

Estela Najberg¹
Jéssica Borges Carvalho²
Waleska Yone Yamakawa Zavatti Campos³
Martius Vicente Rodriguez y Rodriguez⁴
João Abreu de Faria Bilhim⁵

Educação superior e profissionalização de trabalhadores
criativos: estado da arte

*Higher education and professionalization of creative
workers: state of the art*

1 Doutora em Administração pela EAESP-FGV. Professora associada, Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Administração Ciências Contábeis e Ciências Econômicas da Universidade Federal de Goiás (PPGADM-FACE-UFG). E-mail: estelanajberg@gmail.com

2 Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração Faculdade de Administração Ciências Contábeis e Ciências Econômicas da Universidade Federal de Goiás. E-mail: jessica.carvalhojbc@gmail.com

3 Mestranda em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro-IAG-Escola de Negócios. E-mail: waleskazavatti@alumni.usp.br

4 Professor Titular - Departamento de Administração. Diretor - Faculdades de Administração e Ciências Contábeis - Universidade Federal Fluminense. E-mail: martiusrodriguez@id.uff.br

5 Doutor em Ciências Sociais na especialidade de Sociologia das Organizações. Professor Catedrático Jubilado no ISCSP-UTL. Investigador do CAPP/ISCSP e GESPU/UnB. Professor visitante da FACE/Universidade de Brasília (UnB). E-mail: j.bilhim@sapo.pt

RESUMO

O mercado global de bens criativos mais do que dobrou de tamanho de 2002 a 2015 (UNCTAD, 2018), sinalizando o potencial de crescimento deste setor, bem como a premência de qualificação dos trabalhadores criativos. Apesar de algumas características do mercado de trabalho criativo: poucas exigências de acreditação profissional por parte das indústrias criativas e atribuição da capacitação dos trabalhadores ao autoaprendizado/talento/vocação, a literatura tem mostrado que a educação superior tem um importante papel no desempenho da economia criativa. Neste cenário, o presente artigo visa a retratar e a caracterizar, por meio de levantamento bibliométrico e sociométrico, as publicações sobre educação superior e profissionalização de trabalhadores criativos, no período de 2008 a 2019. Resultados mostram que metade dos estudos encontrados foi realizada no Reino Unido e na Austrália, países pioneiros nos investimentos em Economia Criativa. A densidade média da rede de colaboração de pesquisadores é de apenas 1,3%, o que evidencia o seu grau de dispersão. A base Taylor & Francis Online comporta 70,82% dos artigos encontrados, seguida da Sage, com 19,44%; as duas bases brasileiras (Spell e Scielo) somadas não alcançam 9% dos achados, o que revela a incipiência destes estudos no país.

Palavras-chave: trabalhadores criativos; profissionalização; educação superior; bibliometria; sociometria

ABSTRACT

The global market for creative goods more than doubled in size from 2002 to 2015 (UNCTAD, 2018), signalling the growth potential of this sector, as well as the urgency of qualifying creative workers. Despite some characteristics of the creative labour market: few demands for professional accreditation by the creative industries and attribution of the training of workers to self-learning / talent / vocation, the literature has shown that higher education has an important role in the performance of the creative economy. In this scenario, this article aims to portray and characterize, through a bibliometric and sociometric survey, publications on higher education and professionalization of creative workers, in the period from 2008 to 2019. Results show that half of the studies found were carried out in the United Kingdom and Australia, pioneer countries in investments in Creative Economy. The average density of the research collaboration network is only 1.3%, which shows its degree of dispersion. The Taylor & Francis Online database comprises 70.82% of the articles found, followed by Sage, with 19.44%; the two Brazilian bases (Spell and Scielo) combined do not reach 9% of the findings, which reveals the incipience of these studies in the country.

Keywords: creative workers; professionalization; higher education; bibliometry; sociology

1 INTRODUÇÃO

O termo Economia Criativa ganha projeção em 2001 no livro de John Howkins, que faz referência à relação entre criatividade e economia. Para o autor, “a criatividade não é uma coisa nova e nem a economia o é, mas novas são a natureza e a extensão da relação entre elas e a forma como combinam para criar extraordinário valor e riqueza” (HOWKINS, 2001, p.22) O desenvolvimento econômico só recentemente se tornou uma preocupação para a política cultural, e o setor criativo tem grande contribuição para isto (BENNEWORTH; DAUNCEY, 2016).

A economia criativa é um campo de conhecimento relativamente novo e com baixa produção acadêmica, possui um conjunto conceitual não consolidado e não consensual. Ao transitar por várias áreas, como as engenharias, informática, ciência da informação, cultura, arte, administração, tem se mostrado um relevante campo de conhecimento interdisciplinar, que provoca estudos e debates. A base da economia criativa é formada pelas indústrias criativas, que compreendem por sua vez o ciclo de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam a criatividade e o conhecimento como seus principais *inputs*. Estratégias de políticas que promovam o desenvolvimento da Economia Criativa devem reconhecer sua natureza multidisciplinar — suas interligações econômicas, sociais, culturais, tecnológicas e ambientais.

O primeiro país a enxergar na Economia Criativa uma possibilidade de desenvolvimento e dinamização da economia foi a Austrália, que em 1994 lançou o projeto *Creative Nation*, com objetivo de valorizar o trabalho criativo potencializado pela tecnologia como propulsor de um crescimento econômico (REIS, 2008). O país que consolidou esse modelo foi o Reino Unido, no governo de Tony Blair, com investimentos e políticas de capacitação na área (BENDASSOLLI *et al.*, 2009).

Relatório da Unctad (2018) aponta que, a despeito da crise financeira de 2008, a economia criativa se mostrou resiliente e robusta, indicando que se trata de setor com considerável potencial para investimentos presentes e futuros. O mercado global de bens criativos mais do que dobrou de tamanho de 2002 a 2015, passando de U\$208 para U\$509 bilhões. Embora a crise tenha afetado a criação, a produção e a distribuição dos bens criativos, o seu desempenho em termos comerciais manteve-se relativamente estável, com uma taxa de crescimento média que superou os 7% entre 2002 e 2015. Por sua expressiva participação no mercado global de bens criativos, os setores de moda, filme e design merecem especial atenção; sendo que o design, como uma categoria abrangente - que incorpora da moda aos móveis - lidera este mercado global (UNCTAD, 2018).

Dadas a heterogeneidade e as várias possibilidades de categorização das atividades que compõem a economia criativa, somadas à relativa incipiência deste campo de estudo e ao despreparo de vários países na sistematização destas informações, fica difícil compor um cenário que descreva e compare em âmbito mundial o mercado de trabalho criativo. Algumas características, no entanto, apontam para tendências que vêm sendo referenciadas pela literatura do campo.

O mercado de trabalho criativo é de particular interesse pela natureza peculiar do trabalho neste setor – volátil, dependente da moda, da tendência e de incertezas de consumo. Os trabalhadores criativos atuam cada vez mais em ambientes caracterizados pela colaboração e redes de alianças, como startups, fusões de companhias e organizações de pequenos empreendedores; eles entregam o trabalho em ambientes descentralizados que se valem da proximidade e confiança das relações para compartilhar informações (HAUKKA, 2011).

Bridgstock e Cunningham (2016) alertam para uma aparente dicotomia quanto ao mercado de trabalho criativo – apesar de sua contribuição econômica, são conhecidas as precárias condições de trabalho e de exploração destes profissionais. A informalidade, a existência de múltiplos contratos (sendo um deles, com frequência, em atividades não culturais) e o trabalho intermitente são algumas das especificidades do mercado de trabalho de atividades artísticas/criativas (THROSBY, 1994; CASACUBERTA; GANDELMAN, 2012).

Estudos mostram que o trabalho criativo é caracterizado pela precariedade e instabilidade - expressas pelos recorrentes períodos de desemprego, contratos de curto prazo, empregos *part-time* e efêmeros, tanto dentro como fora das indústrias criativas – além das baixas recompensas econômicas; o que leva alguns estudiosos a defenderem a ideia de que os trabalhadores criativos valorizam mais aspectos éticos e morais do que recompensas financeiras (FAGGIAN *et al.*, 2013; HAUKKA, 2011).

Ao se considerar a instabilidade do trabalho criativo, surgem duas questões: será que ela é fruto da super oferta de entrantes num mercado desregulado e saturado ou será que os graduados não estão capacitados para as ocupações criativas? Neste sentido, ressalta-se que há poucas exigências de acreditação profissional por parte das indústrias criativas; as instituições de ensino estão livres para determinar as habilidades a serem ensinadas (BRIDGSTOCK; CUNNINGHAM, 2016). Mais que isto, na área criativa, não é incomum que o aprendizado seja mais ligado ao autoaprendizado e ao talento ou “vocação” do que aos anos formais de educação (SERRA; SAAD FERNANDEZ, 2015).

