

ECONOMIA CRIATIVA EM EMPRESAS E PROFISSIONAIS DE MANUFATURA, COMÉRCIO E SERVIÇO

Jonathan Henrique Kloth – Faculdade Sociesc de Blumenau – jkloth@outlook.com

Dr. Michael Samir Dalfovo - Faculdade Sociesc de Blumenau – msdalfovo@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A Indústria Criativa ou a Economia Criativa, na qual os dois termos são tratados por muitos como sinônimos, é um setor que a cada ano vem se tornando uma potência da economia de cada nação. O desenvolvimento deste setor é a chave para a sustentabilidade, não apenas e recursos naturais, mas também em manter a sociedade com maior qualidade de vida sob condições de crises econômicas. Howkins (2002) cita inúmeras regras para o sucesso da Economia Criativa, tais como se reinventar, ser original, inventar, emprestar, reciclar, saber quando quebrar as regras e entre outros, se concentrando no talento individual, porém sabendo trabalhar em grupo, com isso a criatividade vai recompensar.

O tema Economia Criativa vem ganhando força, por se tratar de um conjunto de negócios que tem como princípios a criatividade e a capacidade intelectual de cada indivíduo, gerando assim um valor econômico para estes negócios. A principal questão é como a economia criativa é um grande estimulante na geração de renda, criação de empregos ao mesmo tempo que promove o desenvolvimento humano e a diversidade cultural.

O Brasil possui várias empresas informais, é difícil fazer uma análise completa levando em consideração o número de empresas e trabalhadores deste segmento, porém é um setor de grande crescimento dentro do país, por conta do maior retorno financeiro e sociocultural. Ao se levar em consideração as empresas formais do setor criativo é possível destacar que o ano de 2017 no Brasil foi responsável em gerar R\$ 171,5 bilhões, uma representatividade de 2,61% do PIB, além também de empregar mais de 800 mil pessoal. Além disto existe uma perspectiva de crescimento de 4,6% no país, um percentual maior que a média mundial. (FIRJAN, 2019)

A Economia Criativa vem se tornando a base para um crescimento sustentável, é um setor que deverá se tornar nos próximos anos uma potência dentro da economia de cada nação. Significa que o desenvolvimento das empresas para dentro deste setor é a chave para se manter até sobre as piores condições de crise. O desenvolvimento tecnológico e as mudanças dentro da sociedade foi o que impulsionou a transferência do foco das organizações passando das atividades industriais tradicionais para atividades intensivas em conhecimento com aumento do foco na capacidade intelectual de cada indivíduo resultando em um trabalho qualificado e agregando valor as empresas, fazendo que estas organizações ganhe destaque dentro do mercado.

Contribuindo com o estudo, foi analisado outros estudos práticos que buscaram entender algumas variáveis da Economia Criativa, tais como a discussão sobre a desigualdade em cargos dentro das organizações citadas por CAMPBELL e TAYLOR (2019). O autor BANKS (2018) segue a linha de raciocínio ressaltando a importância da Economia Criativa para o crescimento econômico duradouro por meio de políticas públicas sustentáveis. Outra autora que contribuiu com estudo é

BURROWES (2018) na qual demonstra de como a criatividade é um essencial e importante insumo para qualquer tipo de negócio.

O termo Economia Criativa vem sendo um tema bastante inovador e importante para as nações e as organizações, pensando nisto, este artigo tem o objetivo de **analisar os fatores que compõem a economia criativa em empresas e profissionais de setor de manufatura, comércio e serviço.**

