar esses condicionantes. Cada cultura teria condicionantes diferentes? Cidades de tamanhos diferentes teriam condicionantes diferentes? Economias diferentes teriam condicionantes diferentes? A economia criativa estaria circunscrita a setores privilegiados da população? Como exatamente medir os índices propostos por Florida (2002), ou pelo Home Affairs Bureau de Hong Kong (2004), duas das fontes consultadas para este trabalho? Sabe-se que a perspectiva de desenvolvimento territorial, que baliza essas referências, tem sido fortemente criticada, especialmente, pela ideia de importar talentos e não necessariamente estimular o desenvolvimento das populações locais. De outra parte, trata-se de modelos que expressam os primeiros esforços para categorizar elementos e circunstâncias que contribuem ou não para as condições de desenvolvimento.

É possível perceber que a controvérsia se dá porque os parâmetros de medição para estes índices são bastante complexos, entrecruzados, e pulverizados em uma enormidade de fatores. Junto a esses parâmetros difíceis está uma própria mudança na percepção da economia, que ocorre na medida em que ela se digitaliza, e novos atores, especialmente do Vale do Silício, entram em cena para reorganizar as possibilidades de investimento em economia criativa.

A questão é que se torna difícil pensar os condicionantes para o desenvolvimento da economia criativa sem considerar o pioneirismo dos estudos de Florida. Seus três índices (diversidade, gaytrificação<sup>6</sup>, boemia) de fato parecem fazer sentido em vários contextos de cidades consideradas criativas, porém há muitas maneiras de se olhar para estas questões por outros ângulos, e também de criticar a proposta de Florida. Ele próprio, a partir de 2015 (Florida; Mellander; King, 2015), passou a adotar a perspectiva dos 3Ts (talento, tolerância e tecnologia) na tentativa de superar as críticas.

De qualquer forma, para ele a cidade é criativa se consegue atrair o que chama de talentos, ou classe criativa, ou *human capital*. Esses talentos são atraídos, portanto, por lugares com baixas barreiras para entrada de capital humano. Onde há forte índice de imigração (diversidade – pessoas de fora da cidade), e, nesse caso, empregos bem pagos e desafiadores não são o suficiente para atrair talento. Pessoas de fora são atraídas pelo *lifestyle* de uma cidade, por sua vivacidade, capacidade de gerar negócios inovativos, capacidade de congregação social, de interesses e aventuras românticas, de uma bem servida vida boêmia.

Daí a ideia de Florida (2002), que escreveu sobre isso no início dos anos 2000, pensar em três índices que condicionam a geração de talento dentro de cidade de médio a grande porte: diversidade (a quantidade de pessoas de fora atraídas para a cidade em si), gaytrificação (a quantidade de pessoas LGBTQIA+ dentro de determinado contingente populacional) e o índice de boemia (a quantidade de bares e instituições de lazer e culturais presentes na cidade).

---

<sup>6</sup> No original, *gaytrification*. O termo, hoje um tanto anacrônico, é de Florida. Indica a incidência de pessoas LGBTQIA+ dentro de determinada comunidade.

Florida (2002) considera que “forasteiros” (pessoas não-nascidas na cidade, mas que a habitam e fazem parte de sua vida cultural) adicionam à economia criativa porque trazem pontos de vista distintos, adicionando à diversidade cultural e econômica da cidade. Eles trariam, portanto, um aspecto diaspórico de inovação e mistura para estas cidades. Ao mesmo tempo, mais pessoas LGBTQIA+ indicam maior tolerância com a diferença, e isso reflete uma sociedade livre e aberta a novas ideias e concepções de economia. Essa perspectiva vai ser ampliada em 2015 por uma ideia de tolerância que contempla toda a natureza de diversidade. Por fim, bairros boêmios e uma boa estrutura de lazer, em uma cidade, indicam potencial atração de criativos e capital humano. Para Florida, Mellander e King (2015, p. 14) “o talento é um motor de crescimento econômico em economia criativa do dia”. E pode ser medido “pela parcela da força de trabalho da classe criativa e pela parcela de adultos com ensino superior” (Florida; Mellander; King, p.14).

O estudo realizado pelo Home Affairs Bureau (2004) de Hong Kong pensa os condicionantes, no entanto, com diferentes perspectivas. Mais recente e mais elaborado, este estudo concentra suas aplicações em diferentes regiões da Ásia, e considera que a economia criativa se desenvolve a partir de cinco parâmetros conhecidos como os 5 Cs. Capital institucional e estrutural, que constituem as bases fundantes deste tipo de economia, incluindo o sistema legal, as tecnologias da informação e comunicação, a liberdade de expressão, a infraestrutura social e cultural e o empreendedorismo. O capital humano, que basicamente trata-se do índice educacional (considerando a educação superior) de uma cidade. O capital Social, que inclui as redes de pessoas nas quais os atores da economia criativa estão envolvidos, o que considera a inclusão social e a diversidade. E, por fim, o capital cultural, envolvendo a filantropia e os gastos públicos com o bem-estar social.