Jovens trabalhadores criativos acabam aceitando condições precárias de trabalho; esta internalização da precariedade foi chamada de *venture labor* – a expressão de valores empreendedores por não empreendedores. Outra expressão associada a este mercado de trabalho é o *self-exploit* – ao invés de sair do campo à busca de melhores oportunidades, os trabalhadores criativos continuam a atuar no setor, por baixa remuneração ou até de graça (BRIDGSTOCK; CUNNINGHAM, 2016).

Além disto, os trabalhadores criativos comumente se deixam levar pelo ‘*glamour*’, muitas vezes ilusório, da *portfolio career* -- na qual o trabalhador tem responsabilidade individual sobre o desenvolvimento de sua carreira, assumindo todos os riscos inerentes às oscilações da economia; por outro lado, esta modalidade de carreira é pautada pela flexibilidade, autonomia e excitação aliadas ao empreendedorismo e trabalho diversificado (BRIDGSTOCK; CUNNINGHAM, 2016). A flexibilização dos processos e da filosofia trabalhista – *boundarylessness* - é uma das características dos trabalhadores criativos (BRIDGSTOCK, 2011).

Easton e Djumalieva (2018) apresentam três recomendações aos formuladores de políticas educacionais e de capacitação profissional a partir de estudo sobre criatividade e o futuro das habilidades realizado no âmbito do *National Endowment for Science, Technology and the Arts* (NESTA):

(i)- investir na capacidade criativa da força de trabalho, uma vez que o percentual de empregos a exigir tal habilidade a partir de 2030 deve atingir 30% do mercado de trabalho global;

(ii)- enfatizar igualmente as habilidades organizacionais e de gerenciamento de projetos, tão caras aos empregadores quando articuladas com a criatividade;

(iii)- olhar para além dos limites setoriais, uma vez que a criatividade não é monopólio das ocupações criativas.

As perspectivas relativas ao mercado de trabalho criativo também estão em consonância com as tendências apontadas pelo World Economic Forum (2018) quanto às habilidades requeridas pelos trabalhadores já na segunda década do século XXI: criatividade, originalidade e iniciativa, num contexto que exige reformas na educação e novos arranjos de emprego e cujo cerne do crescimento econômico e do progresso social são as pessoas. Outra organização que sinaliza o pensamento criativo como uma competência essencial é o Institute for the Future (2011) em seu relatório *Future Work Skills 2020*.

A literatura tem mostrado que a educação superior tem um importante papel na definição e no desempenho da economia criativa (MORETON, 2018). Uma das principais maneiras pelas quais a política cultural e a de educação superior se interconectam é por meio de uma preocupação comum com a oferta de talento, sua empregabilidade e sustentabilidade da carreira (BRIDGSTOCK; CUNNINGHAM, 2016).

Ainda é premente que se reconheça e que se estude em maior profundidade como a educação superior impacta e contribui para mudanças na economia criativa e o papel que a política cultural pode desempenhar como ponte para estas interações. Neste sentido, há ainda uma agenda internacional emergente e enquanto se observa que em alguns países, como no Reino Unido, já houve políticas de intervenção centralizadas, em outros, estas iniciativas ainda são incipientes e pouco estruturadas (COMUNIAN; OOI, 2016).

Neste contexto, a questão que orienta o presente artigo é a seguinte: como se caracterizam os estudos sobre a educação superior focada na profissionalização de trabalhadores criativos? O objetivo pretendido, portanto, é: retratar e caracterizar as publicações sobre educação superior e profissionalização de trabalhadores criativos; para tanto, valer-se-á de levantamento bibliométrico e análise sociométrica com recorte temporal correspondente ao período de 2008 a 2019.

2 A RELAÇÃO ENTRE A EDUCAÇÃO SUPERIOR E A ECONOMIA CRIATIVA

São quatro as peculiaridades das indústrias criativas que tornam a análise da relação entre a educação e a economia criativa desafiadora e complexa: (i)- elas são compostas por diversos segmentos; (ii)- contratam mais pelas habilidades reconhecidas do que pela qualificação formal; (iii)- comportam trabalhadores que comumente 'misturam' períodos de educação e de trabalho; (iv)- almejam que os trabalhadores sejam autodidatas e avaliam o seu progresso pelo que eles produzem, num ambiente em que os trabalhadores criativos normalmente não têm acesso regular a oportunidades de aprendizado e desenvolvimento, sobretudo, os que atuam em pequenas empresas (HAUKKA, 2011).

A literatura tem dado ênfase à educação superior como formadora de trabalhadores criativos. O papel das instituições de ensino superior na promoção das indústrias criativas para o fomento regional e de inovação urbana se dá (COMUNIAN; TAYLOR; SMITH, 2014; GILMORE; COMUNIAN, 2016):

- (i)- pelo capital humano – as instituições de nível superior contribuem com a região pela provisão de graduados e uma conseqüente oferta de trabalho qualificado;
- (ii)- pela provisão de infraestrutura, como incubadoras, espaços para conferências, novos espaços de networking e plataformas de interação virtual;
- (iii)- pelo conhecimento gerado pelas universidades a partir de vários processos (como geração de *spin-off's* e transferência de conhecimento/*spillovers*) que enriquecem o contexto regional.

O papel da universidade, por sua vez, como alicerce do desenvolvimento regional, é de interesse dos negócios, da política e da academia (BRIDGSTOCK, 2011). A abordagem das atividades culturais e criativas numa economia dominada por serviços, em especial, tem relevância não somente para a política cultural, mas também para a educação, a pesquisa, a indústria e a inovação (BRIDGSTOCK; CUNNINGHAM, 2016).

Ao papel cívico das universidades no desenvolvimento da vida cultural das cidades dá-se o nome de "*cultural third mission*" (SMITH, 2013). Este comprometimento pode ser percebido pelas atividades culturais promovidas pela universidade, como shows, exposições, concertos, museus, teatros e galerias de arte; e ainda pela provisão de conhecimento e de infraestrutura, como espaços culturais, salas de audiovisual e de mídia (GILMORE; COMUNIAN, 2016).

O grau de engajamento e de impacto que pode ser gerado pela educação superior na economia criativa pode ser classificado em três níveis (COMUNIAN; OOI, 2016):

- (i)- o primeiro e mais básico equivale justamente ao papel cívico da universidade, ou seja, a presença da instituição de ensino num contexto específico e o valor por ela gerado;
- (ii)- o segundo diz respeito ao conhecimento criativo que é gerado, sob a perspectiva do capital humano, ao atrair talentos para uma área e possibilitar a disseminação do conhecimento;

(iii)- no terceiro nível, o papel da educação superior na economia criativa tem como perspectiva a troca de conhecimento; neste nível espera-se que as instituições de nível superior atuem como laboratórios de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e façam parte de um sistema de inovação mais abrangente.

Um caso emblemático de um engajamento mais profundo entre a educação de nível superior com o desenvolvimento da economia criativa é o do Reino Unido onde as universidades têm sido há tempos, mesmo que de maneira oculta, protagonistas da economia criativa e cultural, sobretudo, no nível local e regional. A criação das faculdades de artes e humanidades foi parte deste processo de engajamento cultural e criativo (COMUNIAN; TAYLOR; SMITH, 2014).

Fontes e materiais promocionais das universidades, bem como relatórios de entidades setoriais denotam que as universidades do Reino Unido se engajaram nas políticas públicas de apoio às indústrias culturais e criativas. Alguns destes sinais são: a criação de departamentos específicos; validação de novos cursos, especialmente em nível de pós-graduação, voltados para empreendedorismo e inovação como Warwick, King's College London, Goldsmith's e Leeds, centros de pesquisa com um interesse especializado em cultura e criatividade e promoção de alianças estratégicas com as principais organizações do setor (COMUNIAN; TAYLOR; SMITH, 2014).

Florida (2006) chama a atenção para o importante papel da universidade na condução dos três fatores críticos para o afloramento da criatividade e do desenvolvimento econômico regional: tecnologia, talento e tolerância – os 3 T's. A tecnologia pode ser medida, por exemplo, pelo número de patentes geradas, invenções apresentadas, licenças de uso obtidas e *start-ups* criadas. As universidades influenciam o crescimento econômico pela produção e atração de capital humano/talento. Não menos importante, estas instituições devem semear o clima de tolerância e de diversidade, o que pode ser observado pela sua postura quanto a questões raciais, sociais, religiosas, culturais, de gênero, e de liberdade de expressão.

