

Paula Cristiane Gianini Reis¹
Mauricio C. Serafim²
Daniel Moraes Pinheiro³
Graziela Dias Alperstedt⁴

O processo de institucionalização da economia criativa
no Brasil

*The institutionalization process of creative economy in
Brazil*

Resumo

Este artigo objetiva compreender o processo de institucionalização do conceito de economia criativa no âmbito do governo federal, da sociedade civil e das universidades no Brasil. A pesquisa baseia-se na teoria da institucionalização proposta por Tolbert e Zucker (2007) e apoiou-se na definição de um conjunto de indicadores. A coleta de dados foi realizada nas bases de dados dos sites do Governo Federal, CAPES, CNPQ, Observatórios de Economia Criativa (OBECs), Ministério da Cultura e de organizações da sociedade civil. Os resultados da pesquisa mostraram que o processo de institucionalização da economia criativa avançou consideravelmente após o Plano da Secretaria da Economia Criativa no âmbito do Governo Federal e da sociedade civil. Por outro lado, os resultados dos indicadores das Universidades mostraram uma queda na sua taxa de crescimento.

Palavras-Chave: Economia criativa. Institucionalização. Indicadores.

Abstract

This article aims to understand institutionalization process of the concept of creative economy within the federal government, civil society and universities in Brazil. The research is based on the institutionalization theory proposed by Tolbert and Zucker (2007) and relied on the definition of a set of indicators. Data collect was performed in the databases of the sites of Federal Government, CAPES, CNPq, Creative Economy Observatories (OBECs), Ministry of Culture and organizations of civil society. The results showed that the process of institutionalization of the creative economy has advanced considerably after the plan of Secretary of Creative Economy within the Federal Government and civil society. Moreover, the results of the Universities indicators showed a decrease in its growth rate.

Keywords: Creative economy. Institutionalization. Indicators.

1 Pesquisadora voluntária. Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.
paulagianinireis@hotmail.com

2 Professor e pesquisador no Departamento de Administração Pública e no Programa de Pós-Graduação em Administração da ESAG/UDESC. serafim.esag@gmail.com

3 Professor e pesquisador no Departamento de Administração Pública da ESAG/UDESC.
daniel.m.pinheiro@gmail.com

4 Professora e pesquisadora no Departamento de Administração Empresarial e no Programa de Pós-Graduação em Administração da ESAG/UDESC. gradial@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa tem despertado crescente interesse das agências governamentais, organizações multilaterais e universidades devido ao potencial papel de desenvolvimento econômico e geração de trabalho e renda. Além disso, a economia criativa é apontada como responsável pela promoção da inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Nesse sentido, é considerada um conjunto de atividades, bens ou serviços culturais que possuem valor econômico, valor cultural e objetivos de mercado (Santos, 2008). Os bens ou serviços culturais são criados por meio do ciclo de criação, produção, difusão e prevalência da dimensão simbólica (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011).

A iniciativa em tornar a criatividade brasileira uma fonte de riqueza contribuiu para que o Ministério da Cultura avançasse no processo de institucionalização da economia criativa. Por meio do Decreto nº 7.743/2011 foi aprovada a criação da Secretaria da Economia Criativa subordinada ao Ministério da Cultura. O objetivo da Secretaria consistiu em conduzir a política pública focada no desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio aos profissionais autônomos, aos micro e pequenos empreendimentos criativos.

A Secretaria da Economia Criativa figurou como ponto de partida no processo de institucionalização da economia criativa. Outras iniciativas foram tomadas pelo Governo Federal, tais como a consolidação de observatórios e destinação de financiamentos públicos aos setores criativos. Em 2012 foi criado o primeiro Observatório Brasileiro da Economia Criativa (OBEC) e foram investidos R\$ 12,4 milhões no financiamento de estudos e pesquisas sobre economia criativa e setores criativos.

Acredita-se que com a análise dessas iniciativas de institucionalização da economia criativa no Brasil seja possível avaliar o seu processo de institucionalização, sob as perspectivas do Governo Federal, da sociedade civil e das universidades.

A pesquisa foi projetada a partir da teoria da institucionalização proposta por Tolbert e Zucker (2007), que divide o processo de institucionalização em três estágios: *habitualização*, *objetivação* e *sedimentação*. O estágio da habitualização envolve a criação de novos arranjos estruturais em resposta a problemas específicos. O segundo estágio, a objetivação, refere-se ao desenvolvimento de certo grau de consenso social entre os tomadores de decisão da organização a respeito do valor da estrutura. O último estágio, a sedimentação, representa um processo que fundamentalmente se apoia na continuidade histórica da estrutura e em sua sobrevivência pelas várias gerações dentro da organização (TOLBERT; ZUCKER, 2007).

Nesse sentido, o artigo tem o objetivo de compreender, a partir do levantamento e análise de indicadores quantitativos, o processo de institucionalização do conceito de economia criativa no âmbito do governo federal, sociedade civil e universidades do Brasil. Para isso, pretende-se: (i) compreender o conceito de economia criativa, setores criativos e a teoria dos processos de institucionalização, (ii) construir indicadores quantitativos de avaliação do processo de institucionalização da economia criativa, (iii) levantar os indicadores para a avaliação do processo de institucionalização da economia criativa no Brasil e, finalmente, (iv) analisar o pro-

cesso de institucionalização da economia criativa, à luz dos estágios propostos por Tolbert e Zucker (2007).

2 PANORAMA HISTÓRICO DA ECONOMIA CRIATIVA

O conceito de economia criativa provém do termo 'indústrias criativas'. Os governos de países pioneiros nessa área viram a oportunidade de promover o desenvolvimento a partir de políticas públicas que favorecessem a criatividade (MELITO, 2011). Em 1994 o projeto 'Creative Nation' da Austrália defendia a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, contribuindo para a inserção de setores tecnológicos no rol das indústrias criativas (REIS, 2008).

Em 1997, diante da crescente competição econômica global, o então primeiro ministro da Inglaterra, Tony Blair, motivou a formação de uma força tarefa multisetorial encarregada de analisar as tendências de mercado e as vantagens competitivas nacionais. Dessa iniciativa foram identificados 13 setores com maior potencial, denominados indústrias criativas, que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais. Esses setores apresentaram um potencial para a criação de riqueza e empregos a partir da geração e exploração de propriedade intelectual (REIS, 2008; GIL, 2012). Os setores criativos se tornaram prioridade de governo e apresentaram um crescimento significativo de 6% ao ano entre o período de 1997 e 2005, representando 7,3% do PIB em 2005 (REIS, 2008).

Diante do sucesso da experiência britânica, outros países buscaram desenvolver seus setores criativos a fim de alavancar o seu crescimento econômico. Por exemplo, Cingapura, Líbano e Colômbia a incorporaram, incluindo as indústrias selecionadas, independentemente das distinções presentes nos contextos desses países (REIS, 2008; MELITO, 2011).