A análise destes condicionantes aplicados a cidades asiáticas acabou gerando o total de 88 indicadores para realizar mapeamentos extremamente completos e complexos a respeito de como funciona a economia criativa nestes ambientes. Diferentemente de Florida (2002), que tem o mérito de reduzir os condicionantes a poucos fatores (no sentido de concentrar a análise e simplificar alguns fatores que podem ser muito dispersivos), o estudo de Hong Kong (Home Affairs Bureau, 2004)

apela para um excesso de dados e informações, considerando toda a magnitude da própria complexidade da economia criativa, produzindo resultados distintos e apontando os condicionantes para outras direções.

Por exemplo, o estudo do Home Affairs Bureau (2004) considera uma muito maior participação do poder público e do Estado nacional na regulação do desenvolvimento da economia criativa. Florida (2002), por sua vez, considera principalmente a influência da *high technology industry*: indústrias baseadas no conhecimento e menos preocupadas com fatores tradicionais, como preço das terras, valor do trabalho, impostos ou iniciativas governamentais.

À parte o estudo do Home Affairs Bureau (2004), outros posicionamentos criticam os índices propostos por Florida (2002) a respeito dos condicionantes para o desenvolvimento da economia criativa em certos tipos de concentrações urbanas. Em primeiro lugar, seguindo Greffe (2015), há pouca confiança de que empresas que irão se instalar no parque industrial destas cidades vão se mobilizar a partir de índices de boemia ou gaytrificação. As redes logísticas de comunicação parecem desempenhar para essas empresas um papel bem mais essencial. Em segundo lugar, Florida (2002) parece querer pensar apenas em classes mais abastadas da população como sendo vetores de formação da economia criativa, quando setores menos privilegiados também podem desenvolver criatividade, a começar pelas minorias étnicas. Este fator multicultural, potencializado pela imigração, é pouco discutido pelo autor americano.

Além disso, diversos outros fatores podem simplesmente ser mais efetivos do que os elencados por Florida (2002) para compor o quadro de condicionantes da economia criativa. Greffe (2015) considera que o fator real condicionante é a pesquisa nas estruturas do ensino superior. Neste sentido, o investimento em educação (especialmente superior) seria o condicionante-mestre, aquele que determina todos os outros. Boas universidades geram, desdobrando-se, vários outros fatores condicionantes: criativos, boêmios, de pesquisa, de investimento, culturais, artísticos etc. Seria possível dizer, nesse contexto, que as grandes cidades possuem uma relação estratégica com a criatividade. A questão é que cada contingente populacional possui diferentes demandas em termos de criatividade e isso precisa ser pesquisado e considerado quando se planeja desenvolver a economia criativa em cidades com menos

de 200 mil habitantes (Grefe, 2015). Além disso, atenta contra as ideias de Florida (2002) o fato de que determinados agentes da arte atual defendem lógicas de produção artística que não competem aos modelos contemporâneos de produção de criatividade cultural. Ideias arraigadas, modelos econômicos ultrapassados, certo proselitismo e mesmo a falta de educação a respeito de como pode funcionar uma cadeia econômica acabam impedindo que estes artistas/boêmios sejam úteis a si próprios e desenvolvam a economia criativa em suas próprias regiões.

Trata-se de uma tarefa muito complexa, portanto, tabular toda a sistemática crítica que vem sendo feita ao trabalho de Florida (2002; 2011) nas últimas décadas, no sentido de modernizar os estudos sobre como a economia criativa se desenvolve em ambientes diferentes. Diferentes modelos aparecem a todo momento: “para Landry, serão os três Cs, cooperação, cultura e comunicação; para Howkins, serão a cooperação, a novidade e a capacidade de aprender; para Kageyama, uma mistura de emoção e de racional” (Grefe, 2015, p. 24).

O que se pode concluir é que as ideias basilares de Florida (2002; 2011) contribuem para enfatizar o caráter essencial do capital humano (que corresponde aos talentos criativos) para o desenvolvimento da economia criativa. As maneiras de atrair e desenvolver esse capital humano, por sua vez, são muito diversas e podem ocorrer de maneira distinta em cidades e contextos culturais diferentes.

Florida (2002; 2015) deu esse passo, e outros pesquisadores, baseados em dados cada vez mais abundantes, vão considerando novas perspectivas na tarefa de desvendar os inúmeros fatores condicionantes. Grefe (2015) diz, a título de conclusão, que, para a cidade ser criativa, ela depende de: novos projetos e novas atividades (a inovação em si); ligações entre agentes, comunidades e organizações (lucrativas ou não, ou seja, uma codependência e cooperatividade entre instituições); e o comprometimento dos responsáveis políticos (levando-nos a considerar também a importância de políticas públicas nesse sentido).