O artigo inicia-se pela discussão sobre o que é a Economia Criativa e qual a sua importância para a sociedade passando então, a detalhar os dados do segmento a nível mundial, demonstrando os principais países que possui como cultura a Economia Criativa e demonstrando como o Brasil por meio de números está crescendo neste tema. Além disto o estudo levanta quais os benefícios que o setor trás para a economia e sociedade, além dos tipos de empresa que trabalham dentro deste campo. Em seguida é apresentado os autores pesquisados e como eles cooperam para este estudo por meio da análise de correlatos e a descrição da metodologia aplicada no estudo. O terceiro capítulo norteia a fase empírica desse estudo, apresentando a pesquisa quanto ao tipo, abordagem, método e instrumento de coleta, campo de observação e critério para análise dos dados. O quarto capítulo tem-se os resultados alcançados e sua discussão e interlocução com os aspectos da revisão de literatura. Por fim o capítulo de considerações finais, apresenta os principais achados, e reflete sobre a prática de novos estudos.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 O QUE É ECONOMIA CRIATIVA E SUA IMPORTÂNCIA

O termo Economia Criativa começou a ganhar destaque no mundo a partir a partir de 1986, quando a ONU (Organização das Nações Unidas) publicou a Declaração de Direito ao desenvolvimento, em que é um direito humano indiscutível e também um dever do Estado o desenvolvimento econômico e social, com isso economia criativa tende a ser entendida como um “eixo estratégico de desenvolvimento para diferentes países e continentes desde então. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011)

Partindo da definição de Economia criativa, o exercício da imaginação e exploração do valor econômico. A Economia Criativa tem como pilar a criatividade e o capital intelectual, fazendo com que os processos de produção e distribuição de bens ou serviços tenham melhores resultados. (HOWKINS, 2013). Howkins (2013) entende que a indústria criativa ou economia criativa se trata de transformar os impulsos criativos em produtos, sendo que o insumo básico para estas industrias é a capacidade intelectual, artístico e mental de cada indivíduo. (JAMBEIRO; FERREIRA, 2012)

Além das características principais já citadas anteriormente tais como a criatividade e o capital intelectual do indivíduo, a economia criativa possui outro elemento, na qual se busca elaborar processos ou produtos que gerem não apenas crescimento econômico, mas também contribua em aspectos culturais, sociais e educacionais, assim atuando em conjunto entre estes elementos, por meio de ações que colocam o modelo atual da economia em cheque, criando assim algo novo. (FEIL, 2017)

Seguindo a linha de raciocínio a Economia Criativa não é apenas a qualificação de aspectos econômicos, ou a melhora de resultados nos processos, mas também tem como papel alcançar o crescimento da sociedade como um todo por meio do desenrolamento social, tecnológico e cultural. (DUIESBERG, 2009; VALIATI et al, 2017)

Seguindo uma citação criada pela UNCTAD (2018), Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, a Economia Criativa se coloca como base para um crescimento sustentável, se mostrando essencial para as políticas públicas, potencializando o crescimento econômico. Segundo Srimulyati et al (2017) a Economia Criativa não apenas contribui na economia em si, mas sim traz um impacto positivo em outros aspectos da nação, tais como na melhoria de imagem e identidade da nação, promovendo a inovação e a criatividade, além de buscar recursos renováveis impactando em uma sustentabilidade.

Vindo da ideia de Srimulyati, o autor Maginfera (2016) diz que a Indústria Criativa é um setor que deverá se tornar nos próximos anos uma potência dentro da Economia de cada nação, acompanhando a escassez de recursos naturais, na qual vem diminuindo cada ano. Significa que o desenvolvimento de indústrias criativas é a chave para se manter sobre condições de crises econômicas globais. (ISA, M; MAMGINFERA, L, 2016).

Com o desenvolvimento tecnológico e as mudanças dentro da economia como um todo que aconteceu nos últimos anos, foi o que impulsionou a transferência de foco das atividades industriais tradicionais para as atividades intensivas em conhecimento, com um aumento na capacidade de trabalho qualificado e agregação de valor, fazendo com que a indústria criativa ganhasse destaque dentro destas mudanças (NYKO, D; ZENDRON, P, 2018)