Em 2001 o conceito de economia criativa foi destaque na 'Conferência das Nações Unidas sobre os Países Menos Avançados'. A partir disso, a economia criativa se converteu em programas para promover o desenvolvimento de países da África, Ásia, América Latina e Caribe, mediante o aproveitamento do potencial cultural para o desenvolvimento econômico e social.

Em 2004 a economia criativa foi discutida durante o encontro da UNCTAD no Brasil, e, esse debate, contribuiu para a ocorrência do "I Fórum Internacional de Indústrias Criativas" no ano seguinte. Realizado em Salvador, o Fórum foi promovido por 20 países e definido a instalação do Centro Internacional de Indústrias Criativas nessa cidade.

Em 2011 o Ministério da Cultura brasileiro lançou o "Plano da Secretaria da Economia Criativa" com o intuito de definir políticas, diretrizes e ações para promover o desenvolvimento da economia criativa no Brasil. No ano seguinte, o Decreto 7.743/2012 regulamentou a criação da Secretaria da Economia Criativa, subordinada ao Ministério da Cultura. O objetivo da Secretaria da Economia Criativa consiste em conduzir políticas públicas a fim de alcançar o desenvolvimento local e regional e tornar a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do Brasil.

3 ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITO, ABORDAGENS, CARACTERÍSTICAS E SETORES

A economia criativa tem sido apontada pelas principais agências internacionais¹ como um eixo estratégico para o desenvolvimento do país. Para a UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento), por exemplo, a economia criativa possui potencial gerador de crescimento socioeconômico, promovendo a geração de renda e emprego e, ainda estimulando a diversidade cultural, inclusão social e o desenvolvimento humano (UNCTAD, 2008). Outros aspectos resultantes da economia criativa são os estímulos ao turismo e o reforço para a sustentabilidade cultural da região (UNCTAD, 2010).

O debate da economia criativa como eixo estratégico de desenvolvimento está pautado no percentual considerável que esse tipo de economia representa no Produto Interno Bruto (PIB) mundial. Estimativa da Organização Internacional do Trabalho (OIT) aponta que os bens e serviços decorrentes dos setores criativos correspondem a 10% do PIB mundial (OIT, 2010). Em 2011, a contribuição dos setores criativos ao Produto Interno Bruto do Brasil representou aproximadamente 110 bilhões de reais, o que equivale a 2,7% do PIB nacional (FIRJAN, 2012). Destaca-se que o crescimento médio anual dos setores criativos (6,3%), de 2007 a 2011, foi superior ao crescimento médio anual do próprio PIB brasileiro (4,3%) (Ministério da Cultura, 2011).

O Estado possui o papel de facilitador da economia criativa. Para isso, as políticas públicas devem ser pensadas como instrumento para o desenvolvimento e o fortalecimento da economia criativa no país. Elas precisam estar articuladas entre si com o intuito de estimular as capacidades criativas e favorecer a relação entre a criatividade, cultura, empreendedorismo e tecnologia (UNCTAD, 2008).

Destaca-se que não há o consenso sobre quais setores são essenciais para o desenvolvimento da economia criativa. As principais agências internacionais elucidam um conjunto de setores que devem ser adaptados para a realidade do país, ou seja, cada país deve estabelecer estratégias de acordo com suas especificidades e potencialidades nacionais (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011; UNCTAD, 2008). Trabalhos desenvolvidos pela a UNESCO e UNCTAD constituem modelos de referências dos setores criativos que podem ser adotados, mas, especialmente, ajustados conforme as características do país. Esses modelos possibilitam ainda novas perspectivas de desenvolvimento onde os países podem se beneficiar dos setores com maior valor agregado na economia mundial (UNCTAD, 2008).

Apesar de seu papel estratégico, o conceito de economia criativa é recente e se encontra em desenvolvimento (WACHOWICZ, 2011). Não há o consenso entre as organizações governamentais, agências internacionais e universidades quanto a sua definição, tampouco uma classificação única dos setores que a compõem. A falta de consenso decorre, sobretudo, da ampla configuração que o conceito de economia criativa possui e do impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos

¹ Como exemplo, a UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento), PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento), UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e OIT (Organização Internacional do Trabalho).

da economia (UNCTAD, 2010).

A economia criativa é caracterizada como a economia do intangível e do simbólico. Os produtos, bens ou serviços criativos são resultantes de talentos criativos individuais ou coletivos, tendo a criatividade como elemento central e a valorização da arte pela arte, o seu principal insumo (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011; BENDASSOLLI *et al.*, 2009).

Diferentemente dos modelos econômicos tradicionais, a economia criativa é marcada pela abundância e dinâmica própria. A abundância decorre da criatividade como elemento central à produção dos produtos, bens e serviços criativos e a dinâmica própria é resultante dos novos modelos de negócio que ainda se encontram em construção (Ministério da Cultura, 2011).

Dessa forma, a economia criativa é considerada um conjunto de atividades, bens ou serviços culturais que possuem valor econômico, valor cultural e objetivos de mercado (Santos, 2008). São atividades produtivas decorrentes de um ato criativo gerador de valor simbólico, base para a formação do preço que irá resultar na produção de riquezas culturais e econômicas (Ministério da Cultura, 2011).

A economia criativa se constitui em atividades baseadas na criatividade, talento e habilidade individual as quais resultam em produtos ou serviços que incorporam especialmente propriedade intelectual (MIGUEZ, 2007). As atividades criativas abrangem desde o artesanato tradicional até as complexas cadeias produtivas das indústrias culturais (MIGUEZ, 2007). Esse conceito apresenta a propriedade intelectual como característica importante dessas atividades, proporcionando amplitude ao considerá-las desde o artesanato tradicional até as complexas cadeias produtivas.

O caráter multidisciplinar também é destacado, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, em que resultam produtos e serviços de conteúdo criativo, valor cultural e de mercado (DUISENBERG, 2008; REIS, 2008; WACHOWICZ, 2011). Compreende os setores e processos que têm a criatividade como insumo básico, em especial a cultura, capaz de gerar localmente bens e serviços com valor simbólico e econômico e, distribuí-los globalmente (DUISENBERG, 2008). O alcance de um desenvolvimento sustentável e compartilhado, centrado no uso e acesso aos produtos criativos são os principais objetivos da economia criativa (DUISENBERG, 2008; REIS, 2008; WACHOWICZ, 2011).

Assim, a economia criativa pode ser descrita como um ciclo que engloba a criação, a produção e a distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como recursos produtivos fundamentais (CAIADO, 2011). As atividades econômicas são desenvolvidas a partir da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual, ou seja, associa-se o talento aos objetivos econômicos.