Além dos 3 T's, outras questões a serem observadas nas universidades são: os currículos e sua relação com o potencial criativo, e sua adequação com a matriz econômica da região - em outras palavras – a relação da oferta dos cursos com fatores locais (históricos, culturais, sociais e econômicos) (MAX *et al.*, 2017).

Formuladores de políticas culturais veem com bons olhos os benefícios potenciais da interação entre a educação superior e a economia criativa, a despeito de possíveis tensões, como a contradição entre as mudanças constantes na base tecnológica dos setores criativos e a estrutura usualmente mais rígida e 'por disciplina' nas universidades (BENNEWORTH; DAUNCEY, 2016).

A estratégia educacional que parece ser a mais eficaz para a empregabilidade dos graduados criativos é a adaptativa e flexível (BRIDGSTOCK; CUNNINGHAM, 2016). Os graduados entrevistados por estes autores apontaram como principais lacunas em sua formação: a empresa criativa/empreendedorismo e a capacidade de administrar a própria carreira. Tais falhas podem ser explicadas segundo os autores por certo 'romantismo' da área e o próprio despreparo dos professores. Os pesquisadores também chamam a atenção para a necessidade de se incluir questões éticas

no currículo das graduações criativas, além de um equilíbrio entre uma visão profissional/técnica aliada a uma concepção crítica do setor e da profissão.

Valendo-se do caso de Singapura, Comunian e Ooi (2016) exploram o papel que a educação superior tem no desenvolvimento de um ecossistema criativo local com trabalhadores capacitados, o que evoca para a importância da educação criativa e da educação das artes em geral.

Partindo do questionamento de como a política de educação superior e as instituições de ensino superior se tornaram componentes centrais de estratégias criativas nacionais para o desenvolvimento econômico, os referidos autores afirmam que pouca atenção tem sido dada ao papel da educação, e em particular, à educação terciária neste setor, o que pode ser em parte explicado pelo fato de a educação e as indústrias criativas serem na maioria dos países tratadas por diferentes órgãos, tornando assim complexa e sem prioridade tal coordenação. Outro fator que concorre para esta situação é falta de foco em programas de e para o trabalho na política cultural (BANKS; HESMONDHALGH, 2009)we first outline and account for the utopian description of work in much UK creative industries discourse. We then offer a contrasting assessment that shows how creative workplaces are marked significantly by insecurity, inequality and exploitation (including self-exploitation).

Nas entrevistas realizadas por Comunian e Ooi (2016), foram evidenciados três pontos críticos ao tratar da conexão entre a educação superior (graduados e carreiras criativas), a política cultural e a economia criativa:

- (i)- o valor das carreiras criativas nas artes e para além das artes e da cultura;
- (ii)- o equilíbrio necessário entre o reconhecimento internacional e a valorização das forças locais;
- (iii)- investimento em educação criativa como um benefício estratégico e voltado mais especificamente para a indústria em face de um escopo mais amplo voltado para a comunidade.

Os referidos autores ainda identificaram a dificuldade em os entrevistados articularem, seja por inexperiência, seja por imaturidade, a relação entre a educação superior criativa e o setor cultural e criativo em termos de transferência de conhecimento. Outro fator que concorre para isto é o fato de as iniciativas governamentais, tanto de suporte à educação superior, como para a criação de empregos, ocorrer de maneira *top-down*, sem a participação dos interessados (graduandos, professores, empresários).

Na conclusão de sua pesquisa, Comunian e Ooi (2016) apontam para algumas considerações e questionamentos:

- (i)- o investimento em educação criativa deve ser direcionado diretamente aos estudantes e também à pesquisa;
- (ii)- o aumento do número de estudantes deve estar respaldado no crescimento do mercado criativo e igualmente na oferta de empregos;
- (iii)- relação entre a super oferta de mão de obra criativa e os salários mais baixos nestas ocupações, o que leva a questionar o valor da educação criativa;

(iv)- até que ponto o investimento em educação superior para a economia criativa é direcionado economicamente, privilegiando a inovação em detrimento do desenvolvimento cultural local; ambos devem coexistir, mas deve-se privilegiar o desenvolvimento local.

Em outro trabalho que procura compreender a inter-relação entre as indústrias criativas e a política cultural, Benneworth e Dauncey (2016) partiram da seguinte questão: como os formuladores da política cultural podem contar com a educação superior para dar suporte à emergência de indústrias criativas num contexto de rápidas mudanças tecnológicas? Na busca desta resposta, os autores estudaram o caso de ENJMIN (*École nationale du jeu et des médias interactifs numériques*), uma escola nacional de videogames em Angoulême, na França e chegaram à conclusão de que a riqueza do espaço institucional - composto por empresas, instituições de educação superior, organizações públicas, parcerias público-privadas e ainda pequenos experimentos na base – é fator essencial para o êxito desta inter-relação.

Benneworth e Dauncey (2016) levantaram algumas questões quanto à contribuição da educação superior às indústrias criativas: (i)- a noção simplificada de que a inovação é antes de tudo tecnológica, menosprezando outros tipos de inovação; (ii)- o papel contraditório das universidades entre fomentar as habilidades para a indústria ou inculcar valores como a autonomia; (iii)- tensão entre uma excelência global e a relevância local.

Os autores sugerem uma instigante reflexão sobre o fato de as indústrias criativas terem sido incorporadas pelas universidades como uma maneira de demonstrar o impacto, a relevância e a utilidade social da academia nas artes e nas humanidades. Esta é também é uma maneira de as universidades atraírem recursos, seja por parte das empresas que atuam neste campo ou como elemento da estratégia de alguma política pública de fomento ao setor (BENNEWORTH; DAUNCEY, 2016).

A despeito de seu potencial para incentivar a inovação e a criatividade em setores emergentes, ainda não há muita clareza de como as universidades contribuem para o avanço das indústrias criativas; estas instituições são muitas vezes criticadas pelo tratamento instrumental que dão à economia criativa, reproduzindo valores dominantes/tradicionais assim como o seu ritmo capitalista e de *fast innovation* (BENNEWORTH; DAUNCEY, 2016; MORETON, 2018).

Ashton e Noonan (2013) reforçam esta visão crítica quanto à conduta das universidades ao considerar que estas instituições seguiram uma trajetória similar à do setor cultural, rumo a um modelo neoliberal em que os estudantes são vistos como clientes e onde a transferência de habilidades e a promessa de bons trabalhos são tratadas como mercadorias. Neste cenário, os autores levantam as seguintes questões: qual o papel da universidade – prover a indústria com talentos ou propiciar um espaço de reflexão crítica? Será possível preparar os alunos com um pensamento crítico e criativo que desafie um trabalho muitas vezes desigual e opressor, ou será que estas inspirações tornariam os egressos menos ‘empregáveis’? E será que um currículo menos voltado para a empregabilidade e para a aquisição de habilidades tornaria os cursos da área menos atraentes aos estudantes? Os autores ponderam

a atitude dos próprios alunos que normalmente consideram as disciplinas críticas/contextuais menos úteis.

Na conclusão de seu estudo, Comunian *et al.* (2014) afirmam que organizações públicas e governamentais são essenciais para o desenvolvimento das indústrias criativas; elas, no entanto, têm tido um ritmo aquém do necessário para conectar a pesquisa acadêmica à economia criativa, bem como, para criar esquemas de colaboração.

3 MÉTODO

Utiliza-se no presente estudo uma abordagem quantitativa com o uso do processo bibliométrico e análise de redes sociais. A bibliometria é uma técnica estatística utilizada para medir a produção científica em um determinado campo do conhecimento a partir da análise de dados levantados em grandes bases de publicação científica (ARAÚJO, 2006). A bibliometria tem avançado em sua popularidade como método de pesquisa por ser complementar aos métodos econométricos, à análise de redes sociais e a outras abordagens quantitativas para modelar comportamentos (BORGMAN; FURNER, 2005). Para Chueke & Amatucci (2015), os estudos bibliométricos possibilitam a sistematização de determinado campo de pesquisa e direcionam questões a serem exploradas em pesquisas futuras.