2.2 ECONOMIA CRIATIVA NO MUNDO

A economia criativa tem sido considerada um recurso para o desenvolvimento de muitos países, sendo que 60 países já realizam um mapeamento do setor criativo. Dentre estes países é possível citar alguns já bem amadurecidos neste setor, como por exemplo os Estados Unidos e algumas das principais economias europeias, dando destaque o Reino Unido, e também a Austrália. Mas ainda sim estes países, que já são potência no setor criativo, ainda buscam uma perspectiva maior, inserindo o tema em suas agendas econômicas. Outros países que ainda estão em desenvolvimento, conseguem ter alguma participação expressiva neste setor, porém ainda existe um vasto território à ser explorado. (MELEIRO; FONSECA, 2012)

Maleiro e Fonseca (2012) complementam destacando a União Europeia na qual dentro do setor criativo, vem dedicando expressivamente ao tema Economia Criativa, por meio de dezenas de eventos anuais como seminários, workshops entre outros.

É uma necessidade mundial e outros países como Brasil, alguns países africanos e asiáticos reconheceram a necessidade e a importância do setor criativo em todos os níveis da vida de uma pessoa. (HOJNIK, 2019)

Segundo as Nações Unidas, PNUD e a Unesco (2013) o desenvolvimento da Economia Criativa vem crescendo rapidamente e está influenciando o restante da Economia. O valor de produtos e serviços ligado ao setor criativo duplicou de 2002 a 2011, sendo que em 2011 gerou cerca de US\$ 624 bilhões. Seguindo a teoria 3T (Talento, Tecnologia e Tolerância), as nações devem se concentrar não apenas em infraestruturas mas também em capturar a imaginação de indivíduos talentosos, cidades com maior número de músicos, professores, cientistas, trabalhadores de alta tecnologia, estrangeiros, homossexuais e altos boêmios terão níveis mais altos de desenvolvimento. (FLORIDA, 2002)

Complementando, Acs e Zegyesi (2009) acrescentam um 4º T abrangendo o tema em infra estruturais das regiões e comunidades, universidades, tratamento de água, meios de transporte, habitação a preços acessíveis e edifícios históricos, além da geração de empregos. Pensando nisto, existe um índice global de criatividade com base nesta teoria 3T, classificando 139 países, porém para resumir, na tabela 1 está relacionado os países da União Europeia e sua respectiva classificação. (Florida et al., 2015)

Tabela 1 Índice de criatividade global (Países da Europa)

País	Rank Tecnologia	Rank Talento	Rank Tolerancia	Índice Criatividade Global	Rank Índice da Criatividade Global
Alemanha	7	28	18	0,837	14
Áustria	12	26	32	0,788	20
Bélgica	28	18	14	0,817	18
Bulgária	78	38	47	0,505	48
Chipre	96	44	45	0,446	66
Croácia	60	39	81	0,481	58
Dinamarca	10	6	13	0,917	5
Eslovênia	17	8	35	0,822	16
Espanha	31	19	12	0,811	19
Estônia	33	16	87	0,625	33
Finlândia	5	3	20	0,917	5
França	16	26	16	0,822	16
Grécia	39	43	101	0,484	54
Hungria	34	33	41	0,673	28
Irlanda	23	21	7	0,845	13
Itália	25	31	38	0,715	21
Letônia	54	22	77	0,563	40
Lituânia	65	12	105	0,49	51
Luxemburgo	20	48	32	0,696	25
Malta	73	49	25	0,55	43
Países Baixos	20	11	6	0,889	10
Polônia	46	25	101	0,516	46
Portugal	35	36	22	0,71	23
Reino Unido	15	20	5	0,881	12
República Tcheca	29	30	80	0,609	35
República Eslováquia	69	42	66	0,484	54
Romênia	65	60	76	0,425	68
Suécia	11	8	10	0,915	7

Fonte: Florida et al, 2015

Fazendo a análise da tabela 1 é possível observar que os países mais criativos da União Europeia são Dinamarca e Finlândia, ocupando o 5º lugar do Rank Índice da criatividade Global. Por outro lado o país da União Europeia com a pior classificação é a Romênia, em 68º lugar. Apesar de

todos os países da UE estarem relativamente no topo da lista, é possível identificar diferenças nos sub-índices talento, tecnologia e tolerância. Estes índices são bem diferentes para alguns países específicos, como por exemplo a Polônia, onde o talento e a tecnologia possui um índice alto, enquanto a tolerância no país é baixa. (HOJNIK, 2019)