De acordo com a literatura, a economia criativa pode ser dividida em quatro abordagens distintas: (1) indústrias criativas; (2) economia criativa; (3) cidades e espaços criativos; e, (4) economia criativa como estratégia de desenvolvimento (REIS, 2008).

A abordagem de *indústrias criativas* é percebida como um conjunto de setores

econômicos selecionados a partir do impacto econômico na geração de riqueza, exportações e tributação para o país ou região, ou seja, a escolha dos setores é definida conforme o impacto causado na economia do país. As indústrias criativas podem funcionar também como fornecedoras de valores intangíveis a setores diversos (REIS, 2008).

A abordagem de *economia criativa* considera, além das indústrias criativas, o impacto dos bens e serviços criativos em outros setores e as conexões estabelecidas entre eles, “provocando e incorporando-se a profundas mudanças sociais, organizacionais, políticas, educacionais e econômicas” (REIS, 2008, p. 25).

A abordagem *idades e espaços criativos* é compreendida pelos seguintes aspectos: (a) combate às desigualdades e violência; (b) promoção de *clusters* criativos; (c) transformação das cidades em polos criativos mundiais; e, (d) reestruturação do tecido socioeconômico urbano baseado nas especificidades locais (REIS, 2008, p. 26). Além disso, considera-se que a discussão acerca das cidades criativas impulsiona a busca por novas soluções para os problemas urbanos ainda não resolvidos (REIS, 2008).

A última abordagem, *economia criativa como estratégia de desenvolvimento*, reconhece a criatividade como fomento de uma integração de objetivos sociais, culturais e econômicos. Essa abordagem aponta como “as mudanças econômicas alteram os elos de conexão entre a cultura e a economia, abrindo um leque de oportunidades econômicas baseadas em empreendimentos criativos” (Reis, 2008, p. 28). Nela, a economia criativa é responsável pela geração de renda e emprego no país ou região.

Diante das abordagens apresentadas, Reis (2008) destaca que o maior desafio do conceito de economia criativa é encontrar um modelo capaz de incorporar e articular o crescimento econômico e sustentável do país a uma melhor distribuição de renda, inclusão socioeconômica e valorização dos empreendedores criativos.

De um modo geral, é crescente a produção de estudos voltados à compreensão das características da economia criativa e de seu potencial como estratégia de desenvolvimento econômico e urbano no Brasil. Nesse sentido, destaca-se o conjunto de características proposto por Reis (2008): (a) criatividade como insumo, (b) valor agregado da intangibilidade, (c) Cadeia setorial às redes de valor, (d) novos modelos de consumo, (e) papel das micros e pequenas empresas, (f) novas tecnologias (software, mídias digitais, games), (g) amplo espectro setorial (envolve desde o artesanato tradicional até as novas mídias e tecnologias).

Diante de tais características, pode-se definir a criatividade como o componente mais importante delas, uma vez que, em sua ausência, a criação de conteúdos simbólicos não se realiza. A criatividade é também vital para a aquisição dos direitos autorais.

No que se refere aos setores da economia criativa, ou setores criativos, concebe-se como constituídos por atividades produtivas que utilizam como processo principal um ato criativo, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011).

A Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e Cultura (UNESCO) e a UNCTAD são atualmente os principais parâmetros de referência sobre os setores criativos. No Brasil, o Ministério da Cultura propôs em 2011 uma classificação dos setores criativos a partir das potencialidades nacionais. O Quadro 1 apresenta os setores criativos propostos pela UNESCO, UNCTAD e Ministério da Cultura. Nele é possível observar a falta de consenso quanto aos setores que constituem a economia criativa:

UNESCO (2009)	UNCTAD (2008)	Ministério da Cultura (2011)
Patrimônio natural e cultural	Manifestações tradicionais	Patrimônio Material
Espectáculos e celebrações	Artes performáticas	Patrimônio imaterial
Artes visuais e artesanato	Audiovisual	Arquivos e Museus
Livros e periódicos	Novas mídias	Artesanato
Audiovisual e mídias interativas	Serviços criativos	Culturas populares
Design e serviços criativos	Design	Culturas indígenas
	Publicações e mídias impressas	Culturas afro-brasileiras
	Artes visuais	Artes visuais
	Sítios culturais	Arte digital
		Dança
		Música
		Circo
		Teatro
		Cinema e vídeo
		Publicações e mídias impressas
		Moda
		Design
		Arquitetura

Quadro 1 - Os setores da economia criativa sob a perspectiva da UNESCO, UNCTAD e Ministério da Cultura.

Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011, p. 28-31)

Diante de tais escopos da economia criativa, o maior desafio destacado por estas instituições se concentra na mensuração dos impactos gerados pelos setores

criativos na economia dos países (UNESCO, 2006; UNCTAD, 2008). Dado o alto grau de informalidade, boa parte da produção e circulação de bens e serviços criativos nacionais encontra-se ausente nos relatórios estatísticos, não representando sua real dimensão e importância, pois as metodologias adotadas pelas agências consideram apenas as atividades econômicas produzidas por empreendimentos e trabalhadores formais.

O Ministério da Cultura (2011) destaca que a cada emprego proveniente dos setores criativos, ocorre um efeito multiplicador para os outros segmentos econômicos da cadeia produtiva, efeito esse considerado ainda maior se considerado o setor informal. Em 2010 havia no Brasil 865.881 pessoas exercendo atividades formais no núcleo dos setores criativos (1,96% do total de funcionários formais no Brasil) e 3.763.271 pessoas exercendo atividades formais relacionadas a estes setores (8,54% do total de funcionários formais no Brasil).

4 TEORIA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO

A abordagem institucional pode ser compreendida quando se observa a maneira pela qual as organizações adquirem determinadas formas. Tais formas correspondem ao modo em que as tarefas são divididas e coordenadas, representando o desenho das estruturas organizacionais (HALL, 2004; MINTZBERG, 2003). O desenho organizacional é visto não apenas como um processo dotado de racionalidade, mas, principalmente, sujeito a pressões internas e externas, contribuindo para que as organizações se tornem semelhantes ao longo do tempo (HALL, 2004).

Nessa abordagem caracteriza-se a existência de um ambiente marcado pela atenção dada à legitimidade e à aceitação da organização por parte dos atores inseridos no seu campo de atuação. Isso ocorre por meio de adequações aos valores socialmente e culturalmente compartilhados. Dessa forma, uma organização se legitima na medida em que os meios e fins estabelecidos estão em conformidade com as normas e valores socialmente aceitos (MACHADO-DA-SILVA et al., 2006).

