

## Concepções, Políticas Públicas e Práticas relacionadas à Economia Criativa: uma revisão integrativa da literatura

*Conceptions, Public Policies and Practices related to Creative Economy: an integrative literature review*

**Rômulo Oliveira Barros<sup>1</sup>**

**Zilda de Brito Lima<sup>2</sup>**

**Fabiana Pinto de Almeida Bizarria<sup>3</sup>**

**Flávia Lorenne Sampaio Barbosa<sup>4</sup>**

### Resumo

Este estudo busca descrever concepções, políticas e práticas sobre economia criativa em produções nacionais e latino americanas, as principais temáticas estudadas no âmbito das políticas públicas para a economia criativa no âmbito das cidades relatadas nos estudos dos últimos quatro anos no Brasil. Para isso, realizou-se busca às bases de dados *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) e *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), por artigos publicados entre 2018 e maio de 2022, utilizando como termos de busca “economia criativa” e “creative economy”. Obteve-se 216 resultados que, após aplicação de critérios de inclusão e exclusão, resultaram em uma amostra de 14 artigos aderentes ao tema pesquisado. Com base nas análises dos textos, conclui-se que entre as temáticas mais abordadas nos estudos destaca-se a importância do turismo criativo para a economia criativa e vice-versa; o empreendedorismo individual como parcela importante do poder econômico das indústrias criativas; o problema da centralização das políticas públicas no governo federal e questões de coordenação e comunicação entre os diferentes níveis do poder público; e a importância de se pensar as políticas públicas de economia criativa com foco nas particularidades locais. Com base nas análises dos textos, conclui-se também que ainda há carência de estudos relacionados às políticas públicas para a economia criativa, especialmente no âmbito municipal no Brasil. Considerando as bases de dados utilizadas, os estudos empíricos ainda são poucos e restritos a algumas poucas localidades.

**Palavras-chave:** Economia Criativa; Cidades; Política Pública; Cidades Criativas.

### Abstract

This study seeks to describe conceptions, policies and practices on creative economy in national and Latin American productions, the main themes studied within the scope of public policies for creative economy within cities reported in studies from the last four years in Brazil. To this end, the Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL) and Scientific Electronic Library Online (SciELO) databases were searched for articles published between 2018 and May 2022, using “creative economy” and “creative economy” as search terms. It was obtained 216 results that, after applying inclusion and exclusion criteria, resulted in a sample of 14 articles adhering to the researched theme. Based on analyses of the texts, one can conclude that among the themes most addressed in the studies is the importance of creative tourism to the creative economy and vice-versa; individual entrepreneurship as an important part of the economic power of the creative industries; the problem of centralizing public policies in the federal government and issues of coordination and communication between the different levels of public power; and the importance of thinking about public policies for the creative economy with a focus on local particularities. Based on the analysis of the texts, one may also conclude that there is still a lack of studies related to public policies for the creative economy, especially at the municipal level in Brazil. Considering the databases used, empirical studies are still few and restricted to a few localities.

**Keywords:** Creative Economy; Cities; Public Policy; Creative Cities.

Recebido em (*manuscript first received*): 10/12/2022

Aprovado em (*manuscript accepted*): 19/01/2023



DOI: <http://dx.doi.org/10.17648/aos.v12i1.2884>

<sup>1</sup> Mestrando em Gestão Pública pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. Assistente em Administração pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [romulobarros@ufpi.edu.br](mailto:romulobarros@ufpi.edu.br)

<sup>2</sup> Especialização em Educação Tecnológica pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil. Diretora de Assistência Estudantil pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [zildadebritolima@ufpi.edu.br](mailto:zildadebritolima@ufpi.edu.br)

<sup>3</sup> Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Brasil. Professora da Faculdade Luciano Feijão (FLF), Brasil. Professora Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [fabiana.almeida.flf@ufpi.edu.br](mailto:fabiana.almeida.flf@ufpi.edu.br)

<sup>4</sup> Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Brasil. Professora da Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [flsbarbosa@ufpi.edu.br](mailto:flsbarbosa@ufpi.edu.br)

## 1 Introdução

O economista brasileiro Celso Furtado, já nas décadas de 1970 e 1980, advogava pela importância da criatividade para o desenvolvimento econômico em um mundo em transformação e, em especial, como uma grande oportunidade de investimento para o Brasil. O autor considerava a criatividade da nação brasileira um ativo estratégico para a superação do subdesenvolvimento do país (Pacheco & Benini, 2018).

A criatividade é a capacidade humana de produzir símbolos (como histórias, pinturas, músicas e objetos) que possuam significado social (Unctad, 2022). É, portanto, algo tão antigo quanto a própria humanidade (Newbigin, 2010). Do ponto de vista filosófico, a criatividade é uma combinação de continuidade e novidade, desenvolvida pelos indivíduos a partir de uma bagagem de conhecimentos, atitudes e dos seus valores herdados (Gregori, 2018). Essa faculdade humana pode tanto gerar algo ‘novo’ a partir de ‘nada’ quanto dar novos propósitos, formas e interpretações a algo previamente existentes (Howkins, 2007).

Enquanto a criatividade origina produtos comercializáveis, com implicações econômicas, ela se torna uma atividade econômica. Surge, então, uma indústria criativa, constituída dos negócios voltados para a exploração econômica de produtos criativos – bens ou serviços – baseados em criatividade, talento e habilidades individuais que geram direitos de propriedade intelectual (Hong Kong, 2005; Howkins, 2007).