2.3 ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

No Brasil, a Economia Criativa vem ganhando destaque, pois foi percebido que é um setor que fornece um alto potencial de desenvolvimento, incluindo a criação de políticas públicas estimulando o crescimento. Pensando nisto, o Ministério da Cultura em 2011 criou o Escritório de Economia Criativa (SEC), contendo ações para regulamentar e estimular as atividades deste setor. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011)

A SEC através deste plano de ações de regulamentação para a Economia Criativa, define as indústrias criativas como função principal, atividades produtivas que tem como principais elementos a geração de riqueza cultural e econômica. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011)

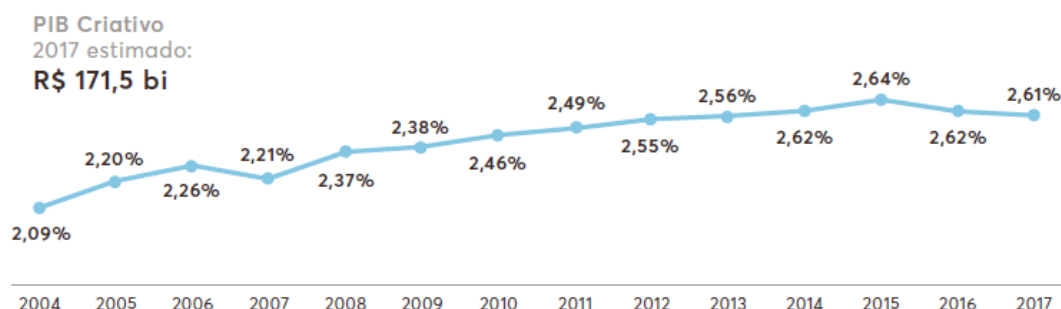
Segundo a Firjan (2019) no ano de 2017, dispôs de 837,2 mil profissionais na área da economia criativa, formalmente empregados. Este valor representa 1,8% de toda mão de obra nacional. Em relação à média salarial, a economia criativa apresenta salários superiores à média da economia do país. O rendimento médio mensal dos trabalhadores brasileiros no ano de 2017 foi de R\$ 2.777, enquanto o rendimento dos profissionais criativos atingiu o valor de R\$ 6.801, chegando à 244,90% maior que a média nacional.

Oliveira e Melo (2018) ressaltam o setor Economia Criativa dentro do país, levando o fato que o país possui um grande número de empresas informais neste setor, onde é difícil uma análise completa em termos de número de empresas e pessoas atuantes neste setor, bem como o levantamento de transações financeiras que produz e a extinção das contribuições geradas para o setor.

A empresa de consultoria EY (2015) fez um levantamento em 2013 com empresas das principais economias do mundo, na qual demonstrou a importância das indústrias criativas e culturais para a economia digital. No total estas empresas atingiram US\$ 200 bilhões em vendas no mundo. Levando em consideração as vendas B2C, alcançou o patamar de US\$ 66 bilhões.

Segundo a Firjan (2016) no Brasil a economia cultural demonstra uma participação relevante na economia do país, sendo possível acompanhar os números no gráfico abaixo, onde demonstra a atuação das indústrias culturais em relação ao PIB desde 2004.

Gráfico 1: Participação das Industrias Criativas (%) em relação ao PIB Brasileiro



FONTE: FIRJAN, 2019

Ainda sobre a Gráfico 1 acima, as indústrias criativas do Brasil segundo dados de 2017, foi responsável por gerar R\$ 171,5 bilhões, representante 2,61% do PIB (FIRJAN, 2019). Existe ainda uma perspectiva de crescimento destas indústrias no Brasil ser superior quando é levado em consideração a média mundial, na qual o estudo demonstrou que a taxa de crescimento anual da Economia Criativa no Brasil é de 4,6% no período de 2016-2021, e no resto do mundo, este crescimento é de 4,2%. (PWC, 2017).