Aparentemente desconsiderada por Florida (2002; 2011), a política pública – ainda que criticável se produzir uma classe artística acomodada a fundos e outros tipos de financiamento que podem estancar a formação de uma verdadeira economia criativa – é sim essencial para que estes condicionantes sejam apropriados e modelados, no



sentido de apurarem-se e ajustarem-se ao melhor desenvolvimento, aporte e produção de talentos capazes de criar e gerar capital para a cultura. Considera-se, contudo, a política pública como um fator associado às alternativas estratégicas para o desenvolvimento da economia criativa tratadas na próxima sessão. O Quadro 1, a seguir, sintetiza em três categorias os principais condicionantes do desenvolvimento da economia criativa.

CONDICIONANTES	DESCRIÇÃO
Ambiente humano	Diversidade, gaytrificação (Florida, 2002); capital humano e capital social (Home Affairs Bureau, 2004); educação (Grefe, 2015).
Ambiente sociocultural	Infraestrutura social e cultural; filantropia e gastos públicos com o bem-estar social (Home Affairs Bureau, 2004); instituições de lazer e culturais (Florida, 2002).
Ambiente de negócios	Sistema legal; empreendedorismo; <i>high technology industry</i> (Home Affairs Bureau, 2004); novos projetos e novas atividades (a inovação em si); ligações entre agentes, comunidades e organizações (lucrativas ou não, ou seja, uma codependência e cooperatividade entre instituições); redes logísticas de comunicação; o comprometimento dos responsáveis políticos (Grefe, 2015).

**Quadro 1** – Condicionantes para o desenvolvimento da economia criativa

**Fonte:** Elaborado pelos autores

### 3 ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

Considerando os modelos delineados por Potts e Cunningham (2010), as diferentes possibilidades estratégicas de intervenção estariam voltadas para o subsídio, para a política industrial convencional, para o investimento e a política de crescimento e para a política de incentivo à inovação. Importa destacar que os modelos discutem a relação dinâmica entre as indústrias criativas, ou seja, como as variações nas atividades relacionadas às indústrias criativas afetam a atividade econômica agregada, indicando que o efeito é positivo no caso dos modelos de estímulo ao crescimento e à inovação. Nesses casos, é possível vislumbrar duas alternativas estratégicas fundamentais. A primeira delas diz respeito ao incentivo à produção de conhecimento, passando pelo estímulo à pesquisa e desenvolvimento, à educação e à criação de empresas inovadoras.

A segunda, por sua vez, relacionada à anterior, envolve o direcionamento de recursos para o desenvolvimento de novas ideias e tecnologias, no âmbito das indústrias criativas, como, por exemplo, o design estratégico, que possam contribuir para o crescimento de outros setores.

As alternativas estratégicas que são identificadas a partir de Potts e Cunningham (2010) são também enfatizadas pelo modelo dos 3Ts de Florida (2011), que pressupõe o investimento em educação, a produção de conhecimento e o desenvolvimento de negócios criativos, aliados a condicionantes de natureza sociocultural, para viabilizar o talento, a tecnologia e a tolerância característicos dos ambientes criativos. Florida (2011) enfatiza que a criação desses ambientes depende de um esforço contínuo direcionado à atração, retenção e desenvolvimento dos talentos criativos. Isso, por certo, tem relação com a articulação, formulação e implementação de políticas públicas que promovam e estimulem a criação de alternativas/ocupações de trabalho criativo, bem como a formação desses profissionais e a promoção da diversidade.

O estudo desenvolvido pelo governo de Hong Kong (Home Affairs Bureau, 2004) com o objetivo de construir um índice para aferir a vitalidade criativa da região e fundamentar políticas públicas e decisões de investimento, identificou cinco formas de capital que são complementares, determinam a criatividade e constituem dimensões de avaliação de seu impacto econômico. Em relação a esta proposta, é possível considerar os capitais cultural, social, humano e estrutural/institucional como focos de desenvolvimento estratégico da economia criativa. Definir-se-iam, assim, iniciativas voltadas para a promoção e desenvolvimento de infraestrutura e bases legais para a atividade criativa; geração de conhecimento e formação profissional; promoção da diversidade e inclusão, participação na política e em iniciativas sociais; promoção da arte e da cultura.

Nyko e Zendron (2018) propõem uma agenda de transformação da economia criativa ou “Agenda 4C”, envolvendo os temas do conhecimento, do crédito, da capacitação e do crescimento do mercado. Os autores enfatizam que o conhecimento é fundamental para o desenvolvimento da economia criativa e indicam três eixos a serem contemplados: a mensuração do impacto econômico por meio da produção de