A economia criativa, no que lhe concerne, vai além das indústrias criativas. Ela inclui aquelas atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) das organizações e de criação artística e cultural “infiltradas” em outras indústrias que, em tese, não são voltadas à comercialização de cultura e arte (Newbigin, 2010). Como exemplo, pode-se citar equipes de P&D dentro de indústrias de brinquedos, de móveis, de joias, entre outros, que empregam a criatividade para gerar novos produtos ou dar novas interpretações a produtos já existentes por meio do design.

Por certo, Asato et al. (2019) consideram que a origem da economia criativa está na criatividade própria do indivíduo, na habilidade e no talento e que por meio da exploração da propriedade intelectual na geração de riquezas e empregos se contribuirá para o desenvolvimento de uma cidade. Além disso, o conceito, ainda em evolução, baseia-se em produtos criativos que podem gerar crescimento econômico e desenvolvimento, gerando empregos, enquanto promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano (Oliveira; Araújo & Silva, 2013). Dessa forma, a economia criativa é sustentada pela relação entre criatividade, o valor simbólico e a economia, com relações de transbordamento com o turismo e o esporte (UNCTAD, 2022).

No mesmo sentido, Souza e Silva (2022) descrevem a economia criativa como uma nova economia que utiliza forças culturais, somadas a tecnologia e a inovação, para transformar os espaços das cidades. Para eles, a criatividade, se estimulada, tem uma importante contribuição para a transformação, mediante à capacidade de gerar desenvolvimento nas cidades, bem como de gerar renda, podendo, inclusive, propiciar reconhecimento e *status* às cidades que investirem na área da economia criativa.

Têm-se nos autores seminais dos estudos voltados para a conexão entre as cidades e a economia criativa, Landry (2008) e Florida (2005), a ideia de cidade criativa. Essa ideia assume que a criatividade é um fator importante no desenvolvimento da economia e no aumento do bem-estar das pessoas, além de favorecer a cidade do ponto de vista competitivo (Betlej & Kačerauskas, 2021). Landry (2008) argumenta que o paradigma da cidade criativa também está conectado à noção de economia criativa, enquanto todo líder urbano sabe que o poder da mente, da intelectualidade e da criatividade superaram o poder do trabalho eminentemente físico.

Dessa forma, as cidades precisam competir além do estímulo à produção em massa de produtos de baixo custo comum nas indústrias tradicionais. No entanto, para que uma cidade possa desenvolver seu potencial criativo é preciso investimentos por meio de políticas públicas para atrair

investidores de empresas e de indústrias locais (Souza & Silva, 2022). Para Florida (2005), as cidades são ‘caldeirões de criatividade’ onde, historicamente, as capacidades criativas do ser-humano desencadearam inovações de ordem artística, técnica, comercial e industrial que moldaram novos paradigmas de sociedade e da civilização. Segundo o autor, com o declínio dos limites físicos entre as regiões urbanas e entre as diferentes comunidades, a criatividade não é só um dos fatores de crescimento e de formação das cidades, mas ‘o’ mais importante fator de desenvolvimento de cidades, regiões e países.

Já as pesquisas permitem dizer, portanto, que a economia criativa tem o potencial de promover desenvolvimento econômico e social, uma vez que as externalidades da criatividade urbana se estendem para todo o sistema econômico e social da cidade e até mesmo de regiões e países (Betlej & Kačerauskas, 2021). Com base nisso, este artigo visa descrever as principais concepções, políticas públicas e práticas relacionadas à economia criativa no âmbito das cidades relatadas nos estudos dos últimos 4 (quatro) anos no Brasil. Pretende-se, ao final da análise, evidenciar possíveis lacunas de estudos sobre economia criativa no âmbito das cidades brasileiras, sugerindo novos esforços de pesquisa.

## 2 Referencial Teórico

Guerreiro Ramos, sociólogo, político e estudioso sobre o contexto social, político e econômico do Brasil, buscava compreender as necessidades do país e seus conflitos. Com pensamento crítico decolonial, que rompe com estruturas conservadoras e abre espaço para a pluralidade, diversidade, direito e respeito à diferença e rompe com a lógica da modernidade capitalista. Louredo (2019), citando Guerreiro Ramos, considera que a administração pública no Brasil sofre influência do colonialismo, pois que tem como norte o modelo ocidental racional e centrado no mercado.

No campo da economia criativa, que tem como uma de suas premissas estimular a criatividade a fim de promover o desenvolvimento local, percebe-se como oportuno o entendimento acerca do termo local. Segundo Fischer (1992), para além da compreensão de local como espaço estático formado por rua, bairro, território ou cidade, local tem uma conotação mais abrangente, reportando-se a um espaço de rede sociais, que se articulam entre si, que comungam ou divergem em ideais em torno de interesses e valores.

No campo da administração pública, as localidades são regidas pelo poder local ou poder político local, no qual desenham políticas para estimular o desenvolvimento socioeconômico com suposto apoio da sociedade civil legitimado pelo voto. Fischer (1992) discorre sobre o poder local como campo de investigação de pesquisa, trazendo as mais variadas percepções sobre o tema, com aportes teóricos e metodológicos diferenciados, no entanto, aponta em comum que o estudo do local deve ter como base a análise das relações concretas, socialmente construídas e territorialmente localizadas. Desse modo, continua Fischer (1992), a análise do local vai focar nas relações de força pelas quais se constroem alianças ou confrontos sociais, nos espaços delimitados, na formação da identidade e nas práticas políticas executadas no território, incluindo as de natureza econômica.

A sociedade moderna, ou sociedade pós-industrial, tem no seu propósito a confiança em um conhecimento essencialmente teórico, sendo assim, Cooper e Buriell (2006) destacam que a sociedade moderna se estrutura a partir do conhecimento teórico de modo a auferir o controle social e o direcionamento de inovação e mudança. Acreditam que o conhecimento teórico possibilita a indicação de um processo metodológico formal que possa responder às questões de cunho social, econômico e político.