Os dados desta pesquisa foram obtidos nas bases Spell, Scielo, Sage e Taylor & Francis Online, com um recorte temporal correspondente ao período de de 2008 a 2019. Duas destas bases são nacionais (Spell e Scielo) e duas internacionais (Sage e Taylor & Francis Online). O Spell foi escolhido por ser uma base nacional das áreas de Administração Pública e de Empresas, Contabilidade e Turismo (SPELL, 2019), já o Scielo foi adotado pela sua relevância para o país. As bases internacionais Sage e Taylor & Francis Online foram escolhidas por apresentarem artigos relevantes na temática abordada. As palavras-chave utilizadas estão apresentadas na Figura 1.

Português	Inglês
Políticas de economia criativa e trabalhadores	Creative economy policies and workers
Economia criativa e trabalhadores	Creative economy and workers
Economia criativa e trabalho	Creative economy and work/ creative economy and labour
Economia criativa e formação	Creative economy and training
Economia criativa e habilidades	Creative economy and skills
Economia criativa e educação superior	Creative economy and higher education
Economia criativa e educação	Creative economy and education
Indústria criativa e trabalhadores	Creative industry and work/ creative industry and labour
Indústria criativa e trabalho	Creative industry and work
Indústria criativa e formação	Creative industry and training
Indústria criativa e habilidades	Creative industry and skills
Indústria criativa e educação superior	Creative industry and higher education
Indústria criativa e educação	Creative industry and education

Figura 1: Palavras-chave utilizadas
Fonte: Dados da pesquisa.

Nas buscas iniciais, empregou-se o termo 'economia criativa' associado a: trabalhadores/ trabalho/ formação/ habilidades/ educação/ educação superior; em seguida, 'economia criativa' foi substituída pelo termo indústria criativa, com as mesmas associações. Para tratar de temas específicos, deve-se atentar para o uso de sinônimos, o que pode assegurar o sucesso do estudo. (CHUEKE; AMATUCCI, 2015)

Conforme recomendação de Chueke e Amatucci (2015), foi realizada uma leitura prévia dos títulos, resumos e autores para inclusão e exclusão de artigos e sobreposição de publicações; seguindo este caminho foram classificados 72 (setenta e dois) artigos para a análise considerando-se os critérios estabelecidos para esta pesquisa.

A análise de redes sociais, por sua vez, é um estudo aplicado para a compreensão do processo de troca de informações em redes. Silva *et al.* (2006) descrevem a teoria da análise de redes sociais como método de estudo de grupos sociais por meio do estabelecimento e mensuração de relações, laços e interações sociais.

Na análise de redes sociais, atores são pessoas ou grupos de indivíduos dentro um grupo de estudo. As ligações representam as conexões entre os atores da rede. Já os subgrupos são subconjuntos de atores dentro de cada rede, determinados por

funções, variáveis demográficas, hierarquia entre outros. A relação, por sua vez, é um tipo específico de ligação. O tamanho refere-se à quantidade de ligações entre os atores da rede. Por fim, a densidade média da rede é medida pelo quociente entre o número de ligações existentes e o número de ligações possíveis em uma rede determinada (ZHANG; FANG, 2018). Isso evidencia o potencial da rede em termos de fluxo de informações, de modo que, quanto maior a densidade, mais intenso é o estabelecimento de interações e de troca de informações na rede, e vice-versa (RIBEIRO; RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, 2016).

Para a elaboração das redes sociais e para obtenção das métricas utilizadas neste trabalho foi utilizado o *software* UCINET versão 6.704 (BORGATTI; EVERETT, 2015). As métricas foram geradas por meio da função *Network/Whole Network & Cohesion/Density/Density Overall*, em que a densidade é medida pelos valores de 'average value' ou 'density'. Em especial, a medida de densidade de rede representa a razão entre o número de relacionamentos reais e o número de relacionamentos possíveis, de modo que, quanto maior a sua densidade, mais próximas as relações entre seus membros e maior o impacto de um ator em outro (ZHANG; FANG, 2018). Os benefícios da alta densidade da rede envolvem o acesso a recursos sociais diversificados, favorecendo o desenvolvimento dos atores da rede (LIU, 2011; ZHANG & FANG, 2018) Foram considerados como atores das redes deste trabalho os autores de cada artigo, distribuídos em subgrupos por colaboração entre autores e abordagem das pesquisas.

Os trabalhos foram organizados e analisados considerando-se as seguintes categorias: (i)- ano de publicação, (ii)- periódicos e respectivas bases de pesquisa, (iii)- número de autores, (iv)- país em que o estudo foi realizado, (v)- natureza (teórico/empírico) e (vi)- abordagem (quantitativa/qualitativa) dos trabalhos. A seguir são apresentados e discutidos os resultados obtidos.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados os resultados de acordo com as categorias acima elencadas.

(I)- O número de artigos publicados nas bases Taylor & Francis Group, Sage, Spell e Scielo, num total de 72, entre 2008 e 2019, foi mais representativo nos anos de 2015, 2016 e 2019, o que pode ser constatado na Figura 2.

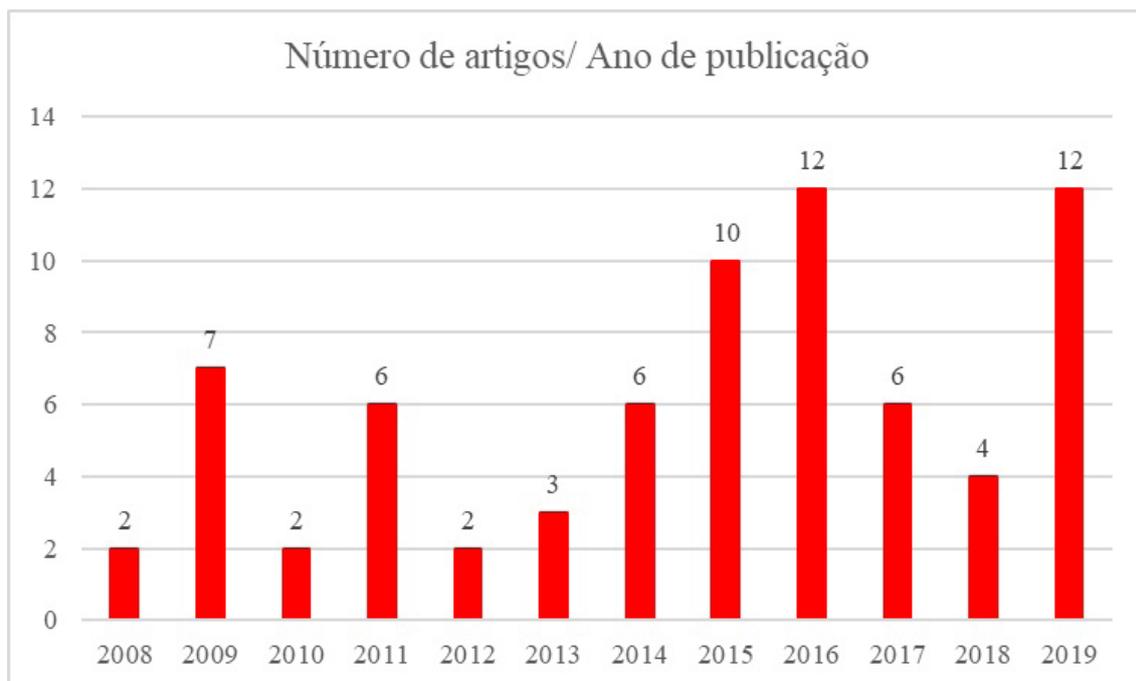


Figura 2: Números de artigos/ ano de publicação

Fonte: Dados da pesquisa.

Estes dados expressam a afirmação da Unctad (2018) de que o mercado global de bens criativos mais do que dobrou de tamanho de 2002 a 2015, passando de U\$208 para U\$509 bilhões. O aumento das investigações científicas pode ser visto como uma consequência do dinamismo deste mercado, ainda que em meio à crise financeira.

(II)- A Figura 3 mostra os periódicos que publicaram sobre o tema 'economia criativa' e 'educação superior e profissionalização de trabalhadores criativos' no período analisado.