indicadores detalhados e diversificados; o conhecimento setorial sobre empresas e profissionais ligados aos bens criativos e culturais, incluindo, por exemplo, a consolidação de uma plataforma com esses dados; um esforço sistemático para compreensão do novo paradigma industrial. Quanto ao financiamento, consideram fundamental o financiamento a elos da cadeia produtiva, como o elo da distribuição, além do estímulo ao investimento de risco por meio de fundos dedicados às indústrias criativas e o desenvolvimento da sustentabilidade financeira das instituições pela busca de fontes alternativas de recursos como o *crowdfunding* e os fundos patrimoniais. Em relação à capacitação, propõem o desenvolvimento de um conjunto de competências técnicas e de gestão com base em ações profissionalizantes e programas estruturados, de forma a promover um salto qualitativo nas organizações culturais e criativas brasileiras. Finalmente, os autores recomendam estratégias direcionadas à ampliação da demanda por produtos culturais e criativos. Destacam, além dos incentivos ao consumo cultural e as ações estruturantes e perenes para formação de consumidores de produtos culturais, a necessidade de políticas públicas direcionadas à formação de indivíduos para a nova economia por meio do “ensino de competências e habilidades associadas à economia criativa, como artes, matemática e linguagem de programação” (Niko; Zendron, 2018, p. 282).

O relatório elaborado pela Firjan (2022) aponta o “traço bipolar” da política pública de incentivo às indústrias criativas, que se divide em um conjunto de argumentos voltados à política cultural e outros, à política industrial, levando a uma dispersão dos interesses entre diferentes ministérios e secretarias e, conseqüentemente, prejudicando seus resultados. O estudo sintetiza as alternativas estratégicas em três grupos: políticas culturais, políticas industriais e políticas voltadas para a economia e sistemas criativos. Em relação ao primeiro grupo, menciona como exemplos a proteção de propriedade intelectual, o combate à pirataria e o subsídio público à atividade criativa. Quanto às políticas industriais, enfatiza a vantagem competitiva conquistada por países e regiões com indústrias criativas fortes, e cita como exemplos o estímulo a áreas e segmentos criativos específicos, particularmente aqueles relacionados à inovação e a mercados competitivos. Por fim, no que diz respeito à economia e sistemas criativos, entende que o estímulo à Economia Criativa deve contemplar os diversos

atores do sistema como intermediários, universidades, financiadores, produtores, distribuidores, agentes de regulação, entre outros. Como exemplos, destaca o fortalecimento dos sistemas, mapeando atores e relações, consolidando relacionamentos e incluindo excluídos ou ausentes.

Importa também destacar, em relação ao relatório da Firjan (2022), a caracterização dos desafios da economia criativa quanto ao acesso ao financiamento e crédito para empreendimentos criativos, à dificuldade de recrutamento e treinamento da força de trabalho e à digitalização de mercados e produtos. No contexto da intangibilidade dos produtos criativos e da incerteza quanto ao seu sucesso, o relatório enfatiza a demanda por investimentos de risco, na mesma linha do que sugerem Niko e Zendron (2018). Ainda, a concentração e a desigualdade da renda de profissionais criativos reforçam a necessidade de capacitação, enquanto a digitalização exige o desenvolvimento de novos modelos de negócios, proteção da propriedade intelectual, regulação de mercados, formação de talentos e infraestrutura. Em relação à digitalização, a Firjan (2022, p. 74) defende que “talvez seja desejável uma separação entre a política pública de cultura e a criativa-digital”, como forma de evitar que setores culturais que dependam da atuação física e presencial sejam negligenciados.

Frente a essas diferentes possibilidades de estratégias, cabe mencionar que, independentemente dos focos a serem privilegiados, uma premissa a ser seguida, para a qual chama a atenção Reis (2008, p. 21) é a da necessidade de “encontrar as características de economia criativa adequadas a cada país ou região”, identificando “suas vantagens competitivas, sua unicidade, seus processos e dinâmicas culturais, as redes de valor criadas e o valor agregado potencial da intangibilidade de seus produtos e serviços”. Reforça-se assim a relevância da identificação e valorização das vocações locais para o desenvolvimento da economia criativa. Ao serem examinadas as características da economia criativa, conforme proposta de Reis (2008), é possível ainda ressaltar a importância do reconhecimento dos novos modelos de consumo em que o consumidor assume protagonismo em relação às suas decisões, bem como a necessidade de promover e estimular as micro e pequenas empresas. Além da imprescindibilidade de um “pacto social, econômico e político entre os setores público, privado, a sociedade

civil, a academia e as organizações multilaterais” (Reis, 2008, p. 35), a autora também indica fatores já discutidos anteriormente nesta seção como desafios e oportunidades da economia criativa para países em desenvolvimento: o financiamento, a propriedade intelectual; a educação; a classe criativa e as novas profissões.

Na mesma direção, a Organização de Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (2016), em estudo sobre o desenvolvimento das indústrias culturais e indústrias criativas, aponta a preocupação primordial com educação, além da infraestrutura e marco normativo. O documento invoca Throsby (2010), quando trata da dimensão econômica, que arrola cinco objetivos econômicos tais como (a) eficiência econômica, (b) equidade, (c) crescimento econômico, (d) pleno emprego e (e) a balança comercial positiva. Na perspectiva do autor, particularmente eficiência econômica implica compromisso imprescindível do Estados no sentido de aplicação eficiente dos recursos, de gerar condições equitativas de distribuição adequada de bens e serviços criativos. Infraestrutura e marco normativo seriam, portanto, essenciais para o desenvolvimento das atividades criativas e que dependem do setor público e das políticas públicas.