Nestes termos, Cooper e Buriell (2006) alertam que o que determina a análise organizacional, não é a organização que sugere a análise, mas sim a sua característica formal e que para as organizações públicas a formalidade, para além do metódico, tem a característica oficial de verdade e fé. Aquilo que é formalmente organizado representa uma ordem segura. Portanto, é na lógica da formalidade e da ordem, com ênfase na racionalidade, que se debruça o modernismo. Contudo, o

# Concepções, Políticas Públicas e Práticas relacionadas à Economia Criativa: uma revisão integrativa da literatura

Rômulo Oliveira Barros, Zilda de Brito Lima, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria, Flávia Lorenne Sampaio Barbosa

contraponto é evidenciado dentro do contexto organizacional e o formal será sempre confrontado pelo informal que representa a transgressão do formal, resistindo à categorização e à racionalização e se ajustando ao modelo pós-moderno.

No Brasil, as relações federativas apresentam aspectos descentralizados, uma vez que promovem a divisão de responsabilidade e de recursos entre os níveis de governo e no funcionamento de programas governamentais. A união, estado, municípios e Distrito Federal têm caráter autônomo administrativamente, atribuições definidas frente às diferentes políticas públicas, arrecadação fiscal e geram suas próprias despesas (Cavalcante, 2011).

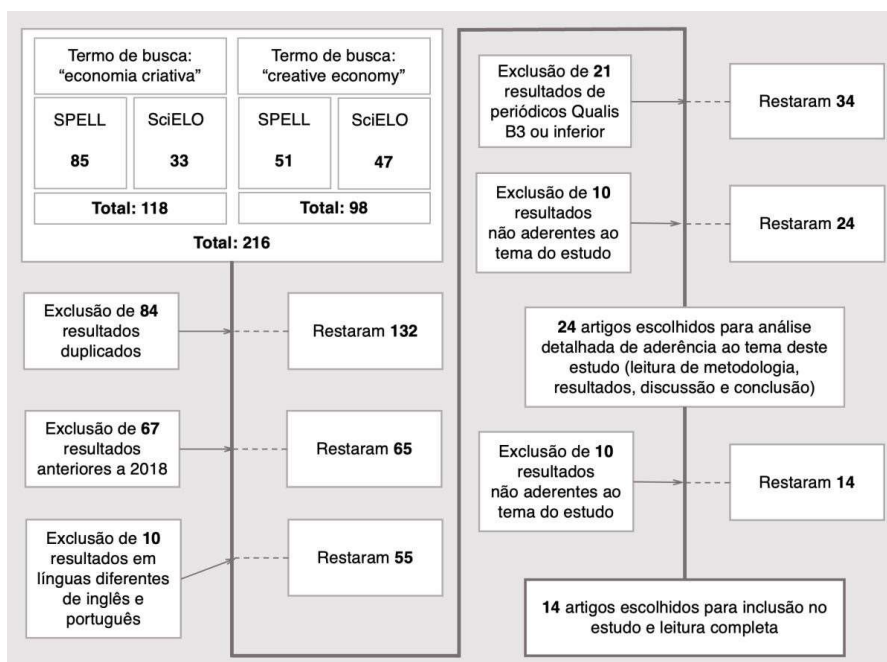
A descentralização, frisa Cavalcante (2011), passa a ser o modelo norteador de diversos processos de implementação de políticas sociais no país. A exemplo da gestão compartilhada nas três esferas de governo brasileiro, encontra-se a educação e a saúde, enquanto políticas locais para saneamento e habitação permanecem em estágio embrionário, posto que as políticas implementadas pelos governos locais não são reguladas. Percebe-se que o processo de descentralização tem uma tendência de privilegiar os municípios como os maiores provedores de serviços públicos e isso, do ponto de vista de Cavalcante (2011), pode ser considerado tanto uma inovação quanto uma consequência do federalismo, ainda assim, aponta que esse processo dá uma autonomia administrativa aos municípios, fazendo com que estes se fortaleçam no contexto federativo.

## 3 Procedimentos Metodológicos

O objeto deste estudo são artigos científicos que abordam a economia criativa, especialmente, em estudos empíricos. A metodologia utilizada foi a revisão integrativa, que consiste na realização de uma revisão bibliográfica utilizando métodos sistemáticos de identificação, pesquisa e apresentação dos achados, promovendo análise integrativa dos resultados (Botelho, Cunha & Macedo, 2011; Snyder, 2019).

A busca pelos artigos foi realizada considerando o ano de 2018 até o mês maio de 2022, nas bases de dados *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) e *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), utilizando-se os termos de busca “economia criativa” e “creative economy”, separadamente (ver Figura 1).

**Figura 1 – Fluxograma do processo de seleção dos artigos**



Fonte: Elaborado pelos, com dados da pesquisa.

# Concepções, Políticas Públicas e Práticas relacionadas à Economia Criativa: uma revisão integrativa da literatura

Rômulo Oliveira Barros, Zilda de Brito Lima, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria, Flávia Lorenne Sampaio Barbosa

Na base SPELL foram encontrados 85 e 33 na base SciELO, na busca pelo termo “economia criativa”, totalizando 118. Outros 51 na base SPELL e 47 na base SciELO foram encontrados pelo termo “*creative economy*”, totalizando 98. Ao todo, portanto, 216 artigos foram obtidos no conjunto das buscas. A Figura 1 ilustra o processo de busca e aplicação de critérios de inclusão e exclusão. Os artigos restantes foram analisados quanto à adesão ao tema deste estudo, por meio da leitura do título, do resumo e das palavras-chave. Ao final, 14 artigos foram selecionados para a inclusão no estudo, com a leitura completa (ver Quadro 1).