Tal legitimidade contribui para a adoção de práticas institucionalizadas. Portanto, à medida que uma organização é constituída, a prática social passa a integrar aquela realidade e, por isso, as organizações podem ser entendidas como uma realidade socialmente construída (BERGER; LUCKMANN, 2003). O ambiente caracteriza-se pela legitimidade e aceitação da organização pelos demais atores do campo ao qual está inserida, por meio de adequações aos valores socialmente compartilhados. A legitimidade alcançada pela organização provoca a homogeneização (isomorfismo) das formas e práticas organizacionais (DIMAGGIO; POWELL, 2007).

O isomorfismo consiste no processo restritivo que pressiona a organização a se assemelhar às outras organizações que enfrentam o mesmo conjunto de condições ambientais a ela. As organizações, além de recursos e consumidores, competem ainda pelo “poder político e legitimação institucional, por ajustamento social e econômico” (DIMAGGIO; POWELL, 2007, p. 121). Assim, é possível considerar a institucionalização como um processo sustentado pela legitimidade dos elementos

que o constituem ao longo do tempo. Esse processo é iniciado com a produção da tipificação recíproca resultante da interação entre indivíduos. Quando há a introdução de novos indivíduos caracteriza-se a exteriorização das tipificações que inicialmente eram decorrentes da interação entre poucos indivíduos, alcançando, assim, o caráter da historicidade e conduzindo à objetividade (BERGER; LUCKMANN, 2003).

A objetividade significa que as instituições que se encontram “[...] cristalizadas [...] são experimentadas como existindo por cima e além dos indivíduos que ‘acontece’ corporificá-las no momento” (BERGER; LUCKMANN, 2003, p. 84), ou seja, as instituições são experimentadas como uma realidade externa e coercitiva. E, finalmente, a institucionalização ocorre pela interiorização. Nela é exigida a legitimação, ou seja, é necessária uma explicação e uma justificação para sua existência.

Apesar da grande quantidade de estudos baseados na teoria institucional, Tolbert e Zucker (2007) destacam que tem sido dada pouca atenção aos processos de institucionalização. Segundo esses autores, a institucionalização, na maioria das vezes, é tratada como um estado qualitativo pelo qual as estruturas são ou não institucionalizadas, e não como um processo pelo qual há variações nos níveis de institucionalização.

O processo de institucionalização proposto por Tolbert e Zucker (2007) decorre de um conjunto de estágios e forças críticas causais que atuam em diferentes pontos, com vistas a uma inovação no contexto organizacional. Conforme pode ser observado na Figura 1, o processo é constituído por três estágios sequenciais: *habitualização*, *objetivação* e *sedimentação*.

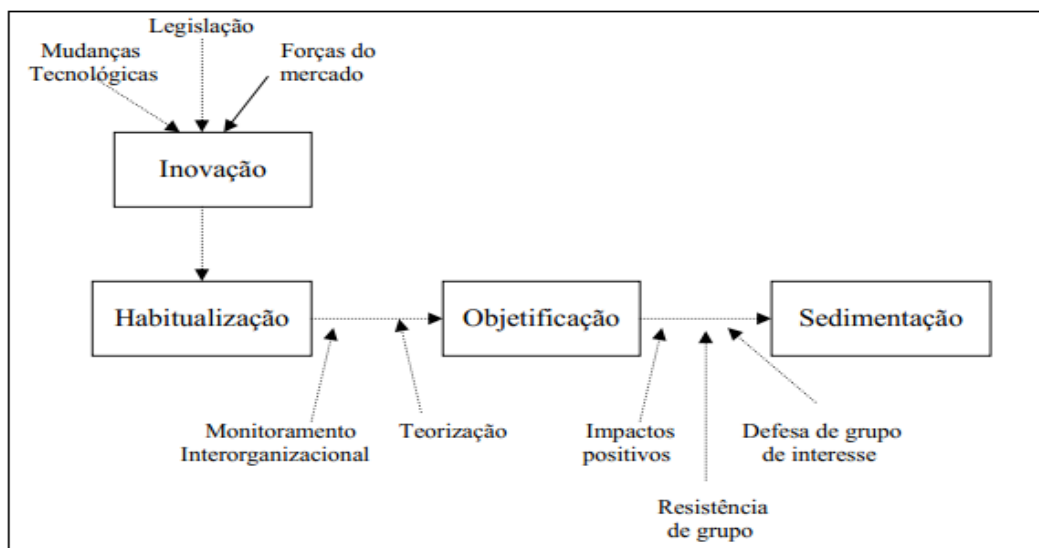


Figura 1 - Processos inerentes à institucionalização.
Fonte: Tolbert e Zucker (2007, p. 205)

A *habitualização* corresponde à geração de novos arranjos estruturais para solucionar os problemas organizacionais específicos e sua formalização em políticas e procedimentos de determinada organização ou do conjunto de organizações com

problemas compartilhados. A habitualização pode ser classificada como o estágio de pré-institucionalização. O resultado do estágio consiste no desenvolvimento de estruturas temporárias. De forma independente, organizações submetidas ao mesmo contexto podem adotar estruturas de inovação semelhantes, estimuladas por forças causais como, por exemplo, forças de mercado, legislação e mudanças tecnológicas mercado (TOLBERT; ZUCKER, 2007).

O estágio de semi-institucionalização – a *objetificação* – refere-se à difusão da estrutura constituída para solucionar dado problema a partir do estágio da habitualização. Na objetificação, há o consenso entre os gestores da organização sobre a valorização dessa estrutura e de sua crescente adoção, assumindo um caráter permanente e disseminado. Tolbert e Zucker (2007) identificam duas fontes para que haja o consenso: (1) o monitoramento Inter organizacional: as organizações avaliam riscos ao adotar essas novas estruturas, monitorando os competidores e de esforços para aumentar sua competitividade; e, (2) a teorização: o arranjo estrutural é justificado como solução ao problema com bases lógicas e empíricas. A objetificação está relacionada à atuação de “*champions*” – indivíduos com interesse material na estrutura – que encorajam a disseminação das estruturas às organizações que não possuem conexão direta entre elas (TOLBERT; ZUCKER, 2007).

O processo de institucionalização total ocorre com o último estágio – a *sedimentação* – pelo qual as estruturas se perpetuam. O último estágio representa “um processo que fundamentalmente se apoia na continuidade histórica da estrutura e, especialmente, em sua sobrevivência pelas várias gerações de membros da organização” (TOLBERT; ZUCKER, 2007, p. 207).

No estágio da sedimentação são identificadas três forças críticas causais que podem afetar tanto na difusão quanto na conservação das estruturas. As três forças críticas são: (1) defesa de grupos de interesses: são aqueles indivíduos beneficiados pelas mudanças na estrutura; (2) impactos positivos: os resultados efetivos são associados à adoção da estrutura e; (3) resistência de grupo: indivíduos contrários por serem negativamente afetados pela estrutura. Quando essas forças críticas causais são superadas pode-se dizer que a estrutura se encontra institucionalizada (TOLBERT; ZUCKER, 2007).

Além dos estágios e forças causais apresentados, o processo de institucionalização depende também dos interesses organizacionais e da capacidade de ação que esta possui. Nesse sentido, a inovação pretendida dentro do contexto organizacional será alcançada a partir de uma adequada definição do campo organizacional, identificando os atores envolvidos, assim como suas forças e interesses (TOLBERT; ZUCKER, 2007).

A teoria proposta por Tolbert e Zucker (2007) foi utilizada como referência para se compreender o processo de institucionalização da economia criativa no âmbito do Governo Federal, sociedade civil e universidades do Brasil.

5 METODOLOGIA

A metodologia adotada para estudar o processo de institucionalização da Economia Criativa no Brasil, à luz dos estágios de Tolbert e Zucker (2007), pautou-se na definição de um conjunto de indicadores elaborados a fim de avaliar esse processo no âmbito do Governo Federal, da sociedade e das universidades. Os indicadores são definidos como instrumentos de medição que indicam mudanças na realidade social investigada, permitindo verificar as variações na realidade social, o atingimento de resultados e objetivos (ARMANI, 2006).

Para o processo de elaboração dos indicadores foram construídos quadros síntese que ilustram o processo de análise dos dados, auxiliando na definição dos indicadores. Para isso, utilizou-se as tipologias de classificação e metodologias de operacionalização de indicadores baseadas nas definições de Armani (2006), seguindo-se as recomendações de Cohen e Franco (2007) e os critérios de validação de indicadores de Poister (2003). Ainda, durante a etapa de construção dos indicadores, seguiu-se as recomendações de Zappellini (2013) quanto à elaboração de um *checklist* que auxilia no processo de compreensão e detalhamento dos indicadores, verificando-se, em seguida, sua viabilidade, validade e sensibilidade.

A definição dos indicadores para avaliar o processo de institucionalização da Economia Criativa no Brasil pautou-se no método quantitativo. Este método é definido a partir de um tipo de pesquisa que examina os fenômenos conforme sua expressão numérica e sua análise estatística. Os estudos quantitativos tendem a ser mais adequados para os casos de avaliação de resultados e impactos de programas, tendo em vista as dificuldades de avaliação por meio do método qualitativo (WEISS, 1998).

Dessa forma, desenvolveu-se uma pesquisa descritiva, levantando-se um conjunto de indicadores estabelecidos para avaliar o processo de institucionalização da economia criativa no âmbito do Governo Federal, da sociedade civil e da universidade. O marco zero definido para a coleta de dados considerou o ano de 2011, data da publicação do Plano da Secretaria da Economia Criativa. Devido a isso, os dados anteriores a esse ano não foram incorporados na etapa de coleta.

Cabe destacar que as técnicas de coleta de dados adotadas se concentraram em bases de dados dos *sites* do Governo Federal, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), Observatórios de Economia Criativa (OBECs), Ministério da Cultura e *sites* de organizações da sociedade civil.

5.1 Indicadores de avaliação da economia criativa

A seguir serão apresentados os procedimentos para coleta e as etapas da análise dos dados para cada uma das esferas abordadas, a saber: o governo federal, a sociedade civil e as universidades.

5.1.1. Governo Federal

A coleta de dados sobre o processo de institucionalização da economia criativa no âmbito do Governo Federal ocorreu a partir da identificação: (a) do percentual do PIB aportado aos setores criativos, e (b) da quantidade de Observatórios Brasileiros da Economia Criativa (OBECs) já instalados.

Tipo de indicador:	Operacional	
Conceito	Variáveis	Indicador
Disponibilização de recursos aos setores criativos	1. Recursos do PIB disponibilizados aos setores criativos 2. Recursos disponíveis no PIB	% de recursos do PIB aportados aos setores criativos

Quadro 2 - Aporte do Produto Interno Bruto aos setores da economia criativa
Fonte: Elaborado pelos autores.

Os quadros a seguir ilustram as etapas adotadas para a construção do indicador sobre a criação dos Observatórios de Economia Criativa (OBECs) pelo Governo Federal. Destaca-se que o objetivo da criação desses observatórios consiste em produzir, reunir e difundir informações quantitativas e qualitativas sobre a economia criativa brasileira (Ministério da Cultura, 2011).

Tipo de indicador:	Desempenho	
Conceito	Variáveis	Indicador
Criação dos observatórios de Economia Criativa pelo Governo Federal	1. Número de observatórios constituídos 2. Número de observatórios planejados pelo Governo Federal	Proporção de observatórios constituídos em relação ao planejado pelo Governo Federal

Quadro 3 - Instalação dos Observatórios Brasileiros de Economia Criativa (OBECs)
Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme observado, esse indicador é do tipo desempenho. Os indicadores de desempenho buscam representar de forma imediata se os resultados planejados foram atingidos (Marconi, 2006). O indicador avalia se a criação dos OBECs ocorreu conforme o planejamento pelo Governo Federal, no âmbito do Ministério da Cultura, ao longo do período de tempo estabelecido no estudo.

5.1.2 Sociedade Civil

O estudo sobre o processo de institucionalização da Economia Criativa no âmbito da sociedade civil se deu por meio da construção dos seguintes indicadores: (a) percentual do PIB gerado pelos setores criativos, (b) crescimento na ocorrência de eventos envolvendo a economia criativa no período e, (c) aumento na publicação de livros no período.

Os indicadores para avaliar a institucionalização nesse caso são indicadores do tipo efetividade (Armani, 2006).

Tipo de indicador:	Efetividade	
Conceito	Variáveis	Indicador
Avaliação a representatividade que os setores criativos na economia brasileira	1. Recursos do PIB provindos dos setores criativos no período 2. Recursos totais do PIB no período	Proporção entre os recursos do PIB gerados pelos setores criativos em relação ao PIB total no período

Quadro 4 - Produto Interno Bruto gerado pelos setores da economia criativa
Fonte: Elaborado pelos autores.

O indicador demonstra a representatividade dos setores criativos em relação ao Produto Interno Bruto (PIB). A expectativa é que esse indicador demonstre também a taxa de crescimento no período definido no estudo, compreendido pelos anos de 2011 e 2012.

Tipo de indicador:	Efetividade	
Conceito	Variáveis	Indicador
Identificação do aumento de eventos relacionados à economia criativa no período estudado	1. Número de eventos ocorridos a partir de 2011 2. Número de eventos ocorridos no ano anterior ao Programa do Ministério da Cultura	Taxa de crescimento na ocorrência de eventos relacionados à economia criativa no período estabelecido

Quadro 5 - Eventos relacionados à economia criativa e indústrias criativas
Fonte: Elaborado pelos autores.

O indicador representa a taxa de crescimento na ocorrência de eventos, congressos, seminários e simpósios que apresentam, dentre seus eixos temáticos, questões envolvendo a economia criativa e os setores criativos. O propósito estabelecido para esse indicador se refere ao comportamento da taxa de crescimento para este período. Nesse sentido, espera-se que a mobilização do Governo Federal junto à economia criativa tenha contribuído para aumentar a ocorrência de eventos sobre essa temática.

Outro indicador formulado para avaliar o processo de institucionalização da economia criativa trata do aumento na quantidade de livros publicados no período estudado.

Tipo de indicador:	Efetividade	
	Conceito	Variáveis
Aferição do aumento de livros publicados sobre economia criativa no período estudado	1. Número de livros publicados a partir de 2011	Taxa de crescimento na quantidade de livros publicados entre os anos de 2011 e 2012

Quadro 6 - Publicação de livros.
Fonte: Elaborado pelos autores.

O indicador apresenta a taxa de crescimento na publicação de livros relacionados ao tema de economia criativa e os setores criativos. O objetivo desse indicador consiste em avaliar o comportamento da taxa de crescimento na quantidade de publicações para este período. Nesse sentido, espera-se que, a partir do estímulo do Governo Federal, tenha ocorrido certo aumento no número de livros publicados.

5.1.3 Universidades

A avaliação da institucionalização da economia criativa no âmbito das universidades brasileiras pautou-se em indicadores do tipo de efetividade (Armani, 2006). Dessa forma, os indicadores construídos para avaliar este processo buscaram identificar: (a) o aumento de publicações em periódicos científicos e, (b) a quantidade de grupos de pesquisas cadastrados no diretório do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). O detalhamento desses indicadores está disponível nos Quadros 7 e 8.

Tipo de indicador:	Efetividade	
	Conceito	Variáveis
Aferição do aumento de publicações em periódicos científicos com o tema de economia criativa no período estudado	1. Número de artigos publicados a partir do ano de 2011	Taxa de crescimento na quantidade de artigos publicados em periódicos científicos no período estudado

Quadro 7 - Publicação em periódicos científicos,
Fonte: Elaborado pelos autores.

O indicador representa a taxa de crescimento no número de publicações em periódicos científicos conforme a classificação do Sistema Qualis (CAPES), a fim de identificar se houve um aumento após as iniciativas do Governo Federal a partir da publicação do Plano da Secretaria da Economia Criativa. Outro indicador proposto refere-se à quantidade de grupos de pesquisas cadastrados no diretório do CNPq:

Tipo de indicador:	Efetividade	
	Conceito	Indicador
Identificação do aumento no número de grupos de pesquisas cadastrados no CNPq relacionados à economia criativa	1. Número de grupos de pesquisa relacionados ao tema a partir do ano de 2011	Taxa de crescimento na quantidade de grupos de pesquisas do CNPq no período estudado

Quadro 8: Grupos de pesquisas cadastrados no CNPq.
Fonte: Elaborado pelos autores.

O indicador avalia o aumento no cadastro de grupos de pesquisas relacionados à temática economia criativa no CNPq. Nesse caso, o objetivo é avaliar a aderência das universidades em trabalhar com esse conceito, por meio de linhas de pesquisas direcionadas à economia criativa.

6 RESULTADOS

Na sequência são descritos os resultados da análise dos indicadores para cada uma das esferas abordadas: o governo federal, a sociedade civil e as universidades.

6.1 Resultados: governo federal

Em relação ao percentual do Produto Interno Bruto (PIB) aportado aos setores criativos, o levantamento do indicador foi realizado em sites do Ministério da Fazenda, Ministério da Cultura e relatórios técnicos elaborados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). Torna-se importante destacar que o PIB representa a soma de tudo o que é produzido e acumulado durante o ano em um país, e é usado para medir o crescimento econômico (IPEA, 2012). Os valores referentes ao PIB podem ser observados no Quadro 9.

Variável	2011	2012
Valor total do PIB	R\$ 2.238 bilhões	R\$ 3.174 bilhões
Valor do PIB destinado aos setores criativos	R\$ 4.143 trilhões	R\$ 4.402 trilhões
	0,054%	0,072%

Quadro 9 - Resultados do PIB Aportado aos Setores Criativos (2011 e 2012)

Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional (2011) e IPEA (2012).

Este indicador refere-se à importância atribuída pelo Governo Federal aos setores da economia criativa por meio do aporte de recursos financeiros providos do PIB. O montante de recursos públicos investidos pelo Governo Federal nos setores da economia criativa passou de 0,054% (R\$ 2.238 bilhões) do PIB em 2011 para 0,072% (R\$ 3.174 bilhões) do PIB em 2012. A variação da taxa de crescimento no período entre 2011 e 2012 foi de 0,33%. Esse aumento representa o total de 936

milhões de reais aos setores da economia criativa.

Com relação à instalação dos Observatórios Brasileiros de Economia Criativa (OBECs), o mapeamento do indicador ocorreu nos *sítes* do Ministério da Cultura e da Secretaria da Economia Criativa. Identificou-se que até o ano de 2012 o planejamento da Secretaria consistia em implantar 14 observatórios nos Estados, priorizando as cidades que seriam sede da Copa do Mundo e os locais conveniados ao Criativo Birô.

Na pesquisa realizada em 2013 verificou-se a instalação concluída de cinco observatórios e de três observatórios em fase de implantação. Dessa forma, observa-se que 37,5% do que havia sido planejado foi implantado, e 21,4% dos observatórios estão em fase de implantação. Isso significa que 57,1% dos observatórios planejados pela Secretaria da Economia Criativa foram concluídos ou estão em implantação.

6.2 Resultados: sociedade civil

Com respeito ao percentual do PIB gerado pelos setores da Economia Criativa foi possível identificar que, segundo os dados do Sistema Firjan, os setores criativos brasileiros geraram, em 2011, 110 bilhões de reais, o que representa 2,7% do PIB produzido pelo país (FIRJAN, 2012). O Sistema Firjan constatou que em 2011 haviam 243 mil empresas focadas na produção de bens da economia criativa. Entretanto, se consideradas as atividades relacionadas e de apoio, a indústria criativa envolve mais de 2 milhões de empresas brasileiras, alcançando a cifra de 735 bilhões de reais produzidos por toda a cadeia da indústria criativa nacional. Esse valor representa 18% do PIB do país (FIRJAN, 2012).

Em 2012, os setores criativos foram responsáveis por quase 3% do PIB brasileiro. Segundo o IBGE (2013), a indústria criativa vem crescendo a uma taxa média de 6,3% nos últimos 5 anos, superior à média de crescimento do próprio PIB, de 4,3%. No entanto, o IBGE destaca que esses dados são referentes às empresas formais e, por isso, os números podem ser ainda maiores.

Dessa forma, se considerados os percentuais do PIB representado pelos setores da economia criativa nos anos 2010 (2,48%), 2011 (2,7%) e 2012 (2,98%), observa-se um aumento de 20% na taxa de crescimento nesse período.

O levantamento do indicador “Eventos Relacionados à Economia Criativa e Indústrias Criativas” ocorreu em *sítes* de organizações do terceiro setor, movimentos sociais, empresas de consultoria, universidades, fóruns e Sistema S. Foi considerado apenas o período compreendido por 2011 e 2012, lembrando que o objetivo é identificar o aumento na ocorrência desses eventos a partir da publicação do Plano da Secretaria da Economia Criativa.

Na pesquisa realizada 2013 foi possível constatar a impossibilidade de mapear todos os eventos ocorridos no período selecionado, tendo em vista a amplitude envolvendo o contexto pesquisado. A lista detalhada com o nome dos eventos e o ano de realização pode ser conferida no *link* <<http://bit.ly/2mIMeWA>>.

É importante destacar que a análise dos eventos para compor o indicador considerou apenas a presença dos termos *economia criativa* e *indústrias criativas*. Os termos mais específicos aos setores criativos foram desconsiderados.

Ano de realização	Total de eventos
2011	18
2012	25
Taxa de crescimento do período	39%

Quadro 10 - Eventos relacionados à economia criativa (2011 e 2012).

Fonte: Elaborado pelos autores.

Diante do Quadro 10, pode-se observar que entre o período de 2011 e 2012 houve um aumento na taxa de crescimento de 39% na ocorrência de eventos, congressos, seminários, simpósios, entre outros, envolvendo a temática estudada.

O objetivo do indicador “Publicação de Livros” consiste em avaliar a taxa de crescimento em relação à publicação de livros sobre economia criativa. Para isso, foi efetuada uma pesquisa em sites de organizações do terceiro setor, movimentos sociais, empresas de consultoria, universidades, fóruns e Sistema S. Na pesquisa realizada em 2013 considerou-se os anos de 2011 e 2012 e apenas os livros publicados por autores brasileiros. A lista completa dos livros mapeados encontra-se disponível no *link* já mencionado.

Da mesma forma que o item anterior, para o levantamento dos dados foi considerado apenas os termos de *economia criativa* e *indústrias criativas*, os termos mais específicos aos setores criativos foram desconsiderados. O Quadro 11 apresenta os resultados encontrados referentes ao indicador:

Ano de publicação	Total de livros
2011	2
2012	10
Taxa de crescimento do período	400%

Quadro 11 - Publicação em livros.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Diante dos resultados, é possível observar um aumento significativo do número de livros publicados no período. No ano de 2011 foram publicados apenas 2 livros, enquanto que em 2012 foram 10 livros, alcançando um aumento de 400%. Destaca-se que a maioria desses livros foi publicado no formato digital e disponível para *download*.

6.3 Resultados: universidades

Em relação ao indicador “Publicação em Periódicos Científicos”, a coleta de dados buscou identificar a produção científica a partir de publicações em periódicos sobre a economia criativa no Brasil. Para tanto, adotou-se a premissa de que os periódicos científicos presentes na classificação Qualis Capes representam aqueles de maior relevância para as universidades. Uma análise preliminar na classificação Qualis constatou que o tema economia criativa pode ser encontrado

em diferentes áreas de avaliação, como Administração, Economia, Interdisciplinar e Ciências sociais aplicadas. Dessa forma, foi levantada a classificação Qualis dos periódicos dessas áreas nos estratos de A1 a B5. A pesquisa foi realizada na lista completa de periódicos disponibilizada no Sistema *WebQualis*, em agosto de 2013.

Posteriormente ao levantamento de periódicos de cada uma das áreas citadas, excluiu-se os periódicos internacionais. Nesta primeira etapa, foram identificados 124 periódicos. Em seguida foram acessados os bancos de dados dos periódicos para checar a existência de artigos que apresentassem os termos de *economia criativa* ou *indústria criativa* no campo do título, resumo ou palavras-chave.

A partir da pesquisa, foi possível mapear o total de 9 artigos publicados entre o período de 2011 e 2012. Desses, 5 artigos foram publicados em 2011 e 4 foram publicados no ano de 2012, caracterizando uma queda na taxa de crescimento de 20% para o período. Os artigos de periódicos científicos mapeados encontram-se disponíveis no *link* já citado.

O levantamento do indicador “Grupos de Pesquisa Cadastrados no CNPq” foi realizado no banco de dados disponível no Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. Foram utilizados os termos *economia criativa* e *indústrias criativas* para realizar a pesquisa. Aqueles grupos de pesquisa constituídos antes de 2011 não foram considerados. A lista completa dos grupos de pesquisa está disponível no *link* já mencionado.

Ano	Total
2011	01
2012	08
2013	05
Total	14

Quadro 12 - Grupos de pesquisa cadastrados no CNPq.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A pesquisa foi realizada entre 2011 e 2013. Nesse período foram identificados 14 grupos de pesquisa cadastrados no CNPq. Em 2011 havia apenas 1 grupo cadastrado e em 2012 o número subiu para 8 grupos. No ano de 2013, apenas no primeiro semestre já haviam 5 grupos.

7 CONCLUSÕES

Essa pesquisa buscou compreender o estágio em que se encontra o processo de institucionalização da economia criativa no Brasil, sob a perspectiva do Governo Federal, Sociedade Civil e Universidades. Metodologicamente, trata-se de um estudo sobre o processo de institucionalização desencadeado a partir da criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC). Primeiramente, realizou-se um estudo bibliográfico sobre o contexto histórico, os conceitos, as abordagens, as características e os setores da economia criativa, para então abordar o processo de institucionalização. Em seguida, foi construído um conjunto de indicadores para a

A metodologia adotada para estudar o processo de institucionalização da Economia Criativa no Brasil, à luz de Tolbert e Zucker (2007), pautou-se no levantamento de indicadores a fim de compreender o estágio em que a institucionalização da economia criativa se encontra no país. Para isso, foram consideradas as ações empreendidas pelo Governo Federal, Sociedade Civil e Universidades no período após a publicação do Plano da Secretaria da Economia Criativa pelo Ministério da Cultura.

Os resultados da pesquisa mostraram que o processo de institucionalização da economia criativa avançou consideravelmente após o Plano da Secretaria da Economia Criativa. No Governo Federal pode-se observar que o aporte de recursos do PIB aos setores criativos registrou um aumento de 0,33%. Esse valor representa 936 milhões de reais. É importante destacar que o aumento de recursos do PIB à economia criativa faz parte do Plano da Secretaria da Economia Criativa. Ainda no âmbito do Governo Federal, foi identificado que do total de observatórios previstos para o período, 57,1% encontram-se implantados.

Em relação aos indicadores da Sociedade Civil foi possível observar um aumento considerável no processo de institucionalização no período estudado. Dentre eles destaca-se o aumento de 20% na taxa de crescimento do PIB proveniente dos setores criativos, o aumento de 39% na ocorrência de eventos relacionados aos temas de economia criativa e indústria criativa, além de um aumento de 400% na publicação de livros sobre esses temas.

Por outro lado, os resultados dos indicadores das Universidades mostraram uma queda na taxa de crescimento de 20% na quantidade de artigos publicados em periódicos científicos no período estudado. Essa redução se contrapõe ao aumento observado nos grupos de pesquisa cadastrados no CNPq. Cabe destacar que os fatores dessa diferença não puderam ser identificados pelo estudo, mas podem estar associados à demora no processo de publicação em periódicos brasileiros.

Nesse sentido, constatou-se que o Estado tem assumido um papel de articulador e indutor da economia criativa, compreendendo o seu potencial para o desenvolvimento fundado, especificamente, na diversidade cultural brasileira. A análise indicou, ainda, que o processo de institucionalização depende de interesses organizacionais e da capacidade de ação da Secretaria da Economia Criativa. Dessa forma, a inovação pretendida pela Secretaria da Economia Criativa poderá ser alcançada por meio da adequada definição do campo organizacional, das forças e interesses dos atores envolvidos.

Por fim, observou-se que, segundo o modelo de Tolbert e Zucker (2007), o estágio atual de institucionalização da economia criativa parece ser o de sedimentação. Os resultados indicam que as forças de mercado, as mudanças tecnológicas e a legislação representam os fatores causais para a consolidação do estágio de habituação. A partir da criação da Secretaria da Economia Criativa foi possível observar a difusão e adoção de ações relacionadas à temática de economia criativa, caracterizando a consolidação do estágio de objetificação fortemente influenciada pelas ações do Governo Federal. No último estágio do processo de institucionalização, a sedimentação, constatou-se que as ações têm apresentado certa continuidade his-

tórica. Entretanto, não é possível afirmar que este estágio se encontra totalmente sedimentado. Por isso, recomenda-se a realização de novos estudos sobre a institucionalização da economia criativa a partir dos indicadores propostos nesse estudo.

Dessa forma, conclui-se que a economia criativa no Brasil se encontra em direção ao estágio de sedimentação, de acordo com o processo de institucionalização proposto por Tolbert e Zucker (2007). Entretanto, os limites dessa análise encontram-se na necessidade de se realizar novos estudos específicos, em profundidade e longitudinais para avaliar os avanços ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

- ARMANI, D. J. *Como elaborar projetos?* guia prático para elaboração de projetos sociais. Porto Alegre: Tomo, 2006.
- BENDASSOLLI, P. F.; CUNHA, M. P. e; KIRSCHBAUM, C.; WOOD Jr., T. *Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades*. Revista de Administração de Empresas, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009. Disponível em: <www.spell.org.br/documentos/download/1628>. Acesso em: 27 mar. 2017.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- CAIADO, A. S. C. (Coord.). *Economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade*. São Paulo: FUNDAP, 2011.
- COHEN, E.; FRANCO, R. *Avaliação de projetos sociais*. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.
- CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (CNPq). Diretório dos Grupos de Pesquisas. Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/web/dgp/>>. Acesso em: 27 mar. 2017.
- DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. *Jaula de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais*. In: CALDAS, M. P.; BERTERO, C. O. (Orgs.). *Teoria das organizações*. São Paulo: Atlas, 2007.
- DUISENBERG, E. dos S. *A economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável?* In: REIS, A. C. F. (org.). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- GIL, M. A. *Criatividade dá dinheiro*. *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*, São Paulo, n. 85, out. 2012.
- HALL, R. H. *Organizações: estruturas, processos e resultados*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Sistema de Informações e Indicadores Culturais. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/sistema-nacional-de-informacoes-e-indicadores-culturais-sniic->>. Acesso em: 7 set. 2013.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Sistema de Informações e Indicadores Culturais. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2003/>. Acesso em: 14 set. 2013.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). *Panorama da Economia Criativa no Brasil*. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1880.pdf>. Acesso em: 17 set. 2013.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; GUARIDO FILHO, E. R.; ROSSONI, L. *Campos organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação*. Revista de Administração Contemporânea, edição especial, p. 159-196, 2006.
- MELITO, A. M. *A economia criativa*. In: Plano da Secretaria de Economia Criativa. Ministério da Cultura. 2011. Disponível em <<http://goo.gl/oIMGAN>>. Acesso em: 17 set. 2013.
- MIGUEZ, P. *Repertório de fontes sobre Economia Criativa*. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. CULT (Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura), Salvador, 2007.
- MINISTERIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: política, diretrizes e ações 2011-2014*. Brasília, 2011.
- MINTZBERG, H. *Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações*. São Paulo: Atlas, 2003.
- PALADINI, E. P. *Avaliação estratégica da qualidade*. São Paulo: Atlas, 2002.
- REIS, A. C. F. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SANTOS, E. D. *Creative Economy: Report 2008*. Disponível em: <<http://goo.gl/FMU6P4>>. Acesso em: 20 maio 2013.

SISTEMA FIRJAN. *Indústria Criativa: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: SESI/ SENAI, 2011. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/EconomiaCriativa/VersaoImpressa/index.html#/12-13/zoomed>>. Acesso em: 17 maio 2013.

SISTEMA INTEGRADO CAPES (SiCAPES). Listagem QUALIS. Disponível em: <<http://qualis.capes.gov.br/webqualis/principal.seam>>. Acesso em: 27 mar. 2017.

TOLBERT, P. S.; ZUCKER, L. G. *A institucionalização da teoria institucional*. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W.R. (Orgs.). CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. (Orgs.). *Handbook de Estudos Organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais*. v. 1. São Paulo: Atlas, 2007.

UNCTAD. Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento. Disponível em: <http://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 27 maio 2013.

UNCTAD. Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento. Disponível em: <<http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>>. Acesso em: 28 maio 2013.

UNCTAD. *Creative Economy Report 2008*. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/ditc20082ceroverview_en.pdf>. Acesso em: 28 maio 2013.

UNCTAD. *Relatório de Economia Criativa*. Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/wp-content/uploads/2013/06/relatorioUNCTAD2010Port.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2013.

WACHOWICZ, M. *A construção de um marco regulatório para a economia criativa no Brasil*. In: Plano da Secretaria de Economia Criativa. Ministério da Cultura. 2011. Disponível em <<http://goo.gl/oIMGAN>>. Acesso em 17 set. 2013.

WEISS, C. H. *Evaluation*. 2. ed. Upper Saddle River: Prentice-Hall, 1998.

ZAPPELLINI, M. *Metodologias de avaliação de serviços públicos*. Material didático: Indicadores. ESAG/UDESC: Florianópolis, 2013.