O Quadro 2 a seguir apresenta uma síntese sobre os focos de intervenção estratégica para o desenvolvimento da economia criativa, com base nas perspectivas discutidas nesta seção. São seis focos/dimensões, interdependentes, que indicam possíveis ênfases para políticas e estratégias. No quadro, a perspectiva da infraestrutura e marco normativo, embora fortemente vinculadas às políticas públicas, vão aparecer na dimensão dos negócios criativos. Trata-se de uma opção que não pretende confinar requisitos essenciais ao desenvolvimento da economia criativa, mas compreender a atividade econômica dos agentes criativos na amplitude das condições de produção, circulação e consumo que envolvem iniciativas públicas e privadas.



FOCOS ESTRATÉGICOS	DESCRIÇÃO
Pesquisa	Incentivo à produção de conhecimento com estímulos à P&D, direcionamento de recursos para o desenvolvimento de novas ideias e tecnologias (Potts; Cunningham, 2010); estímulos às patentes (Florida; Mellander; King, 2015); proteção da propriedade intelectual (Firjan, 2022; Reis, 2008).
Educação	Investimentos em educação (Potts; Cunningham, 2010; Florida, 2011; Reis, 2008); formação profissional (Home Affairs Bureau, 2004); programas de capacitação técnica e de gestão (Niko; Zendron, 2018); formação de talentos (Firjan, 2022).
Negócios criativos	Estímulos à criação de empresas inovadoras (Potts; Cunningham, 2010); desenvolvimento de negócios criativos (Florida, 2011); promoção e desenvolvimento de infraestrutura e bases legais para a atividade criativa (Home Affairs Bureau, 2004; Firjan, 2022); conhecimento sobre o mercado (Niko; Zendron, 2018); desenvolvimento da sustentabilidade financeira dos negócios criativos (Niko; Zendron, 2018); estímulos a áreas e segmentos criativos específicos (Firjan, 2022); fortalecimento dos sistemas envolvidos nos negócios criativos (Firjan, 2022); desenvolvimento de novos modelos de negócios (Firjan, 2022); identificação e potencialização das vantagens competitivas locais (Reis, 2008).
Trabalho criativo	Atração, retenção e desenvolvimento de talentos criativos (Florida, 2011; Reis, 2008). Criação e promoção de alternativas de trabalho criativo (Florida, 2011; Reis, 2008); promoção da diversidade e inclusão (Florida, 2011; Home Affairs Bureau, 2004).
Financiamento	Subsídios, investimentos e políticas de incentivo à inovação (Potts; Cunningham, 2010); financiamento a elos da cadeia produtiva e estímulo ao investimento de risco (Niko; Zendron, 2018; Firjan, 2022); subsídio público à atividade criativa (Firjan, 2022); financiamento e crédito para empreendimentos criativos (Firjan, 2022; Reis, 2008).
Crescimento do mercado	Promoção da arte e da cultura (Home Affairs Bureau, 2004); ampliação da demanda por produtos culturais e criativos (Niko; Zendron, 2018); reconhecimento de novos modelos de consumo (Reis, 2008).

**Quadro 2** – Focos estratégicos para o desenvolvimento da economia criativa

**Fonte:** Elaborado pelos autores

#### 4 INDICADORES PARA A GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA

Potts e Cunningham (2010) propõem quatro modelos para entender a dinâmica entre as indústrias criativas (IC) e a economia. No modelo do bem-estar, as IC impactam negativamente a economia ao consumirem mais recursos do que produzem, sendo economicamente viáveis apenas com a transferência de recursos de outros

setores. No modelo da concorrência, as IC são equiparadas a outros setores, sugerindo que políticas específicas não são necessárias. O modelo de crescimento destaca a relação positiva entre o crescimento das IC e da economia como um todo, influenciando inovações em diversos setores. No modelo da inovação, as IC são vistas como elementos de inovação na economia, coordenando novas ideias e tecnologias.

Ao comparar dados sobre participação no PIB e taxas de emprego em países europeus, Austrália, Nova Zelândia e Reino Unido, os autores confirmam o crescimento significativo das IC, validando o "modelo de crescimento". Dados relacionados a receitas e desempenho de empresas indicam a viabilidade dos modelos de crescimento e inovação. Potts e Cunningham (2010) defendem que o valor econômico das IC vai além da produção cultural, influenciando a mudança na matriz econômica. A análise do impacto econômico das atividades criativas deve ser dinâmica, considerando as variações no valor econômico da indústria criativa e da economia como um todo.