**Quadro 1 - Artigos selecionados**

AUTOR(ES)	TÍTULO	PERIÓDICO	QUALIS*	ANO
Souza, C. C. M. R.	A reinvenção globalizada dos territórios criativos: do contexto global ao nacional.	Cadernos Metrópole	B1	2022
Salles, R. de L.	Economia Criativa: uma estratégia de desenvolvimento urbano em Belo Horizonte.	Cadernos Metrópole	B1	2022
Soares, F. J. L.; Silva, J. F. da.	Perceptions about Internationalization Barriers in the Creative Economy: a Multiple-Case Study with Brazilian SMEs.	Internext	B2	2022
Silva, L. A.; Paiva Júnior, F. G. de; Santana, R. C. B. de	O turismo criativo na agenda política e urbana: possibilidades de contribuição para os objetivos do desenvolvimento sustentável.	Revista Turismo em Análise	B1	2021
Almeida, E. L. de; Dias, P. K.; Santos, E. C. dos	Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: Um olhar interseccional.	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	B2	2021
Procopiuck, M.; Freder, S. M.	Public policies and multilevel governance to promote the creative economy from the cultural field: Inter-federative support for Curitiba's policy	Nova Economia	B1	2020
Santos, E. C. dos; Silva, C. D. M.	Feiras Colaborativas e Economia Criativa em Caruaru, Pernambuco.	Desenvolvimento em Questão	B2	2020
Teixeira, V. P.; Teixeira, W.; Benini, E. G.	A institucionalização da Economia Criativa no estado de Mato Grosso do Sul.	Interações (Campo Grande)	B1	2019
Asato, T. A.; Marques, H. R.; Buzarquis, R. M.; Borges, P. P.	Perspectivas da economia criativa e do desenvolvimento local no Corredor Bioceânico.	Interações (Campo Grande)	B1	2019
Santos, C. A. da S.; Gonçalves, M. T.; Simões, J. M.	A Gestão dos Programas Públicos de Economia Criativa no estado do Rio de Janeiro.	Revista Ciências Administrativas	B2	2019
Pacheco, A. P. D. C.; Benini, E. G.	Economia Criativa em época de crise: o desenvolvimento endógeno brasileiro na obra de Celso Furtado.	Brazilian Journal of Political Economy	A2	2018
Closs, L. Q.; Oliveira, S. R. de	Análise da Cidade Baixa como Polo Criativo Potencial.	REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)	B1	2018
Silva, M. L. A.; Costa, M. F. da	Education, culture and regional development: reflections on the creative economy.	Revista de Administração da UFSM	B1	2018
Richards, G.	Tourism, an Underestimated Driving Force for the Creative Economy.	Revista Turismo em Análise	B1	2018

**Fonte:** dados da pesquisa. Legenda: \* classificação no Qualis Periódicos da CAPES/MEC, quadriênio 2013-2016 (CAPES, 2022).



Dos 14 artigos selecionados, 3 (três) foram publicados em 2022, 2 (dois) em 2021, 2 (dois) em 2020, 3 (três) em 2019 e 4 (quatro) em 2018. E, mais, 9 (nove) artigos foram publicados em periódicos classificados como B1 pela Capes, 4 (quatro) em B2 e 1 (um) A2. Algumas cidades se destacaram nos estudos empíricos realizados: Caruaru-PE, Rio de Janeiro-RJ e Curitiba-PR. Em geral, na amostra estudada, cada autor possuiu apenas uma publicação, com exceção de Elisabeth Cavalcante dos Santos e Élcio Gustavo Benini, dois artigos cada.

## 4 Discussão dos Resultados

Entre as temáticas mais abordadas nos estudos, observaram-se convergências que foram assim categorizadas: turismo criativo para a economia criativa e vice-versa; o empreendedorismo individual como parcela importante do poder econômico das indústrias criativas; o problema da centralização das políticas públicas no governo federal e questões de coordenação e comunicação entre os diferentes níveis do poder público; política pública “glocal” pela importância de se pensar as políticas públicas de economia criativa com foco nas particularidades locais.

### 4.1 Turismo criativo

Enquanto as indústrias criativas conseguem reforçar a identificação da comunidade ou nação com valores culturais e tradições locais – identificação esta que sofre constantemente com a “competitividade” das influências globais –, cria-se uma interface da economia criativa com o setor do turismo, que se beneficia da atratividade gerada pelo que é “diferente” (Oliveira; Araújo & Silva, 2013).

Três dos artigos selecionados abordam diretamente o tema do turismo dentro do contexto da economia criativa: Richards (2018); Mello, Silva e Faxina (2018); e Silva, Paiva Júnior e Santana (2021). Para Richards (2018), a importância de o turismo estar sendo subestimada para a economia criativa. Segundo o autor, o turismo criativo enfatiza o aspecto dos relacionamentos pessoais do turista com a comunidade que visita. Afirma-se isso no sentido de que a atratividade dos destinos turísticos voltados para a cultura não está mais apenas vinculada aos museus, mas à cultura e à criatividade local. Esses aspectos dão ao turista a sensação de experimentar a vida como um morador local.

Os autores Mello, Silva e Faxina (2018), em seus estudos sobre turismo de base comunitária no estado de Sergipe, corroboram com a posição de Richards (2018) ao afirmarem que o turismo de base comunitária representa “a saída do eixo da massificação, para uma experiência de imersão cultural”, dando origem a outro modo de visita e hospitalidade. Por certo, as atividades de economia criativa atraem o turismo criativo para a cidade. Dessa forma, turismo criativo e economia criativa produzem um “círculo virtuoso”. Atividades relacionadas a música, moda, gastronomia e design atraem o turismo cultural, que, por sua vez, alimenta a economia criativa com o fluxo de visitantes.