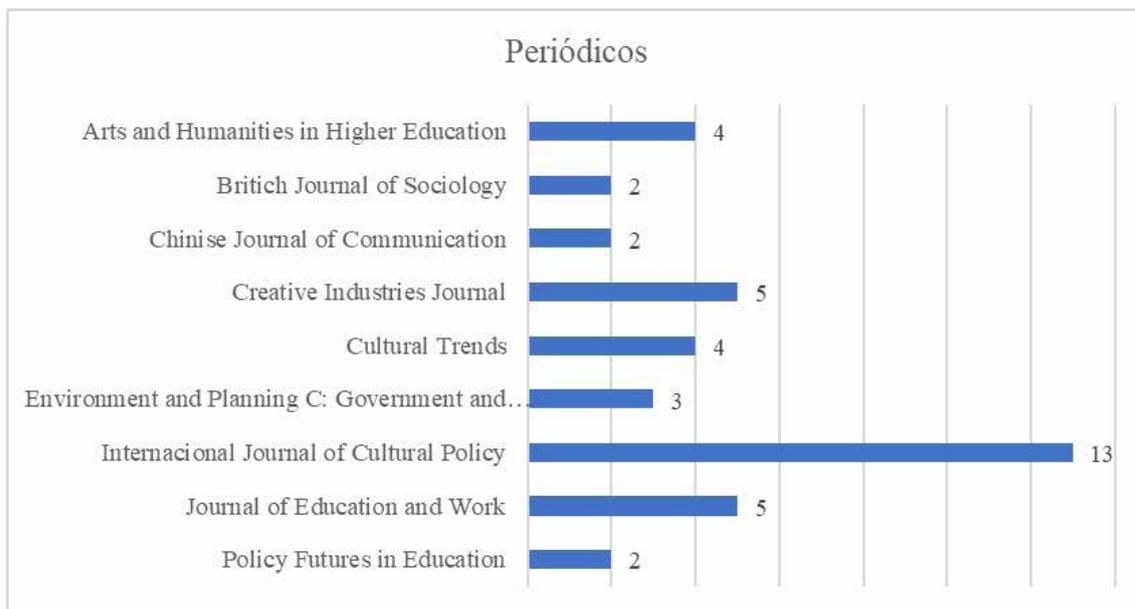


Figura 3: Periódicos

Fonte: Dados da pesquisa.

A figura 3 indica que 40 de um total de 72 trabalhos analisados, ou seja, 55,5% dos artigos, foram publicados somente por 9 revistas. Os outros 32 estudos foram publicados em diferentes periódicos.

O International Journal of Cultural Policy é protagonista nas publicações desta área, seguido pelas revistas Creative Industries Journal, Journal of Education and Work e Cultural Trends. Interessante notar que nos títulos das revistas que mais publicam aparecem as palavras “cultural” e “creative” o que mostra a particularidade da área, que parece ter menos probabilidade de publicar em periódicos com temáticas mais abrangentes.

Nota-se ainda que, entre as revistas que mais publicam, nenhuma é brasileira, talvez porque o estudo da temática ainda seja incipiente no Brasil, fato imbricado com o baixo número de periódicos voltados para a área. Como esforço para publicação desta temática específica no país, vale citar a Revista Diálogo com a Economia Criativa, periódico digital quadrimestral, publicado pelo Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM-Rio, e que está em seu 5º-volume, com atuação desde 2016). Na busca realizada nas bases nacionais (Spell e Scielo), no entanto, não foi encontrado nenhum artigo deste periódico.

A seguir é evidenciada a relação entre as bases utilizadas para pesquisa e o número de artigos encontrados, conforme dados apresentados na Tabela 1.

Bases	Número de artigos	Porcentagem
Taylor & Francis Online	51	70,82%
Sage	14	19,44%
Scielo	5	6,94%
Spell	1	1,40%
Sage/ Taylor & Francis Online	1	1,40%
Total	72	100%

Tabela 1: Bases/ Revistas

Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela 1 mostra a preponderância da base Taylor & Francis Online, que comporta 70,82% dos artigos encontrados, seguida da Sage, com 19,44% das publicações consideradas; 1,40%, ou seja, um artigo foi encontrado nas duas bases. É notável que as duas bases brasileiras somadas não alcancem 9% dos achados, o que reforça a constatação de que ainda não há interesse suficiente pelos pesquisadores e revistas do país em estudar e publicar na área.

(III)- Em relação à quantidade de autores, a Tabela 2 mostra que quase a metade dos trabalhos foi realizada de modo individual, dado peculiar do campo de economia criativa, que pode denotar a baixa institucionalização de redes e de grupos de pesquisa na área, o que será mais bem evidenciado na Figura 4, que apresenta a análise das redes sociais por autores.

Trabalhos/ Quantidade de autores	N.	Porcentagem
Trabalhos com 1 autor(a)	33	45,83%
Trabalhos com 2 autores(as)	25	34,72%
Trabalhos com 3 autores(as)	12	16,67
Trabalhos com 4 autores(as)	2	2,78%
Total	72	100%

Tabela 2: Trabalhos/ Quantidade de autores

Fonte: Dados da pesquisa

Com base nos dados levantados, e de maneira complementar, foi realizada análise de redes sociais acerca da relação colaborativa entre os autores dos artigos, o que resultou na Figura 4.

A rede é formada por 106 autores que publicaram sobre o tema no período analisado. De acordo com a Figura 4, os subgrupos estão divididos por autores que colaboraram entre si para a publicação dos estudos. O subgrupo com maior estabelecimento de relações é o formado por Brad Haseman, Erica McWilliam, Greg Hearn, Jess Rodgers, Ben Goldsmith, Stuart Cunningham, Ruth Bridgstock e Denise Jackson. A rede caracteriza-se pela mediação de alguns autores, como Greg Hearn e Ruth Bridgstock, que participam em mais de um trabalho. Estabeleceram redes colaborativas de pesquisa neste subgrupo os autores do trabalho "Creative graduate pathways within and beyond the creative industries" (BRIDGSTOCK *et. al.*, 2015), bem


```
DENSITY / AVERAGE MATRIX VALUE
-----
              1      2      3      4
              Avg Val Total Std Dev Avg Wtd
              ue
-----
1 autores colaboracao  0.013  149  0.125  1.393

1 rows, 4 columns, 1 levels.

-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 11 jun 20 19:14:26
UCINET 6.704 Copyright (c) 2002-19 Analytic Technologies
```

Figura 5: Dados sobre densidade da rede de colaboração entre autores.

Fonte: Elaborado pelos autores por meio do *software* UCINET.

(IV)- No que se refere aos países em que os estudos sobre 'economia criativa e educação superior' e 'profissionalização de trabalhadores criativos' foram realizados, destacam-se o Reino Unido (27,8%) e a Austrália (19,4%). Vale salientar que aproximadamente 11% dos artigos não especificaram o país em que o estudo foi feito, estes trabalhos muito provavelmente equivalem aos artigos teóricos encontrados na presente pesquisa. (12,5%); conforme dados da Figura 6. Canadá, Estados Unidos, China, Reino Unido e Austrália (simultaneamente) e Singapura sediaram 2,8% dos estudos, cada.

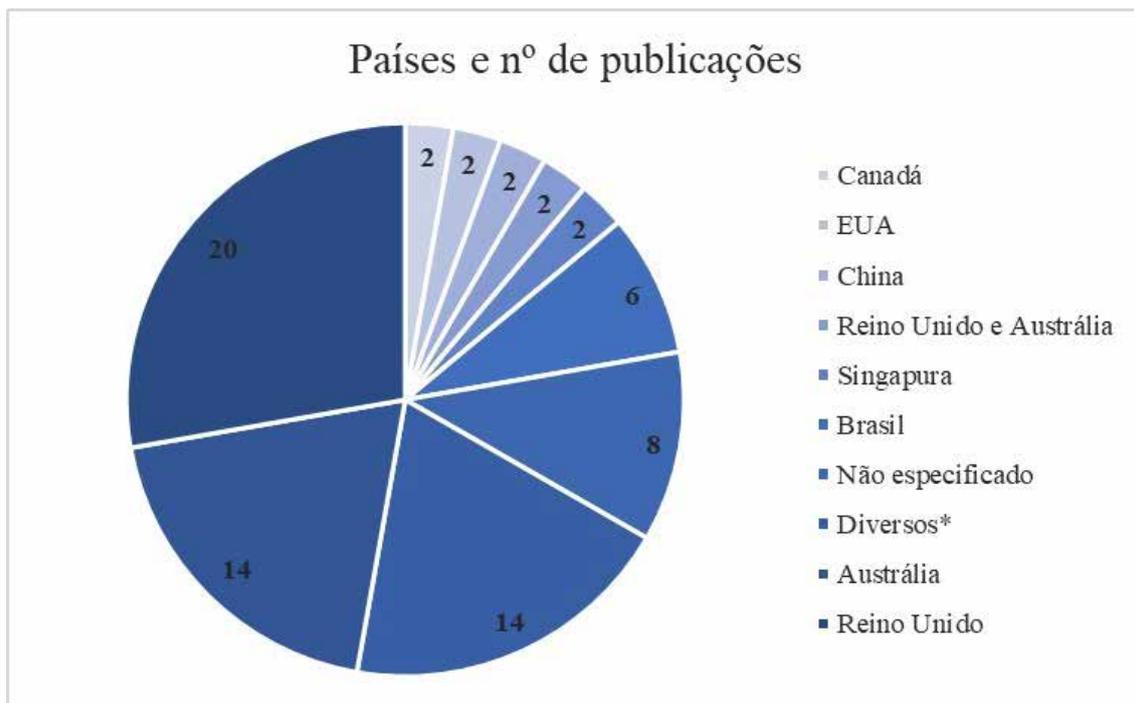


Figura 6: Número de trabalhos, por país ou bloco de países, nos quais 'economia criativa e educação superior' e 'profissionalização de trabalhadores criativos' foram abordados.