Com base no modelo de crescimento apresentado por Potts e Cunningham (2010), a análise dinâmica do impacto econômico das atividades criativas torna-se crucial. Explorar a construção de indicadores de desempenho e até mesmo um índice sintetizador é essencial para comparar e avaliar o desempenho em diversas regiões, subsidiando ações e políticas públicas voltadas ao crescimento econômico dessas atividades. O estudo sobre um Índice de Criatividade do Home Affairs Bureau de Hong Kong (2004) destaca a importância da coleta de informações na esfera pública para compreender e melhorar a comunidade. Avaliando os capitais humano, institucional, social e cultural, ofereceu uma referência útil para diversos setores.

No entanto, Milan (2016) ressalta que as atividades culturais e criativas apresentam desafios na construção de métricas precisas devido à sua natureza qualitativa e à diversidade cultural. A mensuração indireta, imperfeita e incompleta é inevitável, pois a comensurabilidade requer um núcleo comum que não existe nas expressões culturais. Mesmo quando convertidas em mercadorias, as expressões culturais mantêm uma dimensão simbólica intraduzível comercialmente, dificultando a mensuração de seu impacto socioeconômico. A complexidade associada à construção de



indicadores é evidente no estudo da European Commission (2023), que destaca impactos socioeconômicos indiretos das atividades culturais.

Um conjunto de indicadores de atividade da economia criativa, em si, pode variar dependendo do contexto e dos objetivos específicos de avaliação, mas geralmente considera indicadores para o emprego; a receita e contribuição econômica; o investimento; a inovação e propriedade intelectual; o comércio internacional; o acesso e participação; a infraestrutura e para o ambiente de negócios (Florida, 2011; Unesco, 2009; 2012; OECD, 2008; KEA, 2009; Landry, 2010), conforme podem ser vistos a seguir.

- i. Os indicadores para o emprego podem mensurar a quantidade de pessoas empregadas na economia criativa, tanto em termos absolutos quanto em comparação com outros setores econômicos, incluindo empregos diretos e indiretos, bem como o aumento ou diminuição da taxa de emprego ao longo do tempo.
- ii. Para a receita e a contribuição econômica os indicadores podem analisar a receita gerada pela economia criativa, incluindo a sua contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB) regional, podendo envolver a mensuração do valor adicionado pelos setores criativos, bem como o impacto econômico mais amplo.
- iii. Quanto ao investimento, os indicadores podem avaliar o investimento público e privado na economia criativa, incluindo investimentos em infraestrutura, pesquisa e desenvolvimento, educação e formação, bem como empreendedorismo e startups no setor.
- iv. Em relação à inovação e à propriedade intelectual os indicadores podem medir a atividade de pesquisa e desenvolvimento, o número de patentes registradas, a criação de produtos ou serviços inovadores e a disseminação de conhecimento e tecnologia.
- v. Já para o comércio internacional, os indicadores conseguem examinar as exportações e importações de bens e serviços criativos, bem como a balança comercial do setor.



- vi. Para o acesso e a participação, os indicadores podem analisar a inclusão e diversidade no setor, incluindo o acesso igualitário a oportunidades, a representatividade de grupos sub representados e a participação de pequenas empresas e empreendedores.
- vii. Quanto à infraestrutura, os indicadores podem avaliar a disponibilidade de infraestrutura adequada, como espaços de trabalho, estúdios e centros culturais e criativos.
- viii. Para o ambiente de negócios os indicadores podem avaliar a facilidade de fazer negócios, a proteção dos direitos autorais e a existência de políticas e regulamentos favoráveis ao setor.

Esses indicadores fornecem uma visão abrangente do papel das Indústrias Culturais e Criativas na economia, considerando aspectos sociais e econômicos. Considera-se essa abordagem multifacetada necessária para avaliar o impacto e promover políticas e regulamentos favoráveis a essas indústrias.

No trabalho de Florida (2011), uma nova estrutura para avaliar a economia criativa destaca a ascensão desse setor nos EUA, evidenciando mudanças sociais de 1950 a 2000. Sua teoria do capital criativo enfatiza a importância de centros geográficos da classe criativa, que impulsionam empregos de alto nível e crescimento econômico, baseando-se nos "3 Ts": Talento, Tecnologia e Tolerância. O estudo em Hong Kong (Home Affairs Bureau, 2004), notável por seu Índice de Criatividade (IC), busca retratar manifestações multifacetadas da criatividade e mede aspectos como contribuição econômica, atividade inventiva, e retornos não econômicos, além de avaliar condições sociais, capital humano e mobilidade, capital social e cultural. A Comissão Europeia (European Commission, 2023) introduziu o Monitor de Cidades Culturais e Criativas para fornecer dados comparáveis em 29 indicadores, distribuídos em nove dimensões. Essas dimensões abrangem desde espaços culturais até qualidade da governança, oferecendo uma visão abrangente da vitalidade cultural, social e econômica das cidades.