Já Silva, Paiva Júnior e Santana (2021) avaliaram o Plano diretor de Turismo Criativo, elaborado na cidade de Recife-PE, sob a ótica das metas da Agenda 2030, da Organização das Nações Unidas (ONU). Durante essa análise, os autores enfatizaram a necessidade de conciliação das políticas públicas de estímulo ao turismo criativo e o respeito às questões de sustentabilidade da cidade de Recife, especialmente no seu contexto social e ambiental.

Na visão dos autores, as políticas públicas municipais são guias para o desenvolvimento local, que favorecem a atuação articulada dos agentes individuais. Em simultâneo, alertam para que as políticas públicas considerem as particularidades dos locais e a participação popular no seu planejamento e execução. De tal forma que os autores direcionam o foco de suas sugestões de novos estudos para aqueles que abordem impactos eminentemente sociais de políticas desse tipo (Silva; Paiva Júnior & Santana, 2021).

### 4.2 Empreendedorismo individual

As autoras Almeida, Dias e Santos (2021), estudando a participação feminina no empreendedorismo, analisaram feiras de economia criativa em Caruaru-PE, com foco nas desigualdades sociais e de gênero com a economia criativa como contexto. O estudo destaca a importância das feiras para o empreendedorismo da economia criativa baseada em artesanato de vários tipos (roupas, cerâmica, entre outros), além dos alimentos. Esses locais, segundo as autoras, servem como mecanismo de divulgação dos trabalhos das mulheres empreendedoras e lhes proporcionam posicionamentos sociais.

Os relatos obtidos indicam dificuldades encontradas pelas participantes, que podem ser divididas em duas categorias: as de ordem individual e as de ordem comercial. Do ponto de vista individual, estão dificuldades com o meio digital, a gestão financeira, o acúmulo de jornadas e o contexto periférico. Nas questões comerciais, encontram-se dificuldades de obtenção de crédito e má localização dos negócios (Almeida; Dias & Santos, 2021).

As dificuldades de crédito afetam não apenas as empreendedoras individuais, mas também as empresas já consolidadas que exportam os seus produtos criativos. Soares e Silva (2022) demonstram que a principal barreira interna para a internacionalização dos produtos das pequenas e médias empresas da economia criativa brasileiras é a falta de capacidade de investimento.

Esses exemplos nos permitem questionar se políticas de financiamento (microcrédito, por exemplo) para essas empresas e empreendedores individuais não poderiam ser implementadas de forma menos burocrática, ou se políticas voltadas para prestação de consultorias públicas para a obtenção de financiamentos não poderiam ser uma alternativa. Além disso, a criação de empresas compartilhadas para gestão de marketing e vendas com foco em comércio internacional ajudaria na profissionalização dessas áreas e permitiria o foco dos empreendedores na atividade puramente criativa.

Nesse sentido, também, Mello, Silva e Faxina (2018) considerando as desigualdades sociais, em especial, em termos de instrução formal, sugerem a promoção de políticas públicas de financiamento para a economia criativa por parte do Estado que precisam ser acompanhadas de ações que incentivem a associação entre os agentes da cultura e ajudem no entendimento dos processos burocráticos relacionados aos editais, como os documentos necessários, prestação de contas, preenchimento dos formulários.

### 4.3 Centralização no governo federal

A política pública nacional de economia criativa, criada e extinta com o antigo Ministério da Cultura, deixou legados de como deveria se estruturar as políticas públicas para economia criativa, contemplando as particularidades brasileiras. Apesar disso, observa-se que esse tema foi de difícil articulação dentro do governo federal, de tal maneira que a Secretaria de Economia Criativa (SEC) acabou por ser extinta pelo próprio governo que a criou (Procopiuck & Freder, 2020).

Foi na extinta Secretaria da Economia Criativa (SEC), que se pensou o plano estratégico conhecido como Plano Brasil Criativo (PBC), que visava a implementar ações no campo das indústrias criativas. O PBC tinha como propósito executar um projeto próprio de economia criativa enfatizando o desenvolvimento e inclusão social através da diversidade cultural do país (Salles, 2022).

O conceito de indústrias criativas descrito no PBC apresenta uma separação entre setor criativo dos demais setores econômicos. Com isso, o conceito sofre uma limitação que favorece a criatividade no âmbito cultural, dificultando a incorporação de outras vertentes, como a tecnologia, a inovação e o empreendedorismo (Procopiuck & Freder, 2020).

No Brasil, o governo federal atua como um despertador do planejamento também nessa área. É do governo federal que precisa surgir algum estímulo ou direcionamento que faça acontecer as políticas públicas ao nível de cidades e regiões. Em outras palavras, as cidades e regiões do Brasil, com raras exceções, ficam estáticas ou descoordenadas se não houver um interesse centrado no

governo federal. Isso é um ponto de vulnerabilidade, principalmente porque o próprio governo federal é instável na formulação das políticas dessa área. Por exemplo, com a mudança de governo ocorrida em 2018, o antigo Ministério da Cultura acabou sendo extinto, como já havia ocorrido em governos anteriores (Salles, 2022). No seu lugar, criou-se uma Secretaria Especial da Cultura, dentro da estrutura do Ministério do Turismo (Brasil, 2022b).

Além disso, por exemplo, essa secretaria é atualmente gerida por um advogado, sem nenhuma formação ou atuação anterior que o vincule à área cultural ou de economia criativa (Brasil, 2022a). Da mesma forma, com raras exceções, o restante da estrutura da secretaria não possui quadro de diretores e secretários que pudessem ser considerados aptos para gerir secretarias semelhantes em municípios brasileiros e muito menos a gestão de uma política pública de âmbito nacional.