Fonte: Dados da pesquisa.

Legenda: Diversos* - África do Sul (1), Áustria (1), Canadá e Dinamarca (1), Canadá e EUA (1), Coreia do Sul (1), Espanha (1), França (1), Índia (1), Indonésia (1), Malásia (1), Noruega (1), Nova Zelândia (1), Polônia (1), Turquia (1).

Não causa espanto o fato de que metade dos estudos encontrados tenha sido realizada no Reino Unido e na Austrália, países pioneiros nos investimentos em Economia Criativa (BENDASSOLLI *et al.*, 2009; REIS, 2008). Chegou-se a este percentual, considerando-se além dos 20 trabalhos publicados no Reino Unido e dos 14 publicados na Austrália, os 2 trabalhos publicados em ambos os países simultaneamente.

Os dados chamam a atenção para a ainda emergente agenda internacional na área; enquanto se observa que em alguns países, como no Reino Unido, já houve políticas de intervenção centralizadas, em outros, estas iniciativas ainda são incipientes e pouco estruturadas (COMUNIAN; OOI, 2016). Saliente-se que a criação das faculdades de artes e humanidades faz parte do processo de engajamento cultural e criativo do Reino Unido (COMUNIAN *et al.*, 2014).

(V)- Com relação à natureza do estudo, os artigos foram classificados como teóricos ou teórico-empíricos, conforme apresentado na Figura 7, a qual ressalta que 12,50% (9 artigos) são de cunho teórico, e os outros 87,50% (63 trabalhos) são teórico/empírico, o que é relativamente esperado, tendo em vista que a maior parte dos artigos analisa a teoria a partir de um dado empírico, de um caso específico. Esta especificidade é consonante com a valorização das forças locais ao se tratar da conexão entre a educação superior e a economia criativa (COMUNIAN; OOI, 2016).

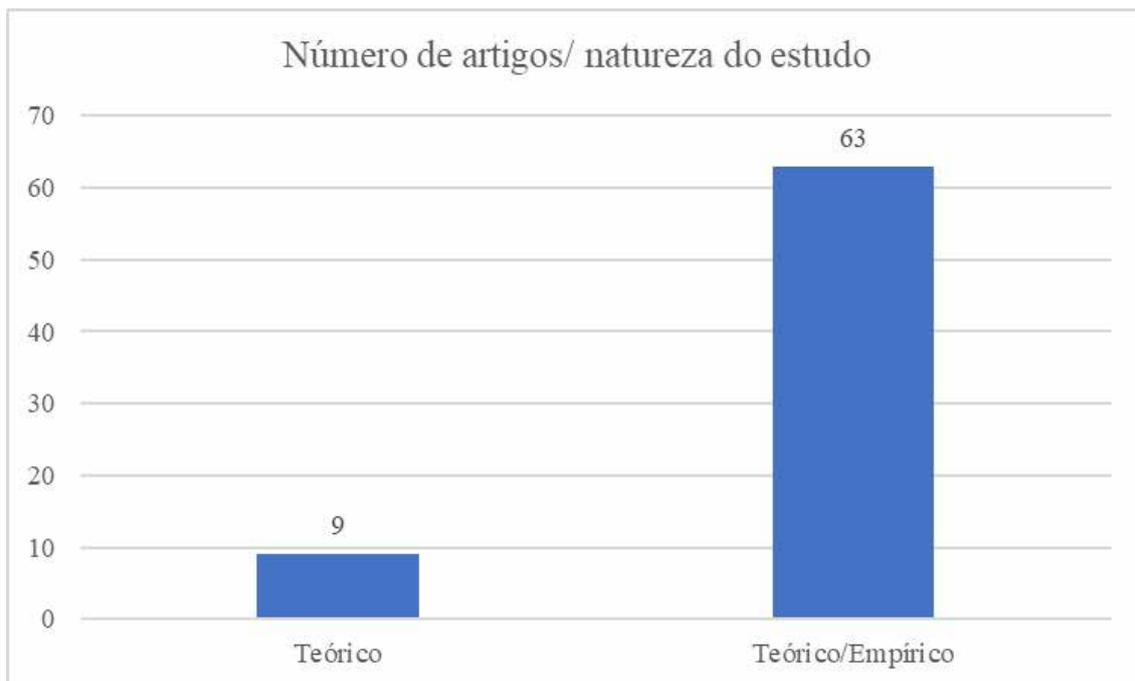


Figura 7: Números de artigos/ natureza do estudo.

Fonte: Dados da pesquisa.

(VI)- Sob o ponto de vista da abordagem, os artigos foram identificados como sendo de natureza qualitativa, quantitativa ou mista (qualitativa-quantitativa), segundo Figura 8.

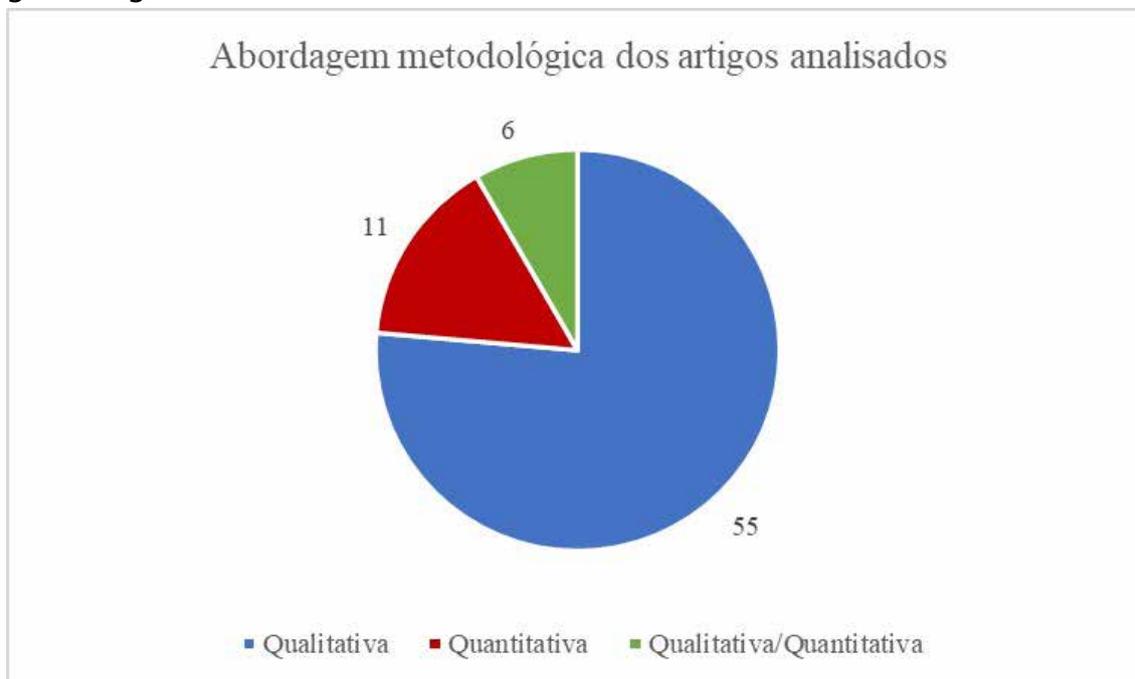


Figura 8: Abordagem metodológica dos artigos analisados

Fonte: Dados da pesquisa.

Evidencia-se que a abordagem mais utilizada foi a qualitativa, com um percentual de 76,39% dos artigos pesquisados, seguida da abordagem quantitativa,

com 15,28% dos artigos encontrados. Por fim, somente 6 artigos apresentaram a abordagem quali-quantitativa. O predomínio da abordagem qualitativa pode ser explicado pelo grande número de trabalhos empíricos na área que exigem um estudo mais aprofundado e detalhado dadas as especificidades da economia criativa.

De forma complementar, realizou-se a análise de redes sociais por autor em relação à natureza dos trabalhos, que culminou na Figura 9.

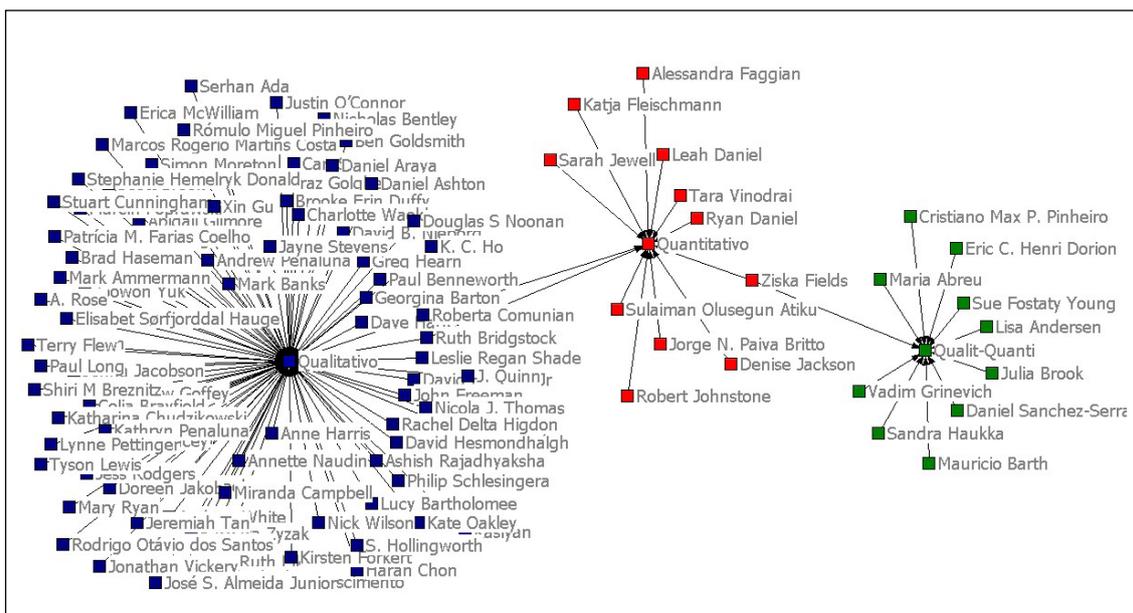


Figura 9: Análise de redes sociais por autor e abordagem dos estudos.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme é possível depreender a partir da Figura 9, a rede de pesquisadores qualitativos é maior em tamanho, número de atores, ligações e relações. Todavia, alguns autores transitam entre dois métodos, quer seja entre o método qualitativo e quantitativo, ou entre o método quantitativo e misto (quali-quantitativo). Diante disso, vale a pena indagar se cabem medidas de adequação ao campo, considerando-se a necessidade de realização de mais estudos mistos e quantitativos sobre a temática.

De acordo com a Figura 10, a rede de autores, dividida em clusters (grupos) por abordagens metodológicas utilizadas nos trabalhos é formada por 112 relações. Importante salientar que do ponto de vista metodológico, a densidade geral da rede é de 0,339 (*Density*), ou seja, 33,9% das relações possíveis foram estabelecidas. Isso pode ser explicado pelo fato de todos os autores se vincularem a alguma abordagem, ou ainda, por não haver falhas de comunicação entre os nós da rede, de modo que a densidade pode favorecer a estrutura de conhecimento (ZHANG; FANG, 2018) especialmente no cluster dos estudos qualitativos.

```
DENSITY / AVERAGE MATRIX VALUE
-----
          1      2      3      4
      Density No. of Std Dev Avg Deg
              Ties
-----
1 rede abordagem pesquisas      0.339      112      0.474      1.018

1 rows, 4 columns, 1 levels.

-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 11 jun 20 15:25:41
UCINET 6.704 Copyright (c) 2002-19 Analytic Technologies
```

Figura 10: Dados sobre densidade da rede de autores segundo abordagem das pesquisas.
Fonte: Elaborado pelos autores por meio do *software* UCINET.

Os benefícios da alta densidade para a rede de autores segundo a abordagem das pesquisas podem envolver o enriquecimento e refinamento dos estudos qualitativos sobre economia criativa e profissionalização do ensino superior, já que evidências sugerem que nas redes densas os nós se agrupam em conjuntos consistentemente conectados com grupos semelhantes (LIU, 2011).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado global de bens criativos mais do que dobrou de tamanho de 2002 a 2015, indicando a resiliência e robustez da economia criativa. Neste cenário, a qualificação dos trabalhadores criativos se faz premente. A despeito de algumas características do mercado de trabalho criativo - (i)- as exigências de acreditação profissional por parte das indústrias criativas não são muito claras, (ii)- o aprendizado no setor é muitas vezes atribuído ao autoaprendizado e ao talento/apetido, (iii)- o desequilíbrio entre postos de trabalho, a literatura tem mostrado que a educação superior tem um importante papel no desempenho da economia criativa.

Neste cenário, o presente artigo objetivou retratar e caracterizar, por meio de levantamento bibliométrico e sociométrico, as publicações sobre educação superior e profissionalização de trabalhadores criativos, no período compreendido entre 2008 e 2019.

Resultados mostraram que quase metade dos estudos encontrados (49,2%) foi realizada no Reino Unido e na Austrália, constatação esperada, já que estes países são pioneiros e referências em políticas de fomento à Economia Criativa. A densidade média da rede de colaboração entre pesquisadores é de apenas 1,3% o que evidencia o seu grau de dispersão e alerta para a emergência de incentivos a parcerias e convênios, como por exemplo, mecanismos de cooperação nacionais e internacionais para o estabelecimento de redes de pesquisa mais integradas na área. Já a rede sobre a abordagem das pesquisas demonstra densidade de 33,9%, cujo percentual

pode ser explicado pelo fato de todos os autores se vincularem a alguma abordagem de pesquisa, com destaque para a concentração de estudos qualitativos sobre economia criativa, profissionalização e educação superior.

A base Taylor & Francis Online comporta 70,82% dos artigos encontrados, seguida da Sage, com 19,44%, sendo que um artigo ainda foi encontrado nas duas bases; as bases nacionais (Spell e Scielo) somadas não alcancem 9% dos achados, o que indica a incipiência destes estudos no Brasil, evidência reforçada pelo baixo número de periódicos que publicam sobre a temática no país. Por fim, 87,5% dos trabalhos identificados foram classificados como teórico/empíricos e 76,38% adotaram a abordagem qualitativa, o que pode ser compreendido tendo em vista que a maior parte dos artigos busca analisar a teoria a partir de um dado empírico e que merece uma análise mais aprofundada, em consonância com a valorização das especificidades e com a valorização daquilo que é local na economia criativa.

Trabalhos futuros que pretendam melhor compreender o papel da educação superior na formação de trabalhadores criativos podem focar em aspectos como: estratégias para atrair talentos; currículo dos cursos e sua adequação à matriz econômica da região; competências que se objetiva desenvolver nos alunos; número de egressos que atua efetivamente no setor cultural e criativo; patentes geradas e *start ups* criadas; programas para lidar com a tolerância e valorizar a diversidade.

Ao investir na formação de capital humano criativo, espera-se que as instituições de ensino superior contribuam com a atração de talentos e a provisão de graduados para a promoção das indústrias criativas. Apesar desta constatação, é natural que surja um questionamento sobre o papel da universidade – prover a indústria com talentos ou propiciar um espaço de reflexão crítica? E será que estas duas perspectivas podem coexistir?

Vale salientar que as instituições de ensino superior e os estudantes não devem ser os únicos responsáveis por sua empregabilidade; cabe às indústrias também desempenhar este papel, e há pouca literatura a respeito. Mais do que isto, não se deve desconsiderar a responsabilidade que o Estado deve ter na formulação e implementação de políticas públicas que fomentem a capacitação de trabalhadores criativos, e esta não é uma questão simples, seja pela diversidade desta classe de trabalhadores, seja pela necessidade de uma interação equilibrada entre as áreas de educação e de cultura.

REFERÊNCIAS

- ABDALLA, K.G. M. Z. *et al.* Pensando Contabilidade: um estudo bibliométrico e sociométrico da produção científica da Revista Pensar Contábil no Período 2006–2012. *Pensar Contábil*, v. 16, n. 59, p. 30–38, 2014. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/31235/Acesso em: 20 out.2019>.
- ARAÚJO, Carlos Alberto. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais *Em Questão*, v. 12, n. 1, p. 11–32, 2006.
- BANKS, Mark; HESMONDHALGH, David. Looking for work in creative industries policy. *International Journal of Cultural Policy*, v. 15, n. 4, p. 415–430, 2009. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630902923323> Acesso em: 04 nov.2019
- BENDASSOLLI, Pedro F *et al.* Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, v. 49, n. 1, p. 10–18, mar. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902009000100003&lng=pt&tlng=pt Acesso em: 25 set 2018.
- BENNEWORTH, Paul; DAUNCEY, Hugh. Cultural policy, creative clusters and the complexity of higher education: notes from the case of Enjmin in Angoulême, France. *International Journal of Cultural Policy*, v. 22, n. 1, p. 80–99, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1101083> Acesso em: 06 ago.2019
- BORGATTI, S. P., EVERETT, M. G., & JOHNSON, J.C.. Analyzing Social Networks. *The Journal of Mathematical Sociology*, v. 39, n. 3, p. 221–222, 3 jul. 2013. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0022250X.2015.1053371> Acesso em: 10 dez.2018
- BORGMAN, Christine L.; FURNER, Jonathan. Scholarly communication and bibliometrics. *Annual Review of Information Science and Technology*, v. 36, n. 1, p. 2–72, 1 fev. 2005. Disponível em: <http://doi.wiley.com/10.1002/aris.1440360102> Acesso em: 04 abr.2018
- BRIDGSTOCK, Ruth *et al.* Creative graduate pathways within and beyond the creative industries. *Journal of Education and Work*, v. 28, n. 4, p. 333–345, 4 jul. 2015. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13639080.2014.997682> Acesso em: 10 out.2019
- BRIDGSTOCK, Ruth. Skills for creative industries graduate success. *Education + Training*, v. 53, n. 1, p. 9–26, 2011.
- BRIDGSTOCK, Ruth; CUNNINGHAM, Stuart. Creative labour and graduate outcomes: implications for higher education and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, v. 22, n. 1, p. 10–26, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1101086> Acesso em: 05 set.2019
- BRIDGSTOCK, Ruth; JACKSON, Denise. Strategic institutional approaches to graduate employability: navigating meanings, measurements and what really matters. *Journal of Higher Education Policy and Management*, v. 41, n. 5, p. 468–484, 3 set. 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1366080X.2019.1646378> Acesso em: 02 fev.2020.
- CASACUBERTA, Carlos; GANDELMAN, Néstor. Multiple job holding: the artist’s labour supply approach. *Applied Economics*, v. 44, n. 3, p. 323–337, jan. 2012. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00036846.2010.508719> Acesso em: 03 jun.2020
- CHUEKE, Gabriel Vouga; AMATUCCI, Marcos. O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum. *Internext*, v. 10, n. 2, p. 1, 9 set. 2015. Disponível em: <http://internext.espm.br/index.php/internext/article/view/330> Acesso em: 20 jul.2018
- COMUNIAN, Roberta; CHAPAIN, Caroline; CLIFTON, Nick. Creative industries & creative policies: A European perspective? *City, Culture and Society*, v. 5, n. 2, p. 51–53, 2014.
- COMUNIAN, Roberta; OOI, Can Seng. Global aspirations and local talent: the development of creative higher education in Singapore. *International Journal of Cultural Policy*, v. 22, n. 1, p. 58–79, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1101085> Acesso em: 12 dez.2019
- COMUNIAN, Roberta; TAYLOR, Calvin; SMITH, David N. The Role of Universities in the Regional Creative Economies of the UK: Hidden Protagonists and the Challenge of Knowledge Transfer. *European Planning Studies*, v. 22, n. 12, p. 2456–2476, 2014.
- EASTON, Eliza; DJUMALIEVA, Jyldyz. *Creativity and the future of skills*. London: [s.n.], 2018. Disponível em: <https://www.nesta.org.uk/> Acesso em: 02 dez.2019.FAGGIAN, Alessandra *et al.*

Bohemian Graduates in the UK: Disciplines and Location Determinants of Creative Careers. *Regional Studies*, v. 47, n. 2, p. 183–200, 2013. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00343404.2012.665990> Acesso em: 14 fev.2019.

FLORIDA, Richard. Regions and Universities Together Can Foster a Creative Economy. *Chronicle for Higher Education* v. 4, p. 3–7, 2006.

GILMORE, Abigail; COMUNIAN, Roberta. Beyond the campus: higher education, cultural policy and the creative economy. *International Journal of Cultural Policy*, v. 22, n. 1, p. 1–9, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1101089> Acesso em: 06 ago.2020.

HAUKKA, Sandra. Education-to-work transitions of aspiring creatives. *Cultural Trends*, v. 20, n. 1, p. 41–64, 2011.

HOWKINS, JOHN. *The creative economy: How people make money from ideas*. ed. London: [s.n.], 2001.

INSTITUTE FOR THE FUTURE. *Future Work Skills 2020*. . Switzerland: [s.n.], 2011. Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2018> Acesso em: 08 jul.2020

LAZZERETTI, Luciana; CAPONE, Francesco; INNOCENTI, Niccolò. Exploring the intellectual structure of creative economy research and local economic development: a co-citation analysis. *European Planning Studies*, v. 25, n. 10, p. 1693–1713, 3 out. 2017. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09654313.2017.1337728> Acesso em: nov.2019.

LIU, Chih-Hsing. The effects of innovation alliance on network structure and density of cluster. *Expert Systems with Applications*, v. 38, n. 1, p. 299–305, jan. 2011. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0957417410005683> Acesso em: 30 jan.2019.

MAX, Cristiano *et al.* Mapeamento dos Cursos de Graduação dos Setores Criativos nas Instituições de Ensino Superior Gaúchas. *Desenvolvimento em Questão*, v. 15, n. 39. p. 353–375, 2017.

MCWILLIAM, Erica; HEARN, Greg; HASEMAN, Brad. Transdisciplinarity for creative futures: what barriers and opportunities? *Innovations in Education and Teaching International*, v. 45, n. 3, p. 247–253, ago. 2008. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14703290802176097> Acesso em: 21 set.2019.

MORETON, Simon. Contributing to the creative economy imaginary: universities and the creative sector. *Cultural Trends*, v. 27, n. 5, p. 327–338, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09548963.2018.1534575> Acesso em 10 jan.2020.

NOONAN, Daniel Ashton and Catriona. *Cultural Work and Higher Education*. Basingstoke and New York: Macmillan, Palgrave, 2013.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RIBEIRO, Lourdes Carniello; RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, Martius Vicente. Informal Social Network and Technical Knowledge Transfer. In: R&D. REAd. *Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, v. 22, n. 3, p. 280–311, dez. 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112016000300280&lng=en&tlng=em Acesso em: 09 out.2019.

SERRA, Neusa; SAAD FERNANDEZ, Rafael. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas.. *Review of Administration and Innovation - RAI*, v. 11, n. 4, p. 355, 10 jan. 2015. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rai/article/view/110253> Acesso em: 04 mar.2020.

SILVA, Antonio Braz de Oliveira e *et al.* Análise de redes sociais como metodologia de apoio para a discussão da interdisciplinaridade na ciência da informação. *Ciência da Informação*, v. 35, n. 1, p. 72–93, abr. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652006000100009&lng=pt&tlng=pt Acesso em: 05 mai.2020.

SMITH, David N. Academics, the “cultural third mission” and the BBC: forgotten histories of knowledge creation, transformation and impact. *Studies in Higher Education*, v. 38, n. 5, p. 663–677, 2013.

THROSBY, David. *A Work-Preference Model of Artist Behaviour*. Cultural Economics And Cultural Policies. Dordrecht: Springer Netherlands, 1994. p. 69–80. Disponível em: http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-94-011-1140-9_6. Acesso em: 08 fev.2020.

UNCTAD-UNITED NATIONS CONFERENCE FOR TRADE AND DEVELOPMENT. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries. Geneva: [s.n.], 2018. Disponível em: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2328> Acesso em: 20 dez.2019.

WORLD ECONOMIC FORUM. The Future of Jobs Report. Centre for the New Economy and Society, Switzerland: [s.n.], 2018.

ZHANG, Songyan; FANG, Yuxiao. Research on Construction Project Organization Based on Social Network Analysis. Wireless Personal Communications, v. 102, n. 2, p. 1867–1877, 16 set. 2018. Disponível em: <http://link.springer.com/10.1007/s11277-018-5242-3> Acesso em: 20 jul.2020.