Essas abordagens buscam não apenas medir o impacto econômico da criatividade, mas também compreender os fatores sociais, institucionais e culturais que impulsionam o crescimento criativo em diferentes contextos. A busca por indicadores

integrados reflete a complexidade dessa temática e sua relevância para o desenvolvimento sustentável em diversas regiões. Os 3 estudos apresentam perspectivas relevantes para avaliar e entender a economia criativa, enfatizando a importância de fatores como talento, inovação, diversidade cultural e estruturas de apoio para o crescimento sustentável nesse setor. Os estudos também propiciam ferramentas para formuladores de políticas e pesquisadores avaliarem o impacto da economia criativa nas cidades e regiões.

Considerando a complexidade envolvida nas propostas discutidas nesta seção, buscou-se uma síntese (Quadro 3) de dimensões a serem observadas na construção de indicadores e, conseqüentemente, na avaliação do desenvolvimento da economia criativa.

<b>Dimensões</b>	<b>Descrição</b>
Econômicas	Geração de empregos; renda; crescimento econômico; participação da economia criativa; concentração da economia criativa; empreendedorismo (Florida, 2011; Home Affairs Bureau; 2004; European Commission, 2023).
Socioculturais	Produção artística, cultural e criativa; diversidade e tolerância; educação (Florida, 2011; Home Affairs Bureau; 2004; European Commission, 2023).
Tecnológicas	Patentes; atividades inovadoras (Florida, 2011; Home Affairs Bureau; 2004; European Commission, 2023).

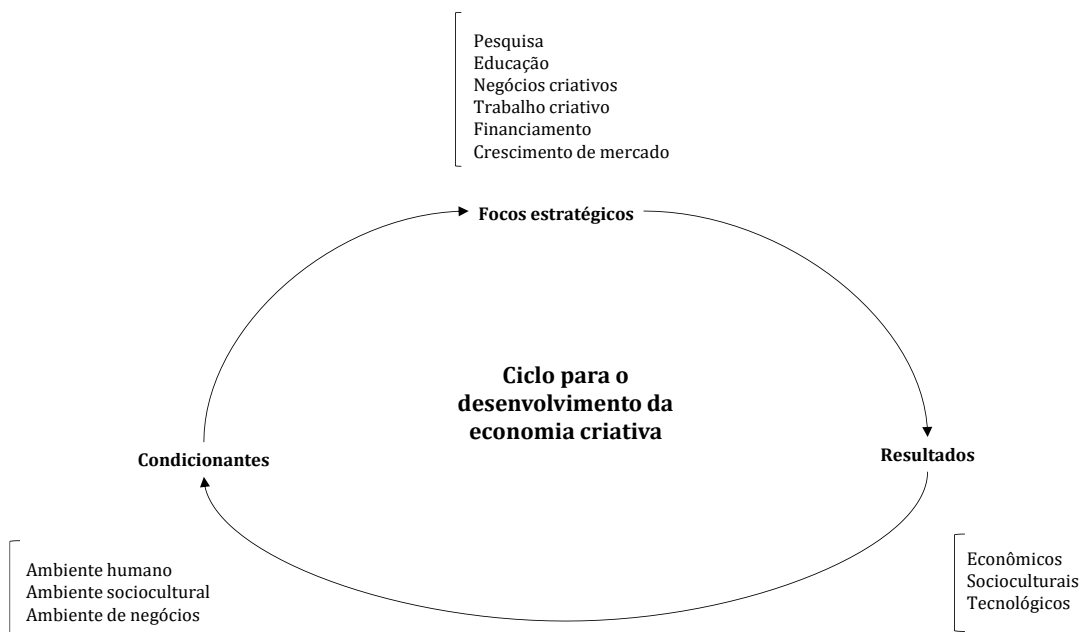
**Quadro 3** – Dimensões para avaliação do desenvolvimento da Economia Criativa

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este quadro teórico foi construído com o objetivo de subsidiar a proposição de estratégias para o desenvolvimento da economia criativa, no âmbito do projeto “Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal”. Para atingir este objetivo foi necessário um levantamento junto a referências bibliográficas e documentais, nacionais e internacionais, sobre questões relacionadas aos condicionantes, às alternativas estratégicas e aos indicadores para avaliação do desenvolvimento da economia criativa. Assim, a discussão dessas questões, a partir de formulações teóricas bem como de experiências e propostas práticas de atores da economia criativa, pode indicar bases para

a formulação, implementação e avaliação de estratégias públicas e privadas. Nesse sentido, foram articulados condicionantes, focos estratégicos e resultados no que se denominou “Ciclo para o desenvolvimento da economia criativa”, conforme a figura 1 a seguir.



**Figura 1** – Ciclo para o desenvolvimento da economia criativa

Fonte: elaborada pelos autores.