Outra questão que costuma atrapalhar o desenvolvimento de projetos no Brasil é a burocracia. Em suas análises da tentativa frustrada de coordenação de políticas públicas para a economia criativa entre governos federal, estadual e municipal em Curitiba, PR, Procopiuck e Freder (2020) verificaram esse mesmo padrão de acontecimentos. Segundo o estudo dos autores, problemas com burocracia e com articulação e interesse políticos acabaram por barrar a implementação das políticas públicas iniciadas na região.

Da mesma forma, Santos, Gonçalves e Simões (2019), analisando duas políticas públicas para a economia criativa no estado do Rio de Janeiro, observaram que a operacionalização e a gestão dessas políticas para a economia criativa são complexas. Além disso, os autores relataram opiniões de que há, também, uma desconexão entre as concepções de economia criativa entre os agentes públicos no comando da área e os gestores “de campo”.

Nas palavras dos autores, houve “dificuldades de comunicação e cooperação” entre os órgãos estaduais e municipais, atribuída nas entrevistas à predominância da visão de estado a partir da lógica privada por parte dos gestores. Pode-se perceber, a partir das entrevistas realizadas, que os órgãos estaduais e municipais, nesse caso, apresentam dificuldades de comunicação e cooperação, tendo seus valores voltados para competitividade, semelhante às práticas dos setores privados (Santos; Gonçalves & Simões, 2019).

Contudo, as iniciativas propostas no estado do Rio de Janeiro, como indica o estudo, saíram do papel e funcionaram, como a criação de incubadora de empresas, núcleo de conhecimento e espaços de *coworking*. Iniciativas de espaços de *coworking* públicos também foram implementadas em outras cidades, como São Paulo-SP, Itabira-MG e Curitiba-PR e possibilitam aos empreendedores da economia criativa, além do espaço, o acesso a cursos e capacitações (Curitiba, 2022; Itabira, 2022; Santos; Gonçalves & Simões, 2019, São Paulo, 2018).

Teixeira, Teixeira e Benini (2019) reflexionam que dentro da administração pública o conceito de economia criativa se articula entre os agentes públicos, considerando a criatividade como produto de rentabilidade econômica, não fazendo referência ao processo humano criativo que gerou o produto. Dentro desse conceito, a economia criativa caminha para a promoção do capital e mercado. Contudo, os autores vislumbram que o caminho mais adequado seria a valorização da pessoa humana criativa, enxergando as particularidades regionais e culturais ao invés de concentrar-se somente no mercado lucrativo. Já as autoras Silva e Costa (2018) relataram certa coordenação entre agentes federais, estaduais e do setor privado no desenvolvimento de programas e ações para o desenvolvimento de setores da economia criativa na cidade de Manaus-AM. Essas políticas tinham como ênfase as expressões culturais e a música, e a biotecnologia. Por parte do poder público, as políticas públicas foram efetivadas no âmbito da Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFARMA) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM).

### 4.4 Política pública “glocal”

A política pública de economia criativa que se adequa aos contextos próprios, locais, práticos, tem mais possibilidade de sucesso do que as que são copiadas de modelos pensados para contextos



próprios, mas de outros locais. Ao passo que a incorporação de modelos internacionais em detrimento do respeito às características locais pode levar as políticas públicas ao fracasso (Closs & Oliveira, 2018; Richards, 2018).

Por exemplo, o estudo de campo em feiras colaborativas em Caruaru-PE, afirmam Santos e Silva (2020) pode até mesmo encontrar algumas semelhanças nas feiras colaborativas em cidades de países europeus, mas, certamente, observariam o contexto socioeconômico diferente e uma capacidade de implementação de políticas públicas diferente entre as duas prefeituras.

Ainda assim, no caso das feiras estudadas pelas autoras, as mulheres, sendo a maioria, sentem diferenças em relação às feiras colaborativas independentes e aquelas promovidas por órgãos públicos, como a prefeitura da cidade. O que mostra haver, no mínimo, uma oportunidade para a prefeitura de que, observando esse fato, ofereça o seu apoio dentro do contexto específico desse público e apenas na medida do necessário (ajudar e não atrapalhar). Adaptando as palavras das autoras a esse contexto, cabem às prefeituras captar a “importância de se compreender a dinâmica da economia criativa a partir do contexto na qual ela se insere” (Santos & Silva, 2020).

Os relatos coletados nesse estudo indicam a existência de uma loja colaborativa e a inclusão, nos eventos, de ambientes de discussão sobre questões sociais e ambientais, além de apresentações culturais. É provável que a prefeitura, inclusive de forma pouco dispendiosa, colabore em questões como divulgação, estrutura de som, transporte dos músicos, ou mobiliário. No entanto, é igualmente provável que uma ação municipal se enverede para uma conotação de promoção política partidária-eleitoral, em que a gestão municipal, ao invés de apenas apoiar no mínimo necessário, tenda a se “apropriar” da feira, impondo suas temáticas, suas cores, seus símbolos, entre outros.

### 5 Considerações Finais

Com base nas análises dos textos selecionados para esse estudo, conclui-se que entre as temáticas mais abordadas acerca da economia criativa no âmbito das políticas públicas destacam-se: a importância do turismo criativo para a economia criativa e vice-versa; empreendedorismo individual, como parcela importante do poder econômico das indústrias criativas; a centralização das políticas públicas no governo federal e questões de coordenação e comunicação entre os diferentes níveis do poder público; e a importância de se pensar as políticas públicas de economia criativa com foco nas particularidades locais.

Diante dos resultados obtidos, observa-se uma carência de pesquisas relacionadas às políticas públicas para a economia criativa, especialmente no âmbito municipal no Brasil. Os estudos empíricos ainda são incipientes e restritos a algumas poucas localidades.

Nessa perspectiva constata-se que o campo da economia criativa pode ser muito fértil para pesquisa, uma vez que pode contribuir para valorização da propriedade intelectual, da cultura local, para desenvolvimento de territórios e incentivo a inovação de novos produtos e avanço das tecnologias.

Os gestores públicos municipais, com base na contribuição da economia criativa ao nível local, podem investir em ações menos dispendiosas e mais inteligentes. Isso pode implicar, inclusive, em aproximar os cidadãos da formulação das políticas de maneira mais direta, por mecanismos de gestão participativa, como os laboratórios urbanos vivos.

A economia criativa não é o produto de um setor que precisa ser criado do zero. A criatividade, sendo algo próprio do ser humano, não pode ser dissociada do indivíduo, e é, portanto, tão antiga quanto ele. A política pública, então, deve ser voltada tanto para a valorização dos talentos “nativos” da cidade quanto para a atração, por parte desta, de novos e, preferencialmente, diferentes talentos, por meio de um ambiente de diversidade, tolerância e apoio institucional para que a cultura tome seu curso natural de desenvolvimento, no âmbito de acolhimento das cidades.

## Referências

- Almeida, E. L., Dias, P. K. & Santos, E. C. D. (2021) Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: um olhar interseccional. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*. [S. l.: s. n.]. Recuperado de: <https://doi.org/10.12712/rpca.v15i1.47233>.
- Asato, T. A., Marques, H. R., Buzarquis, R. M., & Borges, P. P. (2019). Perspectivas da economia criativa e do desenvolvimento local no Corredor Bioceânico. *Interações (Campo Grande)*, 20(spe), p.193-210. SciELO Brasil. Recuperado de: <https://doi.org/10.20435/inter.v20iespecial.2559>
- Betlej, A. & Kačerauskas, T. (2021) Urban Creative Sustainability: the Case of Lublin. *Sustainability*, 13(7), 4072, 6 abr. Recuperado de: <https://doi.org/10.3390/su13074072>
- Botelho, L. L. R., Cunha, C. C. De A. & Macedo, M. (2011) O método da Revisão Integrativa nos Estudos Organizacionais. *Gestão e Sociedade*, 5(11), p.121-136, 2 dez. Recuperado de: <https://doi.org/10.21171/ges.v5i11.1220>
- Brasil. Ministério do Turismo. (2022a) Secretaria Especial da Cultura. *Hélio Ferraz de Oliveira*. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/composicao/secretaria-especial-da-cultura/helio-ferraz-de-oliveira/@@download> .
- Brasil. Ministério do Turismo. (2022b) Secretaria Especial da Cultura. Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural. *Departamento de Empreendedorismo Cultural*. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/composicao/secretaria-especial-da-cultura/secretaria-nacional-da-economia-criativa-e-diversidade-cultural/departamento-de-empreendedorismo-cultural/jessika-helen-dos-santos/@@download> .
- Capes. Ministério da Educação. (2022). *Plataforma Sucupira*. Recuperado de: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf> .
- Cavalcante, P. (2011) Descentralização de políticas públicas sob a ótica neoinstitucional: uma revisão de literatura. *Revista de Administração Pública*, 45, p.1781-1804, dez. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122011000600008> .
- Closs, L. Q. & Oliveira, S. R. de. (2018) Análise da Cidade Baixa como Polo Criativo Potencial. REAd. *Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 24, 208–237, abr. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/1413-2311.184.62076> .
- Cooper, R. & Burrell, G. (2006) Modernismo, pós-modernismo e análise organizacional: uma introdução. 46(1), 87-101, 2006. *Revista de Administração de Empresas*, 46(1), 87–101.
- Curitiba. Prefeitura Municipal de. ((2022) Worktiba. Recuperado de: <http://worktiba.com.br/>
- Fischer, T. (1992). Poder local: um tema em análise. *Revista de Administração Pública*, 26(4), p.105-113.
- Florida, R. L. (2005) *Cities and the creative class*. New York: Routledge.

## Concepções, Políticas Públicas e Práticas relacionadas à Economia Criativa: uma revisão integrativa da literatura

Rômulo Oliveira Barros, Zilda de Brito Lima, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria, Flávia Lorenne Sampaio Barbosa

- Gregori, M. C. D. (2018) Creative imagination and creativity. *Cognitio: Revista de Filosofia*, 19(1), p.77-87, 6 set. Recuperado de: <https://doi.org/10.23925/2316-5278.2018v19i1p77-87> .
- Hong Kong. (2005) *A Study on Creativity Index*. Hong Kong: Home Affairs Bureau.
- Howkins, J. (2007) *The creative economy: how people make money from ideas*. Reprinted with updated material. London: Penguin Books.
- Itabira. Prefeitura Municipal de. (2022). *ItabiraHUB*. Recuperado de: <https://www.itabira.mg.gov.br/detalhe-da-materia/info/itabirahub/154102> .
- Landry, C. (2008) *The creative city: a toolkit for urban innovators*. New Stroud, UK: London; Sterling, VA: Comedia; Earthscan.
- Louredo, F. M. (2019) Repensando as bases da administração pública brasileira: revisitando Guerreiro Ramos sob o olhar decolonial. *Estudos de Administração e Sociedade*, 4(1), p.30-41. Recuperado de: <https://doi.org/10.22409/eas.v4i1.43333>
- Mello, J. C., Silva, E. P. S. & Faxina, F. (2018) A Cultura no palco da Economia: história, conceitos e aplicações no setor turístico da Ilha Mém de Sá (SE). *Turismo: Visão e Ação*. [S. l.: s. n.], Recuperado de: <https://doi.org/10.14210/rtva.v20n2.p279-293>
- Newbiggin, J. (2010) *A Economia Criativa: um Guia Introductório*. Londres: British Council, (Economia Criativa e Cultural).
- Oliveira, J. M. De, Araújo, B. C. De & Silva, L. V. (2013) Panorama da Economia Criativa no Brasil. *Textos para discussão*. Rio de Janeiro: Ipea, v. 1880.
- Pacheco, A. P. D. C. & Benini, E. G. (2018) A Economia Criativa em época de crise: o desenvolvimento endógeno brasileiro na obra de Celso Furtado. *Brazilian Journal of Political Economy*, 38, p.324-337, jun. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/0101-31572018v38n02a06>
- Procopiuck, M. & Freder, S. M. (2020) Public policies and multilevel governance to promote the creative economy from the cultural field: inter-federative support for Curitiba's policy. *Nova Economia*, 30(2), p.383-405, ago. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/0103-6351/4716>
- Richards, G. (2018) Tourism, an Underestimated Driving Force for the Creative Economy. *Revista Turismo em Análise*, 29(3), p.387-395, 27 dez. Recuperado de: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i3p387-395>
- Salles, R. de L. (2022) Economia Criativa: uma estratégia de desenvolvimento urbano em Belo Horizonte. *Cadernos Metrópole*, 24, p.721-738, nº. 4 maio. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2022-5412> .
- Santos, C. A. Da S., Gonçalves, M. T. & Simões, J. M. (2019) A Gestão dos Programas Públicos de Economia Criativa no estado do Rio de Janeiro. *Revista Ciências Administrativas*, 25(2), 23 out. Recuperado de: <https://periodicos.unifor.br/rca/article/view/7953>.

## Concepções, Políticas Públicas e Práticas relacionadas à Economia Criativa: uma revisão integrativa da literatura

Rômulo Oliveira Barros, Zilda de Brito Lima, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria, Flávia Lorenne Sampaio Barbosa

Santos, E. C. dos; Silva, C. D. M. (2020) Feiras Colaborativas e Economia Criativa em Caruaru, Pernambuco. *Desenvolvimento em Questão*, 18(52), 286–307, 21 ago. Recuperado de: <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2020.52.286-307>

São Paulo. Governo do Estado de. 2018. *São Paulo lança projeto pioneiro de coworking público*. Recuperado de: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/sao-paulo-lanca-projeto-pioneiro-de-coworking-publico>

Silva, L. A., Paiva Júnior, F. G. De & Santana, R. C. B. de. (2021) O turismo criativo na agenda política e urbana: possibilidades de contribuição para os objetivos do desenvolvimento sustentável. *Revista Turismo em Análise*, 32(2), 323-343, 31 ago. Recuperado de: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i2p323-343>

Silva, M. L. A. & Costa, M. F. da. (2018) Education, culture and regional development: reflections on the creative economy. *Revista de Administração da UFSM*, 11, p.894-908, 3 dez. Recuperado de: <https://doi.org/10.5902/1983465935136>

Snyder, H. (2019) Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, p.333-339, 1 nov. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

Soares, F. J. L. & Silva, J. F. da. (2022) Perceptions about Internationalization Barriers in the Creative Economy: a Multiple-Case Study with Brazilian SMEs. *Internext*, 17(2), p.243-263, 17 mar. Recuperado de: <https://doi.org/10.18568/internext.v17i2.676>

Souza, C. C. M. R. de, & Silva, G. (2022). A reinvenção globalizada dos territórios criativos: Do contexto global ao nacional. *Cadernos Metrópole*, 24, p.363-386. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2022-5314> .

Teixeira V. P.; Teixeira, W.; Benini, E. G. (2019) A institucionalização da Economia Criativa no estado de Mato Grosso do Sul. *Interações (Campo Grande)*, 20, p.1235-1248, 5 dez. Recuperado de: <https://doi.org/10.20435/inter.v20i4.1864>

Unctad. (2022) *Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy*. Genebra: Nações Unidas. Recuperado de: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf).

# Concepções, Políticas Públicas e Práticas relacionadas à Economia Criativa: uma revisão integrativa da literatura

Rômulo Oliveira Barros, Zilda de Brito Lima, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria, Flávia Lorene Sampaio Barbosa

## Dados dos autores:

### Rômulo Oliveira Barros

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0000-033X>

Mestrando em Gestão Pública pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. Assistente em Administração pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [romulobarros@gmail.com](mailto:romulobarros@gmail.com)

### Zilda de Brito Lima

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3282-9396>

Especialização em Educação Tecnológica pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil. Diretora de Assistência Estudantil pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [zildadebritolima@gmail.com](mailto:zildadebritolima@gmail.com)

### Fabiana Pinto de Almeida Bizarria

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8365-8593>

Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Brasil. Professora da Faculdade Luciano Feijão (FLF), Brasil. Professora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [fabiana.almeida.flf@gmail.com](mailto:fabiana.almeida.flf@gmail.com)

### Flávia Lorene Sampaio Barbosa

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4804-9538>

Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Brasil. Professora da Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil. E-mail: [flsbarbosa@ufpi.edu.br](mailto:flsbarbosa@ufpi.edu.br)

## Como citar este artigo:

Barros, R. O.; Lima, Z. de B.; Bizarria, F. P. de A. & Barbosa, F. L. S. (2023). Concepções, Políticas Públicas e Práticas relacionadas à Economia Criativa: uma revisão integrativa da literatura. *AOS - Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, 12(1). <http://dx.doi.org/10.17648/aos.v12i1.2884>