Com base nos números citados acima, Nylon e Sendo (2018) citam 4 fatos sobre as indústrias criativas no Brasil:

- Mesmo o país tendo um cenário adverso, onde existe uma crise econômica e política, as indústrias criativas se sobressaem, possuindo um crescimento consistente.
- Estas indústrias possui impacto significativo na geração de empregos, principalmente para pessoas que possui uma alta qualificação acadêmica e profissional.
- As indústrias criativas ainda possuem um potencial para exportação de conteúdo brasileiro
- O Brasil possui um alto potencial de crescimento acima da média mundial, por conta da dimensão de seu mercado, da criatividade na geração de novos produtos, conteúdos, serviços e soluções de qualidade elevada

2.4 BENEFÍCIOS E TIPOS DE EMPRESA

Segundo a Unesco (2008, 2010) a economia criativa tem como principal característica, ser uma alternativa para o desenvolvimento, impulsionando o crescimento econômico por meio das características sociais e culturais de cada região, criando assim bens e serviços únicos e competitivos.

Além disto, em termos mais genéricos Costa e Santos (2008) alguns exemplos de benefícios que a economia criativa traz para um negócio, para uma região e para um país:

- Criação de empregos;
- Aumento de Exportação;
- Inclusão Social e Desenvolvimento Humano;
- Diversidade cultural;
- União entre economia, cultura e aspectos sociais com tecnologia;
- Aumento da Propriedade Intelectual;
- Conhecimento e desenvolvimento da interligação entre elementos macro e microeconomia são base de um sistema econômico;

- h. Novas oportunidades baseadas no capital intelectual;
- i. Desenvolvimento da inovação;

Levando em consideração os benefícios citados, a Firjan (2019) cita quatro áreas no setor criativo que são: Consumo, cultura, mídias e tecnologias. Estas quatro áreas é subdividido em 13 principais segmentos, sendo quatro na área de consumo, quatro da cultura, dois na área de mídias e três no ramo tecnologia. Na tabela 2 a seguir é possível identificar estes treze segmentos com respectivos números de trabalhadores e média de salários.

Tabela 2 – Segmentos da Economia Criativa

Segmento	Empregos 2017	Salários 2017
Economia Criativa	837.206	R\$ 6.801
Consumo	366.352	R\$ 5.841
Publicidade & Marketing	150.794	R\$ 6.653
Arquitetura	94.801	R\$ 8.385
Design	76.090	R\$ 3.276
Moda	44.667	R\$ 2.074
Cultura	64.853	R\$ 3.237
Expressões Culturais	28.403	R\$ 2.218
Patrimônio e Artes	14.170	R\$ 4.743
Música	11.478	R\$ 3.210
Artes Cênicas	10.802	R\$ 3.968
Mídias	95.562	R\$ 4.069
Editorial	54.678	R\$ 4.690
Audiovisual	40.884	R\$ 3.240
Tecnologia	310.439	R\$ 9.518
Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)	156.012	12.188
Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)	123.415	R\$ 7.086
Biotecnologia	31.012	R\$ 5.765

FONTE: FIRJAN (2019)

A área Consumo é a principal área criativa, possuindo 43,8% dos trabalhadores formais em 2017, apresentando também o segundo maior salário entre as áreas criativas. A área Cultura vem vindo como a menor área deste setor criativo, em termos de profissionais formais na área seguindo também com a média salarial do setor. A área de Mídias, por mais que seja o menor entre as quatro áreas por ter apenas dois segmentos, porém em número de trabalhadores é o 3º segmento com mais trabalhadores formais, além da média salarial que chega perto da média salarial da área de consumo que é segunda maior área dentro da economia criativa. Por último e mais importantes das áreas da economia criativa segundo o estudo está a área da Tecnologia que conta com o maior número de trabalhadores formais seguindo com a maior média salarial dentro da economia criativa. (FIRJAN, 2019)

Quadro 1: Estudos Correlatos e Formação das Variáveis que compõem o Tema Economia Criativa

Autor(es)	Objetivo	Segmento	Itens
-----------	----------	----------	-------

OLIVEIRA, A. G.M. MELO, M. C.O.L (2018)	Analisar os elementos comuns nos modelos mentais de empreendedores culturais	Empreendedores do setor Economia Criativa	Empreendedorismo; Modelos Mentais; Empreendedor Cultural
CAMPBELL, P O'BRIEN, D. TAYLOR, M. (2019)	Discussão Sobre Desigualdade em Cargos	Trabalhadores de empresas no Setor TI	Política Cultural; Política; Consumo Cultural;
BANKS, M. (2018)	Importância da Economia Criativa, para o crescimento econômico	CEOs de Indústrias Criativas	Política; Crescimento Econômico;
BURROWES, P. C. (2018)	A Criatividade como insumo na produção de produtos e serviços	Artistas de ateliers de arte	Cultura e Arte Exposições

FONTE: Construído a partir da revisão da literatura (2019)

Ao analisar o Quadro 1 que está em concordância aos estudos empíricos sobre a temática Economia Criativa, estão sendo considerados os autores que realizaram pesquisas de campo, para comprovarem os estudos teóricos citados por outros autores que constam neste estudo.

Ao analisar os objetivos das pesquisas de cada autor, é possível verificar que cada um estudou uma parte do setor Economia Criativa, os autores Oliveira e Melo (2018), buscam entender a partir de uma pesquisa realizada com os empreendedores do setor, como é formado os modelos mentais de cada um, e de como mudou o *mindset* para atuar neste setor.

Os autores Campbell e Taylor (2019) levantam a discussão sobre a desigualdade em cargos dentro das organizações, e de como esta cultura está fixada ainda em muitos países. Os mesmos realizaram a pesquisa no setor de tecnologia, com os trabalhadores destas empresas, e de como esta cultura sem a desigualdade é benéfica para todos os setores da economia.

Seguindo a linha da economia como um todo, o autor Banks ressalta por meio de uma pesquisa realizada com CEOs de Indústrias criativas, de como o setor é importante para um crescimento econômico duradouro e sustentável, por meio de políticas públicas baseadas em uma melhor utilização dos recursos disponíveis para sociedade.

Mudando de foco, a autora Burrowes (2018) analisa o segmento cultural, analisado como os artistas de ateliers trabalham no seu dia a dia, e de como a criatividade é um insumo importante e essencial para o seu negócio, agregando ainda mais valor em suas peças de arte. Tal conceito que pode ser replicado para os outros setores da economia.

Todos os autores buscaram entender algumas variáveis de como o setor Economia Criativa funciona, e todos exaltam a importância que está tendo este setor, na qual é o futuro para todas as empresas de manufatura e comércio, até mesmo para os governos de todos os países.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste tópico serão apresentados os procedimentos metodológicos usados para levantar as informações necessárias para a realização de uma análise mais aprofundada sobre o tema Economia

Criativa em empresas e profissionais de manufatura, comercio e serviço. São demonstrados a maneira que a amostra estudada foi selecionada e como os dados foram coletados.

O objetivo da pesquisa é classificada como descritiva, na qual segundo Walliman (2015) descreve como uma pesquisa com o intuito de examinar situações, estabelecendo um padrão que pode ocorrer em outras situações sob as mesmas circunstâncias. A observação dos dados pode adotar diversas formas, dependendo do tipo de problema à ser levantado, pode ser utilizado por meio de questionários, registros visuais, o importante é que todos estes dados sejam anotados, registrados de alguma forma, de modo que seja possível analisá-los e descrevê-los.

A pesquisa ainda possui uma abordagem qualitativa se tratando de um conjunto de técnicas de interpretação, que busca descrever, entender o significado ao invés da frequência de certos fenômenos que ocorrem em uma sociedade de forma natural ou não. A pesquisa qualitativa tem como objetivo buscar o entendimento profundo de cada situação, tentando explicar o porquê de cada ação. (COOPER; SCHINDLER, 2016)

O método de coleta adotado no estudo é o survey, que significa a obtenção de dados ou informações sobre particularidades, ações, ou pontos de vista de um determinado público alvo. Este método pode ser utilizado por meio de um instrumento de pesquisa, normalmente sendo um questionário para o levantamento dos dados. (FREITAS; et al, 2000)

A população do estudo são empresas do Ramo de Manufatura e Comercio e Serviço de uma determinada região do sul do Brasil. A amostra utilizada para esta pesquisa é do tipo não probabilística por conveniência, em que os dados são obtidos a partir de algum tipo de critério, onde os participantes são escolhidos por estarem simplesmente disponíveis para o estudo. (FREITAS; et al, 2000)

Para definição da quantidade de respostas foi utilizado o cálculo de erro amostral apresentado por Barbetta (2002) considerando a população como infinita e erro amostral de 5% obteve um total mínimo de 400 respondentes conforme apresenta o cálculo:

$$No = 1/e^2 - No = 1/(5\%)^2 - No = 1/(5/100)^2 - No = 1/(0,005)^2 - No = 1/(0,0025) - No = 400$$

A análise dos dados ocorreu via software SPSS por meio da estatística descritiva, onde os autores Akanime e Yamamoto (2013) descrevem como sendo a parte da estatística onde se trabalha na organização e apresentação dos dados obtidos.

Para validar os fatores nas dimensões propostas foram utilizados os testes estatísticos por meio do software SPSS. Hair Jr. et al (2009) descreve que a análise fatorial exploratória é empregada na identificação de agrupamentos entre as respostas obtidas das questões sobrepostas. Para que esta análise possa acontecer é necessário que o modelo seja avaliado primeiro isoladamente e após em conjunto. É imprescindível a análise fatorial exploratória e confirmatória para a validação do modelo de análise (HAIR, JR; et al, 2009).

Neste estudo optou-se diretamente para análise confirmatória em virtude de os fatores utilizados no questionário já ter sido validados no estudo de SILVA, 2018; OLIVEIRA e MELO, 2018; CAMPBELL e TAYLOR, 2019; NIKON E ZENDRON, 2018; BANKS, 2018; BURROWES, 2018; MANGIFERA, 2018;. Desta forma, entende-se que todas as questões e seus respectivos grupos

são existentes e se procedeu a análise confirmatória. Nesse tipo de análise foram consideradas as estimativas dos valores para os testes estatísticos, índices de ajustes do modelo proposto no estudo como GFI, AGFI, Qui-Quadrado sobre Graus de Liberdade, PNFI, TFI, CFI, RMSEA estão de acordo como recomendado pelo autor (HAIR, JR. et al, 2009).

REFERÊNCIAS

AKAMINE, Carlos Takeo. YAMAMOTO, Roberto Katsuhiro. **Estudo Dirigido de Estatística Descritiva** 3. ed. rev. São Paulo: Érica, 2013.

BANKS, Mark. **Creative economies of tomorrow?** Limits to growth and the uncertain future. 2018

BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada as Ciências Sociais**. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2002.

COOPER, Donald; SCHINDLER, Pamela. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: AMGH, 2016.

COSTA, D.; SANTOS, S., E. D. **Economia criativa**: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. Economia & Tecnologia, Curitiba, 2008.

DUISENBERG, Edna dos Santos. **A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

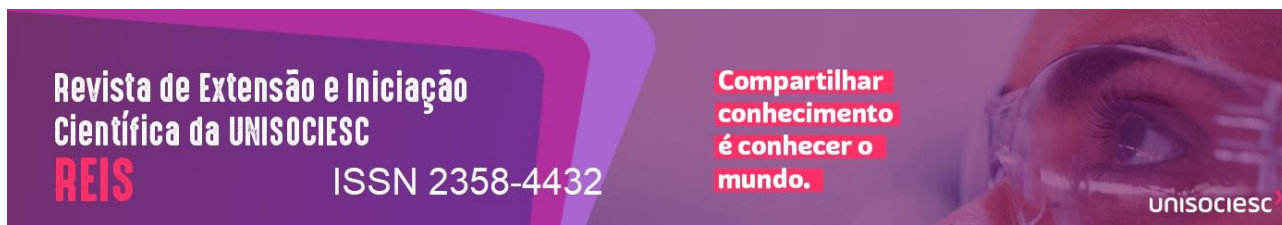
EY, Ernst & Young. **Cultural times**: The first global map of cultural and creative industries. 2015. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235710>>. Acesso em 07/04/2019

FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. 2016. Disponível em <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa-Firjan2016.pdf>> Acesso: 07/04/19

FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Disponível em <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa-Firjan2019.pdf>> Acesso: 07/04/19

FREITAS, Henrique.; et al. **O método de pesquisa survey**. São Paulo: Revista de Administração, 2000. Disponível em <<http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/especializacoes/pos-graduacao-dagee/lean-manufacturing/PesquisaSurvey012.pdf>> Acesso em 18/05/19

HAIR JR, J. F.; et al. **Análise Multivariada de Dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.



HOJNIK, Barbara Bradc. **Sustainable Creative Economy in Cities: Comparative Analysis of Capital Cities in the EU.** 2019

HOWKINS, John. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas.** 1. ed. São Paulo, SP: M.BOOKS, 2013.

HOWKINS, John. **The creative economy: How people make money from ideas.** Penguin UK, 2002

ISA, M. MANGIFERA, L. **Institutional Reinforcement Model of Creative Economic Development at Surakarta City** 2017

JAMBEIRO, O. FERREIRA, F. **Compreendendo as Indústrias Criativas Mídia: contribuições da economia política da comunicação.** São Paulo: Revista Comunicação Midiática. 2012

MANGIFERA, L **Pengembangan Industri Kreatif Produk Batik Tulis Melalui Value Chain Analysis.** 2016

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. **Economia Criativa: Uma Visão Global.** 2012

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações 2011 a 2014. Brasília: Ministério da Cultura; 2011. Acesso: <http://docente.ifrn.edu.br/narapessoa/disciplinas/configuracoes-culturais/plano-da-secretaria-da-economia-criativa-politicas-diretrizes-e-acoes-2011-a-2014/view> Acessado: 07/04/2019

OLIVEIRA, A.G.M. MELO, M.C.O.L. **Entrepreneurship and Creative Economy: Mental Models of Cultural Entrepreneurs in Belo Horizonte, Brazil.** 2018

PWC – PRICEWATERHOUSE COOPERS. **Global entertainment and media outlook 2017-2021.** Disponível em: <<https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/outlook-2017-curtain-up.pdf>>. Acesso em: 07/04/19

SRIMULYATI, T.et al. **Creative Econom: / Creative Industry Development in Indonesia.** International Journal of Innovative and Applied Research. 2017

UNCTAD. **Creative Economy.** 2008

UNESCO. **Creative economy: report 2008.** Nova York: United Nation, 2008.

UNESCO. **Creative economy: report 2010.** Nova York: United Nation, 2010

UNITED NATIONS. UNDP. UNESCO. **Creative economy report: widening local development pathways,** Disponível em: <<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>> Acesso em: 07/04/19

VALIATI et al. **Economia criativa e da cultura: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas.** Porto Alegre: Editora UFRGS/CEGOV, 2017.

Revista de Extensão e Iniciação
Científica da UNISOCIESC
REIS

ISSN 2358-4432

Compartilhar
conhecimento
é conhecer o
mundo.

unisociesc

WALLIMAN, Nicholas. **Métodos de Pesquisa**. São Paulo: Saraiva, 2015