A figura 1 apresenta a relação entre os condicionantes, as alternativas estratégicas e as dimensões de resultados do desenvolvimento da economia criativa. Nesta perspectiva, entende-se que iniciativas voltadas para a formulação e implementação de estratégias públicas e privadas devem observar essa relação de forma a compreender as ênfases decisórias da gestão da economia criativa. Inicialmente, um reconhecimento e avaliação sobre os condicionantes, compreendendo características, vocações e competências criativas, bem como seus ambientes humano, sociocultural e de negócios, identificando infraestruturas, investimentos públicos e privados, atividades culturais e criativas. Estes condicionantes revelam as potencialidades e indicam as necessidades estratégicas. Como isso, o próximo passo é justamente a definição de estratégias e ações voltadas para os focos estratégicos: pesquisa, educação, negócios e

trabalho criativo, financiamento e crescimento de mercado. O desenho desse percurso estratégico, por sua vez, precisa levar em consideração e estimar seu impacto sobre as dimensões de resultados esperados. A circularidade do processo representado na figura 1 reforça a necessidade de um esforço contínuo e sistematizado de gestão sobre as iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa. Acredita-se que esta formulação teórica pode subsidiar iniciativas públicas e privadas, tais como a do projeto “Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal”, além de pesquisas futuras sobre a economia criativa.

## REFERÊNCIAS

BEACON ECONOMICS. **2020 Otis report on the creative economy**. Los Angeles: Beacon Economics, 2020.

CULTURAL INITIATIVES SILICON VALLEY. **Creative Community Index - Measuring Progress Toward a Vibrant Silicon Valley**. San José: Cultural Initiatives Silicon Valley, 2005.

DENHARDT, Robert B.; CATLAW, THOMAS J. **Teorias da administração pública**. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

DRAVET, Florence M.; SILVA, Alberto M.; CHAVES, Beatriz. Perspectivas teóricas e aplicadas na pesquisa em economia criativa no Brasil: revisão de escopo. **G&DR**, v. 18, n. 3, p. 254-267, 2022.

EUROPEAN COMMISSION. **Cultural and Creative Cities Monitor - How cultural and creative is your city?** Bruxelas: European Commission, 2023. Disponível em <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor>. Acesso em: 13 ago. 2023.

FLORIDA, Richard. The economic geography of talent. **Annals of the Association of American Geographers**, v. 92, n. 4, p. 743-755, 2002.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

FLORIDA, Richard; MELLANDER, Charlotta; KING, Karen. **The global creativity index 2015**. Toronto: The Martin Prosperity Institute, 2015.

GREFFE, Xavier. **A economia artisticamente criativa**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2015.

HARTLEY, John; POTTS, Jason; MACDONALD, Trent; ERKUNT, Chris; KUFLEITNER, Carl. CCI-CCI The creative city index 2012. **Cultural Science Journal**, v. 5, n. 1, p. 1-138, 2012.

HOME AFFAIRS BUREAU. **A study on creativity index**. Hong Kong: The Hong Kong Special Administrative Region Government, 2004.

KEA EUROPEAN AFFAIRS. Towards a Culture-Based Creativity Index. *In*: MEASURING CREATIVITY, 2009. **Conference proceedings**. Bruxelas: KEA European Affairs, 2009. Disponível em: <https://www.yumpu.com/en/document/view/5542159/towards-a-culture-based-creativity-index-kea>. Acesso em: 13 ago. 2023.

KIELING, Alexandre; DRAVET, Florence; MARQUES, Alberto (Org). **Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal. Relatório parcial de pesquisa - FASE 1**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2022.

LANDRY, Charles. Índice de Creatividad em Bilbao & Bizkaia. Bilbao: Metropoli 30, 2010. Disponível em: <https://app.box.com/s/ksmaifktn43guk81kfbnotvdjkyequ>. Acesso em: 14 ago. 2023.

LOTTA, Gabriela. A política pública como ela é: contribuições dos estudos sobre implementação para a análise de políticas públicas. *In*: LOTTA, Gabriela (Org.). **Teoria e análises sobre implantação de políticas públicas no Brasil**. Brasília: Enap, 2019.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2022.

MILAN, M. Indicadores para Avaliação de Atividades Econômicas Culturais e Criativas. *In*: VALIATI, L.; MOLLER, G. (Orgs.). **Economia criativa, cultura e políticas públicas** Porto Alegre: Editora da UFRGS. CEGOV, 2016.

NIKO, Diego; ZENDRON, Patricia. Economia criativa. *In*: PUGA, Fernando P.; CASTRO, Lavínia B. **Visão 2035: Brasil: país desenvolvido: agendas setoriais para alcance da meta**. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2018.

OECD. **Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide**. Paris: OECD 2008.

POTTS, Jason; CUNNINGHAM, Stuart D. Four models of the creative industries. **Revue d'économie politique**, v. 120, n. 1, p. 163-180, 2010.

REIS, Ana Carla F. (Org.) **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008.

SIMON, Herbert. **Comportamento administrativo**. São Paulo: FGV, 1970

UNESCO. **The 2009 Unesco Framework for Cultural Statistics (FCS)**. Paris: Unesco Institute for Statistics, 2009.



**UNESCO. Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches.** Paris: Unesco Institute for Statistics, 2012.

*Original recebido em: 30 de maio de 2024*

*Aceito para publicação em: 01 de novembro de 2024*



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional