

HUMANAS E SOCIAIS

V.10 • N.2 • 2024 • Fluxo Contínuo

ISSN Digital: 2316-3801

ISSN Impresso: 2316-3348

DOI: 10.17564/2316-3801.2024v10n2p245-264



A ECONOMIA CRIATIVA NA PARAÍBA: UM OLHAR A PARTIR DO EMPREGO E RENDA NOS MUNICÍPIOS DO ESTADO

THE CREATIVE ECONOMY IN PARAÍBA: A LOOK FROM EMPLOYMENT AND INCOME IN THE STATE'S MUNICIPALITIES

LA ECONOMÍA CREATIVA EN PARAÍBA: UNA MIRADA DESDE EL EMPLEO Y LOS INGRESOS EN LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO

Luís Augusto Vieira da Silva¹

Sabrina Martins de Araújo²

RESUMO

A Economia Criativa, apesar de ser um conceito ainda em construção, revela um grande potencial para incluir cada vez mais pessoas no processo econômico e, a partir disso, desenvolver cidades, regiões e estados com base na criatividade da sua força de trabalho local, além de demonstrar importantes características sustentáveis. O presente artigo visa descrever a Economia Criativa em termos de geração de emprego e renda no estado da Paraíba, ressaltando a sua importância como alternativa estratégica para o desenvolvimento socioeconômico do estado. Para isso, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e recolhidos dados secundários disponibilizados pela FIRJAN referentes ao ano de 2020. Os municípios estudados foram João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita, Patos, Sousa e Cajazeiras, escolhidos pelas suas influências micro e mesorregional. Com os resultados obtidos, chegou-se à conclusão de que, não obstante a vocação da Economia Criativa para alcançar um maior número de pessoas e desenvolver as suas localidades, ela ainda é pouco relevante na Paraíba. Defere-se, desse modo, que o poder público deve atuar como principal indutor da Economia Criativa como importante alternativa para a promoção do desenvolvimento socioeconômico local.

PALAVRAS-CHAVE

Economia Criativa. Desenvolvimento. Paraíba.

ABSTRACT

The Creative Economy, despite being a concept still under construction, reveals a great potential to include more and more people in the economic process, and from this, develop cities, regions and states based on the creativity of its local workforce, in addition to demonstrating important sustainable characteristics. This article aims to describe the Creative Economy in terms of job and income generation in the state of Paraíba, emphasizing its importance as a strategic alternative for the socioeconomic development of the state. For this, the bibliographic research was used and secondary data made available by FIRJAN for the year 2020 were collected. The municipalities studied were João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita, Patos, Sousa and Cajazeiras, chosen for their micro and mesoregional influences. With the results obtained, it was concluded that, despite the vocation of the Creative Economy to reach a greater number of people and develop its localities, it is still little relevant in Paraíba. Thus, it is deduced that the public authorities must act as the main inducer of the Creative Economy as an important alternative for the promotion of local socioeconomic development.

KEYWORDS

Creative Economy. Development. Paraíba.

RESUMEN

La Economía Creativa, a pesar de ser un concepto aún en construcción, revela un gran potencial para incluir cada vez a más personas en el proceso económico y, a partir de ello, desarrollar ciudades, regiones y estados a partir de la creatividad de su fuerza laboral local, además de demostrar importantes características sostenibles. Este artículo tiene como objetivo describir la Economía Creativa en términos de generación de empleo e ingresos en el estado de Paraíba, destacando su importancia como alternativa estratégica para el desarrollo socioeconómico del estado. Para ello, se utilizó investigación bibliográfica y se recolectaron datos secundarios puestos a disposición por FIRJAN para el año 2020. Los municipios estudiados fueron João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita, Patos, Sousa y Cajazeiras, elegidos por sus influencias micro y mesorregionales. Con los resultados obtenidos, se concluyó que, a pesar de la vocación de la Economía Creativa de llegar a un mayor número de personas y desarrollar sus localidades, todavía es poco relevante en Paraíba. Se concluye, por tanto, que los poderes públicos deben actuar como principal impulsor de la Economía Creativa como una alternativa importante para promover el desarrollo socioeconómico local.

PALABRAS CLAVE

Economía Creativa. Desarrollo. Paraíba.

1 INTRODUÇÃO

O mundo vem passando por um profundo processo de mudanças referentes às relações econômicas causadas pelas transformações tecnológicas a partir da segunda metade do Século XX. O processo econômico tradicional mostrou que não consegue englobar uma significativa parcela da população que promova o seu desenvolvimento socioeconômico. É momento de se pensar em alternativas de desenvolvimento econômico sustentável e isso remete à Economia Criativa.

Segundo Oliveira, Araujo e Silva (2013), o conceito de Economia Criativa foi apresentado pela primeira vez por Howkins (2001) e tem por base a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia. Para o autor, “criatividade não é nova e nem é a economia, mas o que é novo é a natureza e a extensão da relação entre eles e como eles combinam extraordinariamente para criar” (HOWKINS, 2001 *apud* OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013, p. 20).

Segundo Messias (2017, p. 20), a Economia Criativa se trata de “um novo paradigma econômico e um caminho para a sustentabilidade, cujos impactos reverberam em distintas dimensões e setores das relações humanas.” O autor ainda reitera que essa economia é impulsionada pela criatividade aplicada a diferentes setores da sociedade.

De acordo com o Mapeamento da Indústria Criativa de 2022 da FIRJAN, é possível considerar quatro grandes áreas dentro da indústria criativa, a saber: Consumo, Tecnologia, Mídia e Cultura, compostas por 13 (treze) segmentos:

Arquitetura, Artes Cênicas, Audiovisual, Biotecnologia, Design, Editorial, Expressões Culturais, Moda, Música, Patrimônio e Artes, Pesquisa e Desenvolvimento, Publicidade e Marketing e TIC.

No mundo, a Economia Criativa ganha cada vez mais relevância. Entre 2002 e 2015, conforme relatório da Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), o mercado mundial de bens criativos cresceu de US\$ 208 bilhões para US\$ 509 bilhões.³

No Brasil, apesar das dificuldades causadas pela pandemia da COVID-19 e por uma crise econômica que se arrasta há anos atingindo os mais diversos setores econômicos, de acordo com a FIRJAN, no ano de 2020, o Brasil tinha mais de 935 mil profissionais criativos formalmente empregados, representando uma elevação de 11,7% em relação a 2017. Em termos absolutos, é uma quantidade ainda pequena de vínculos formais nas indústrias criativas do País em comparação com o quantitativo da sua força de trabalho e revela o quanto essa alternativa econômica merece ser melhor compreendida no Brasil devido ao seu potencial de desenvolvimento.

³BRITISH CONCIL. Mergulhe na Economia Criativa. Disponível em: <<https://www.britishcouncil.org.br/estude-reino-unido/economia-criativa>>. Acesso em 17 de outubro de 2022.

O tema abordado neste artigo tem como fator motivador a necessidade de estudar alternativas para o desenvolvimento econômico e social local, com um olhar para os municípios, em especial aqueles que possuem relevante influência micro e mesorregional, pensando em formas de buscar mitigar as desigualdades existentes entre as suas mais variadas comunidades e populações.

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho é descrever a Economia Criativa em termos de geração de emprego e renda no estado da Paraíba, ressaltando a sua importância como alternativa estratégica para o desenvolvimento socioeconômico do estado. Isso passa pelo papel indutor do poder público perante os empreendedores e a própria população.

Este trabalho está organizado em cinco seções, incluindo esta introdução. A segunda seção apresenta a revisão da literatura. A terceira seção trata da metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa. A quarta seção apresenta e discute os resultados do estudo. Na quinta seção, tem-se as considerações finais.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção, são apresentadas algumas definições de Economia Criativa, cujo conceito é relativamente novo e está em construção, assim como, são abordadas suas características, surgimento e atividades consideradas como exemplos de Economia Criativa. Também discute-se a implementação dessa modalidade econômica em alguns países, a exemplo da Austrália e Inglaterra, e as experiências em estados e municípios brasileiros.

2.1. DEFINIÇÃO E SURGIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

O conceito de Economia Criativa é relativamente novo e ainda enfrenta dificuldades para a sua definição concreta e delimitação quanto a outros conceitos de Economia como, por exemplo, as economias do Conhecimento e da Cultura. O termo foi inicialmente apresentado por Howkins (2001) no livro *The Creative Economy – How People Can Make Money From Ideas* (PEDROSA; AMARAL, 2019).

Conforme preceituam Serra e Fernandes (2014), podemos começar a compreendê-lo da seguinte forma:

Um novo campo de estudos no qual emergem questões como o papel da criatividade e dos talentos individuais na produção, a natureza dos produtos criativos e de suas cadeias produtivas, a potencial geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual e a própria relação entre tecnologia e arte (SERRA; FERNANDES, 2014, p. 361).

Messias (2017) menciona o seguinte acerca desse novo paradigma econômico:

A Economia Criativa se caracteriza por modelos de negócios em que predominam a colaboração em vez da competição, a expressão da cultura e o uso de tecnologias, com espaço para tipos de trocas que não necessariamente se baseiam nas moedas circulantes. Uma

economia em que as partes interessadas somam esforços e recursos em benefício do interesse coletivo e da satisfação pessoal, com ganhos sociais, ambientais, econômicos, culturais e éticos – especialmente nas cidades. Valoriza a criatividade, a inovação e a cultura, e faz uso intensivo de tecnologias na busca de soluções para uma sociedade pós-moderna, predominante urbana, e de expansão dos negócios num mercado globalizado. Como uma resposta a problemas globais que precisam de criatividade para se tornarem soluções, nasce um novo ciclo econômico baseado em serviços, em que o talento e a criatividade são atrativos profissionais; onde se amplia o acesso à experiência e a priviligia em vez da propriedade de bens (MESSIAS, 2017, p. 21).

A Economia Criativa emerge como uma alternativa de desenvolvimento econômico e social justamente por focar na criatividade e nos talentos individuais de cada pessoa.

A inovação tecnológica e os sucessivos ciclos de crises econômicas com a pobreza e miserabilidade permanentes, problemas esses perpetuados pela histórica incapacidade do poder público alcançar todas as camadas sociais, limitado pela sua inaptidão político-econômica arraigada em paradigmas ultrapassados que entravam, inclusive, a capacidade de diversificação da economia como um todo, deram causa à busca de uma nova forma organização da força de trabalho e de produção de bens e serviços. A Economia Criativa tem potencial para suprir essa demanda.

Marchi (2014) aponta que, apesar da experiência australiana durante a década de 1990, na qual o governo da Austrália aplicou políticas públicas culturais respaldadas pelo projeto denominado “*Creative Nation*” naquele país, no qual o governo incentivava a criatividade cultural como mecanismo de desenvolvimento econômico, foi a experiência britânica, conduzida pelo *Labour Party*, o Partido Trabalhista Britânico, liderado à época pelo Primeiro Ministro Tony Blair, quem tornou a ideia de Economia Criativa concreta. Esta última fomentava iniciativas criativas na Inglaterra utilizando o Estado como um aliado das indústrias criativas britânicas, partindo de segmentos culturais, promovendo condições para que elas se tornassem competitivas a nível internacional.

Importante destacar que a Inglaterra enfrentava um momento econômico delicado em 1997, durante o final do governo de John Major, membro do Partido Conservador e ocupante há mais de 6 anos da cadeira de Primeiro Ministro. Isso em razão do profundo processo de desindustrialização que o país sofrera no final do Século XX (MESSIAS, 2017).

A inserção da Economia Criativa no cotidiano britânico foi fundamental para o recrudescimento da sua economia interna. Em 2011, o setor criativo empregava cerca de 20% da força de trabalho na capital, Londres. O sucesso da iniciativa foi tão evidente que o exemplo foi adotado por outros países, como a Dinamarca, que empregava no mesmo ano 12% da sua população em idade de trabalho no setor criativo, o qual era responsável por 5,3% do PIB. Além da Holanda, com 4,5% do seu PIB gerado pelo setor criativo e 7% da força de trabalho empregada no setor (ARAÚJO, 2015).

No entanto, de acordo com Costa e Souza-Santos (2011), apesar da alternativa inovadora e com grande potencial de alcance às mais variadas camadas sociais a médio e longo prazos, é importante destacar que essa alternativa econômica exige um investimento especial em educação, ciência e tecnologia, pois, apesar de iniciativas tradicionais como o artesanato, por exemplo, a Economia Criativa

engloba habilidades que precisam ser aperfeiçoadas através da formação permanente da sua mão de obra em razão do dinamismo de alguns setores criativos, como é o caso da produção de softwares, publicações eletrônicas, desenvolvimento de *games*, etc.

Assim sendo, percebe-se que, antes de alcançar êxito nos mais diversos setores criativos, a Economia Criativa exige um ambiente que prepare as pessoas e as suas habilidades para o uso de ferramentas criativas, capazes de gerar bens e serviços de alto valor de mercado, funcionando como alternativa para o desenvolvimento econômico e social dos municípios paraibanos, com resultados a serem alcançados a médio e longo prazos.

2.2. CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA NO ÂMBITO INTERNACIONAL E NACIONAL

A política cultural australiana, em 1994, denominada “*creative nation: common wealth cultural policy*”, pode ser considerada como o primeiro exemplo de Economia Criativa no mundo, embora naquele momento ainda não houvesse uma definição clara acerca dessa modalidade econômica (MESSIAS, 2017).

Conforme Messias (2017), a Austrália lançou duas grandes políticas culturais como referências de Economia Criativa, o *Creative Nation*, em 1994, e a *Creative Australia, National Cultural Policy*, em 2013, que tem a primeira como inspiração e buscava incluir os mais variados aspectos das artes, do patrimônio cultural e das indústrias criativas locais. No entanto, apesar do investimento no fomento da cultura dos povos originários, na Austrália, em 2016, as atividades desse modelo econômico eram predominantemente urbanas e concentravam-se nas capitais.

No Reino Unido, a Economia Criativa também é muito forte. Implementada como política governamental em 1997 pelo Primeiro Ministro Tony Blair, só no ano de 2017, as indústrias criativas contribuíram com mais de US\$ 100 bilhões de libras para a economia britânica⁴.

No ano de 2015, além da Inglaterra, as indústrias criativas lideraram a criação de empregos e o crescimento da economia da Escócia, Irlanda do Norte e País de Gales. Foram 2,9 milhões de postos de trabalho e mais de 10 milhões de libras geradas por hora nesses países que compõem o Reino Unido (MESSIAS, 2017).

Olhando para um país mais parecido com o Brasil, no ano de 2013, segundo Messias (2017), a Argentina empregava mais de 300 mil trabalhadores formais nas indústrias criativas e culturais. Em 2014, esse número chegava a mais de 500 mil trabalhadores formais no setor. Isso com uma população de cerca de 43 milhões de habitantes. Entre 2004 e 2010, o percentual de empregos no setor cultural e criativo cresceu aproximadamente 20% na Argentina.

Ainda sobre a Argentina, de acordo com Messias (2017), as exportações de bens e serviços criativos tiveram um crescimento formidável no país. Entre 2003 e 2012, a contribuição das referidas exportações para a economia argentina cresceu de 541 milhões de dólares para mais de 2 bilhões de dólares.

No Brasil, de acordo com a FIRJAN (2022), no ano de 2020 a Indústria Criativa empregou cerca de 935 mil profissionais formais, representando um crescimento de 11,7% em três anos. O estado de São Paulo, a

⁴ BRITISH CONCIL. Mergulhe na Economia Criativa. Disponível em: <<https://www.britishcouncil.org.br/estude-reino-unido/economia-criativa>>. Acesso em 17 de outubro de 2022.

unidade federativa mais rica do país, concentrava aproximadamente 380,4 mil vínculos formais na Indústria Criativa. O estado do Rio de Janeiro empregava cerca de 95,7 mil profissionais no setor. O estado de Minas Gerais vinha logo a seguir, com um total de 82 mil empregos formais na Indústria Criativa.

Quanto à remuneração média no referido ano, o estado do Rio de Janeiro apresentou melhor desempenho, liderando em quatro segmentos: Pesquisa e Desenvolvimento, Artes Cênicas, Biotecnologia e Audiovisual. As remunerações médias do Distrito Federal, São Paulo e Santa Catarina também se destacaram. Novamente os estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Distrito Federal e Santa Catarina foram os que apresentaram maior participação da Economia Criativa nos seus respectivos PIB's (FIRJAN, 2022).

Do ponto de vista regional, no Nordeste, no ano de 2020, a maior participação da Economia Criativa no PIB estadual era no estado do Ceará, com 2,5%, enquanto a menor participação estava no Maranhão, com apenas 0,5%. Na Paraíba, a Economia Criativa contribuiu com 1,1% para o PIB estadual (FIRJAN, 2022).

3 METODOLOGIA

Neste artigo, procurou-se descrever a Economia Criativa em termos de geração de emprego e renda no estado da Paraíba, ressaltando a sua importância como alternativa estratégica para o desenvolvimento socioeconômico do estado.

Para isso, foram escolhidos os municípios de João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita, Patos, Sousa e Cajazeiras pela forte influência que possuem em suas micro e mesorregiões. A seleção desses municípios também se baseia no fato de que eles correspondem a 81% do total de empregos da economia criativa no estado e que sua renda média representa 79,5% da renda média do setor na Paraíba, conforme dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN). Assim, os dados sobre o número de trabalhadores e a renda média gerada confirmam a relevância da amostra de municípios escolhida para representar o estado da Paraíba.

As áreas da Economia Criativa analisadas neste trabalho são os treze segmentos elencados FIRJAN, que compõem quatro grandes núcleos criativos, a saber: Cultura, composto pelos segmentos Expressões Culturais, Artes Cênicas, Música, Patrimônio e Artes; Tecnologia, composto pelos segmentos TIC, Biotecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento; Consumo, composto pelos segmentos Publicidade e Marketing, Design, Arquitetura e Moda; e o núcleo Mídia, composto pelos segmentos Editorial e Audiovisual.

Nesse sentido, foram utilizadas a pesquisa descritiva, com o fito de demonstrar o atual cenário da Economia Criativa nos municípios objetos de estudo; a pesquisa quantitativa, ao lançar mão das estatísticas e cálculos do banco de dados referente às indústrias criativas disponibilizado pela FIRJAN concernente ao ano de 2020; e a pesquisa bibliográfica, como fonte de conceitos e experiências históricas para respaldarem o estudo da importância do fomento da Economia Criativa no estado da Paraíba.

Deve-se destacar que em 2008 a FIRJAN deu início a uma iniciativa pioneira no Brasil ao realizar uma análise detalhada da economia criativa. Desde então, o Mapeamento da Indústria Criativa tornou-se a principal e única fonte de dados sobre o setor, servindo como referência tanto nacional quanto internacional para essa atividade. O Mapeamento é desenvolvido com base em estatísti-

cas oficiais do Ministério do Trabalho e Previdência. A qualidade desses dados permite uma análise abrangente, que inclui um acompanhamento detalhado dos profissionais criativos em diversas áreas, segmentos e profissões, abrangendo todos os municípios do país (FIRJAN, 2022).

Deste modo, a classificação pioneira dos setores criativos feita pela FIRJAN é amplamente utilizada na maioria dos estudos sobre o tema. Esses estudos, assim como os da FIRJAN, frequentemente se baseiam em dados do Ministério do Trabalho. Exemplos incluem os trabalhos de Costa e Souza-Santos (2011), Souza, Benavides e Pires (2015), e Porto e Azambuja (2022).

A partir da exposição dos dados da FIRJAN acerca do cenário mais recente dos maiores municípios paraibanos, é possível compreender o que pode melhorar em cada município. Traçar essa conjuntura é importante para subsidiar a elaboração de políticas públicas e econômicas, pois entende-se que a utilização da Economia Criativa como alternativa estratégica permanente em prol do desenvolvimento socioeconômico do estado da Paraíba passa pelo papel do Governo Estadual como principal indutor dessas políticas junto às prefeituras locais, que atuarão promovendo a inclusão das suas populações no processo econômico a partir das suas tendências criativas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção apresenta e discute a importância da Economia Criativa no estado da Paraíba com foco nas cidades de João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita, Patos, Sousa e Cajazeiras.

A indústria tradicional vem perdendo importância em termos de geração de emprego, renda e na promoção do desenvolvimento. Na Paraíba, o alto índice de desemprego e a baixa média salarial dos vínculos empregatícios evidenciam isso. A partir dessa compreensão, faz-se necessário buscar meios alternativos que tenham capacidade de promover inclusão no mercado de trabalho e o crescimento econômico do estado. A Economia Criativa indica ter esse potencial.

No Reino Unido, como visto, lançar mão de processos econômicos criativos foi muito importante para frear a desindustrialização e o empobrecimento do país durante a década de 1990. A Austrália mostrou que incentivar a cultura local pode ser uma alternativa estratégica para o desenvolvimento econômico.

No Brasil, apesar da estagnação econômica, entre 2017 e 2020 as indústrias criativas, de modo geral, expandiram-se (11,7% em empregos formais, conforme dados da FIRJAN), com exceção de poucas funções, o que evidencia sua capacidade inovadora para, inclusive, superar ciclos de crises econômicas.

4.1 IMPORTÂNCIA DA ECONOMIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DOS MUNICÍPIOS PARAIBANOS

Esta subseção analisa o cenário da Economia Criativa em alguns dos principais municípios paraibanos.

4.1.1 JOÃO PESSOA

De acordo com o IBGE, João Pessoa, capital da Paraíba, é o município mais populoso do estado, com população estimada em mais de 825 mil pessoas (IBGE, 2022). No ano de 2017, a cidade foi al-

çada à categoria de Cidade Criativa pela Rede Mundial de Cidades Criativas da Unesco (UCCN), pela qualidade do seu artesanato e das manifestações artísticas populares.⁵

De acordo com a Tabela 1, nos segmentos ligados às manifestações artísticas e ao artesanato, tais como, “Expressões Culturais” e “Patrimônio e Artes”, João Pessoa responde por, respectivamente, 55,59% e 35,43% dos empregos formais do estado. Além disso, a remuneração média do município é maior do que a média estadual referente aos segmentos supramencionados, no entanto, está abaixo da média nacional.

Tabela 1: Número de empregos e remuneração média por segmento criativo – João Pessoa

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	João Pessoa	Paraíba	Brasil	João Pessoa	Paraíba	Brasil
Arquitetura	777	1.169	97.424	R\$ 10.696,50	R\$ 9.038,25	R\$ 8.238,71
Artes Cênicas	56	110	7.930	R\$ 989,26	R\$ 1.152,06	R\$ 4.242,42
Audiovisual	294	675	38.486	R\$ 2.531,35	R\$ 1.936,25	R\$ 3.578,93
Biotecnologia	148	373	38.044	R\$ 3.189,99	R\$ 2.528,53	R\$ 5.349,23
Design	354	692	81.458	R\$ 2.243,75	R\$ 2.307,07	R\$ 3.295,89
Editorial	273	583	46.815	R\$ 3.528,35	R\$ 2.766,77	R\$ 5.145,41
Expressões Culturais	149	268	30.621	R\$ 1.669,03	R\$ 1.582,77	R\$ 2.097,29
Moda	75	276	37.138	R\$ 1.422,38	R\$ 1.729,37	R\$ 2.030,25
Música	203	484	10.369	R\$ 2.507,83	R\$ 1.911,05	R\$ 3.534,40
Patrimônio e Artes	45	127	11.246	R\$ 4.034,61	R\$ 2.795,16	R\$ 5.728,01
Pesquisa e Desenvolvimento	304	634	166.023	R\$ 8.136,96	R\$ 10.611,27	R\$ 12.220,95
Publicidade e Marketing	568	940	223.497	R\$ 3.044,95	R\$ 2.660,80	R\$ 6.302,84
TIC	699	950	146.263	R\$ 4.547,18	R\$ 4.264,29	R\$ 7.606,01

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Firjan (2022).

O principal segmento em que a cidade de João Pessoa se destaca em termos de número de profissionais e de participação no total do estado é a “Arquitetura”. Com 777 empregos formais, o município

⁵ Disponível em: <<https://jornaldaparaiba.com.br/cotidiano/vidaurbana/joao-pessoa-e-escolhida-como-cidade-criativa-da-unesco>>.

concentra 66,46% do quantitativo referente a todo o estado da Paraíba e possui remuneração média maior do que a média estadual e maior do que a média nacional.

A renda média também se destaca a nível estadual nos segmentos “Audiovisual”, “Biotecnologia”, “Editorial”, “Música”, “TIC” e “Publicidade e Marketing”, remunerando melhor do que a média do estado da Paraíba, mas ficando abaixo da média nacional. O segmento “Pesquisa e Desenvolvimento” concentra 304 profissionais de um total de 634 na Paraíba, mas a renda média é inferior tanto à média estadual quanto à nacional. Chama a atenção de forma negativa o segmento “Artes Cênicas”, que apesar de concentrar uma grande parcela do total de profissionais do setor no estado da Paraíba, possui remuneração média inferior a um salário mínimo.

Com relação a participação de cada segmento no total de empregos criativos do município, os setores que se destacam são “Arquitetura”, “TIC”, “Publicidade e Marketing”, enquanto as maiores participações quanto à remuneração média correspondem aos segmentos “Arquitetura”, “Pesquisa e Desenvolvimento” e “TIC” que, como se pode perceber, tratam-se de setores que demandam um maior nível educacional.

4.1.2. CAMPINA GRANDE

Esta subseção analisa o cenário da Economia Criativa no município de Campina Grande, que tem a segunda maior população do estado da Paraíba, estimada em mais de 413 mil habitantes (IBGE, 2022) e, como João Pessoa, também integra a Rede Mundial de Cidades Criativas da Unesco (UCCN), sendo protagonista no setor de Artes Midiáticas.

Localizada no agreste paraibano, há cerca de 130km da capital, Campina Grande foi alçada à categoria de Cidade Criativa no ano de 2021.

Conforme a Tabela 2, é possível observar que em Campina Grande o segmento “Pesquisa e Desenvolvimento” destaca-se de forma bastante positiva, com 30,75% do total de profissionais da área no estado, e renda média de R\$ 16.587,68, consideravelmente maior do que a média estadual (R\$ 10.611,27) e do que a média nacional (R\$ 12.220,95).

Campina Grande também é importante a nível estadual no segmento “Moda”, em que concentra 21,01% do total de profissionais formais do segmento na Paraíba e possui média remuneratória maior do que as médias estadual e nacional.

Tabela 2: Número de empregos e remuneração média por segmento criativo – Campina Grande

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Campina Grande	Paraíba	Brasil	Campina Grande	Paraíba	Brasil
Arquitetura	151	1.169	97.424	R\$ 7.604,85	R\$ 9.038,25	R\$ 8.238,71
Artes Cênicas	31	110	7.930	R\$ 1.507,80	R\$ 1.152,06	R\$ 4.242,42
Audiovisual	160	675	38.486	R\$ 1.831,48	R\$ 1.936,25	R\$ 3.578,93

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Campina Grande	Paraíba	Brasil	Campina Grande	Paraíba	Brasil
Biotecnologia	81	373	38.044	R\$ 2.241,60	R\$ 2.528,53	R\$ 5.349,23
Design	158	692	81.458	R\$ 2.517,46	R\$ 2.307,07	R\$ 3.295,89
Editorial	97	583	46.815	R\$ 2.907,33	R\$ 2.766,77	R\$ 5.145,41
Expressões Culturais	44	268	30.621	R\$ 1.616,22	R\$ 1.582,77	R\$ 2.097,29
Moda	58	276	37.138	R\$ 2.314,79	R\$ 1.729,37	R\$ 2.030,25
Música	55	484	10.369	R\$ 1.507,15	R\$ 1.911,05	R\$ 3.534,40
Patrimônio e Artes	24	127	11.246	R\$ 3.581,84	R\$ 2.795,16	R\$ 5.728,01
Pesquisa e Desenvolvimento	195	634	166.023	R\$ 16.587,68	R\$ 10.611,27	R\$ 12.220,95
Publicidade e Marketing	161	940	223.497	R\$ 1.879,13	R\$ 2.660,80	R\$ 6.302,84
TIC	140	950	146.263	R\$ 4.062,50	R\$ 4.264,29	R\$ 7.606,01

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Firjan (2022).

No segmento “Patrimônio e Artes”, Campina Grande reúne 18,89% do total de profissionais na Paraíba e com remuneração média maior do que a média estadual, mas inferior a nacional. Isso também se percebe no segmento “Artes Cênicas”, cuja média remuneratória é inferior à média nacional, mas superior à estadual, reunindo 31 profissionais formais, sendo 28,18% do total na Paraíba, a segunda maior participação dentre os segmentos.

Os segmentos “Design”, “Editorial” e “Expressões Culturais” seguem um contexto parecido, em que se percebe o destaque local, no estado, mas disparidade considerável quando comparados a números nacionais.

Analisando a participação de cada segmento no total de empregos formais criados no município, verifica-se que os que mais se destacam são “Pesquisa e Desenvolvimento” (14,39%), “Publicidade e Marketing” (11,88%) e “Audiovisual” (11,81%). Já em termos de remuneração média, tem-se os segmentos “Pesquisa e Desenvolvimento” (33,07%), “Arquitetura” (15,16%) e “TIC” (8,1%), como observado para João Pessoa.

Verifica-se ainda que os segmentos da Economia Criativa em Campina Grande são proporcionalmente menos desiguais entre si do que em João Pessoa, onde chama a atenção de forma negativa a remuneração média inferior a um salário mínimo do segmento “Artes Cênicas”.

No entanto, o desafio é tentar, com a Economia Criativa, alcançar um maior número de pessoas, especialmente a mão de obra menos qualificada, com essa atividade econômica deixando de ser uma realidade vivida por um pequeno percentual de profissionais.

4.1.3 SANTA RITA

O município de Santa Rita está localizado na região metropolitana de João Pessoa, Zona da Mata, com população estimada em 138.093 habitantes (IBGE, 2022).

Percebe-se, a partir da Tabela 3, que a Economia Criativa no município é muito pouco fomentada. Os segmentos “Artes Cênicas” e “Patrimônio e Artes” sequer profissionais formais possuem. Já os segmentos “Música”, “Expressões Culturais” e “Biotecnologia” possuem um registro inferior a um total de 5 (cinco) profissionais. Os segmentos “Audiovisual”, “Publicidade e Marketing” e “TIC” possuem menos de 10 (dez) profissionais totais e um mínimo igual a 5 (cinco).

Embora os segmentos “Arquitetura”, “Design” e “Moda” possuam mais de 10 (dez) profissionais no município, é um número muito pequeno diante do tamanho da população local e em face do próprio percentual estadual. Os segmentos “Editorial” e “Pesquisa e Desenvolvimento” são os que apresentam maior número de trabalhadores formais, 54 e 29, respectivamente, e também são os segmentos com maior contribuição no total estadual dos mesmos (4,62% e 2,48%), e no total municipal dos empregos criativos (32,73% e 17, 58%). Considerando a remuneração média, os segmentos que se destacam com remunerações maiores do que a estadual e a nacional são “Design”, “Expressões Culturais”, “Moda” e “Pesquisa e Desenvolvimento”.

Santa Rita pode exercer um papel importante junto a João Pessoa e demais municípios da região metropolitana da capital, a exemplo de Cabedelo, Bayeux e o Conde, na integração entre os vários setores da Economia Criativa e na inclusão de um maior número de pessoas que participem dessa atividade econômica de forma direta e indireta.

Tabela 3: Número de empregos e remuneração média por segmento criativo – Santa Rita

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Santa Rita	Paraíba	Brasil	Santa Rita	Paraíba	Brasil
Arquitetura	20	1.169	97.424	R\$ 3.305,10	R\$ 9.038,25	R\$ 8.238,71
Artes Cênicas	0	110	7.930	R\$ 0,00	R\$ 1.152,06	R\$ 4.242,42
Audiovisual	5	675	38.486	R\$ 1.514,96	R\$ 1.936,25	R\$ 3.578,93
Biotecnologia	3	373	38.044	R\$ 3.714,97	R\$ 2.528,53	R\$ 5.349,23
Design	17	692	81.458	R\$ 4.463,69	R\$ 2.307,07	R\$ 3.295,89
Editorial	54	583	46.815	R\$ 2.524,72	R\$ 2.766,77	R\$ 5.145,41

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Santa Rita	Paraíba	Brasil	Santa Rita	Paraíba	Brasil
Expressões Culturais	2	268	30.621	R\$ 3.905,51	R\$ 1.582,77	R\$ 2.097,29
Moda	16	276	37.138	R\$ 4.072,09	R\$ 1.729,37	R\$ 2.030,25
Música	1	484	10.369	R\$ 1.200,00	R\$ 1.911,05	R\$ 3.534,40
Patrimônio e Artes	0	127	11.246	R\$ 0,00	R\$ 2.795,16	R\$ 5.728,01
Pesquisa e Desenvolvimento	29	634	166.023	R\$ 12.331,07	R\$ 10.611,27	R\$ 12.220,95
Publicidade e Marketing	9	940	223.497	R\$ 3.044,95	R\$ 2.631,21	R\$ 6.302,84
TIC	9	950	146.263	R\$ 4.547,18	R\$ 4.536,45	R\$ 7.606,01

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Firjan (2022).

4.1.4 PATOS

Localizado na mesorregião do Sertão do estado da Paraíba, Patos tem uma população estimada em 108.766 habitantes (IBGE, 2022) e exerce grande influência econômica tanto na sua microrregião, quanto na mesorregião do Sertão do estado.

Na Tabela 4, observa-se que apesar de possuir uma população menor do que a do município de Santa Rita, Patos consegue superá-lo, em número de profissionais, em quase todos os segmentos da Economia Criativa elencados, com exceção apenas dos segmentos “Editorial” e “Pesquisa e Desenvolvimento”. O segmento “Patrimônio e Artes” chama a atenção negativamente, por não apresentar registro formal de profissionais no setor.

Quanto ao segmento “Moda”, apesar do total de profissionais ser igual ao do município de Santa Rita, a remuneração média é bem menor, compreendendo apenas R\$ 895,62 contra R\$ 4.072,09 de Santa Rita, que se destaca nesse segmento.

Os segmentos que mais se destacam em termos de participação no total do estado são “Biotecnologia”, “Moda” e “Música”. Os que apresentam maior participação no total do emprego da indústria criativa do município são “Design”, “Editorial”, “Arquitetura” e “Música” (13,33%, 13,33%, 11,9% e 11,9%, respectivamente). Já aqueles com maior participação na remuneração média do setor criativo no município são “Pesquisa e Desenvolvimento” e “Arquitetura”, com 26,28% e 17,6%.

Tabela 4: Número de empregos e remuneração média por segmento criativo – Patos

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Patos	Paraíba	Brasil	Patos	Paraíba	Brasil
Arquitetura	25	1.169	97.424	R\$ 4.905,35	R\$ 9.038,25	R\$ 8.238,71
Artes Cênicas	1	110	7.930	R\$ 1.771,88	R\$ 1.152,06	R\$ 4.242,42
Audiovisual	18	675	38.486	R\$ 1.133,03	R\$ 1.936,25	R\$ 3.578,93
Biotecnologia	28	373	38.044	R\$ 2.471,83	R\$ 2.528,53	R\$ 5.349,23
Design	28	692	81.458	R\$ 1.417,75	R\$ 2.307,07	R\$ 3.295,89
Editorial	19	583	46.815	R\$ 1.907,29	R\$ 2.766,77	R\$ 5.145,41
Expressões Culturais	6	268	30.621	R\$ 1.224,84	R\$ 1.582,77	R\$ 2.097,29
Moda	16	276	37.138	R\$ 895,62	R\$ 1.729,37	R\$ 2.030,25
Música	25	484	10.369	R\$ 1.443,47	R\$ 1.911,05	R\$ 3.534,40
Patrimônio e Artes	0	127	11.246	R\$ 0,00	R\$ 2.795,16	R\$ 5.728,01
Pesquisa e Desenvolvimento	8	634	166.023	R\$ 7.322,99	R\$ 10.611,27	R\$ 12.220,95
Publicidade e Marketing	19	940	223.497	R\$ 1.934,18	R\$ 2.660,80	R\$ 6.302,84
TIC	17	950	146.263	R\$ 1.442,11	R\$ 4.264,29	R\$ 7.606,01

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Firjan (2022).

A importância do fomento da Economia Criativa em Patos se dá pela sua relevância sobre o interior da Paraíba, principalmente, sobre a microrregião de Patos e a mesorregião do Sertão da Paraíba. A implementação de políticas públicas que organize e incentive atividades econômicas criativas na cidade é muito importante para a população local e de municípios circunvizinhos, que dependem da economia desta cidade.

4.1.5 SOUSA E CAJAZEIRAS

Sousa está localizada na mesorregião do Sertão da Paraíba e possui uma população estimada em 65.803, de acordo com o IBGE, sendo a sexta maior população no estado. Ainda conforme o IBGE, em 2020, a remuneração média no município era de 1,7 salários mínimos e 15,9% da população estava formalmente ocupada. Comparando com os demais municípios do estado, Sousa fica, respectivamente, na 99ª e 15ª posições. O cenário da Economia Criativa no ano de 2020 no município pode ser observado na Tabela 5.

As indústrias criativas em Sousa têm uma participação modesta no setor criativo do estado, a exemplo dos setores “Música” (5,58%) e “Design” (3,9%). Com exceção de “Artes Cênicas”, todos os segmentos possuem média remuneratória inferior à média estadual. Além disso, o segmento “Audiovisual” possui remuneração média inferior a um salário mínimo. O segmento “Patrimônio e Artes” não possui empregados registrados formalmente.

Tabela 5: Número de empregos e remuneração média por segmento criativo – Sousa

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Sousa	Paraíba	Brasil	Sousa	Paraíba	Brasil
Arquitetura	13	1.169	97.424	R\$ 4.402,72	R\$ 9.038,25	R\$ 8.238,71
Artes Cênicas	3	110	7.930	R\$ 1.284,58	R\$ 1.152,06	R\$ 4.242,42
Audiovisual	10	675	38.486	R\$ 910,08	R\$ 1.936,25	R\$ 3.578,93
Biotecnologia	6	373	38.044	R\$ 1.486,86	R\$ 2.528,53	R\$ 5.349,23
Design	27	692	81.458	R\$ 1.795,26	R\$ 2.307,07	R\$ 3.295,89
Editorial	1	583	46.815	R\$ 740,68	R\$ 2.766,77	R\$ 5.145,41
Expressões Culturais	6	268	30.621	R\$ 1.545,96	R\$ 1.582,77	R\$ 2.097,29
Moda	2	276	37.138	R\$ 1.090,19	R\$ 1.729,37	R\$ 2.030,25
Música	27	484	10.369	R\$ 1.174,04	R\$ 1.911,05	R\$ 3.534,40
Patrimônio e Artes	0	127	11.246	R\$ 0,00	R\$ 2.795,16	R\$ 5.728,01
Pesquisa e Desenvolvimento	5	634	166.023	R\$ 2.254,44	R\$ 10.611,27	R\$ 12.220,95
Publicidade e Marketing	3	940	223.497	R\$ 2.455,78	R\$ 2.660,80	R\$ 6.302,84
TIC	10	950	146.263	R\$ 2.106,29	R\$ 4.264,29	R\$ 7.606,01

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Firjan (2022).

Com relação a participação de cada segmento no total da indústria criativa do município, apresentam-se com maiores relevâncias os segmentos “Design” e “Música”, ambos com 23,89% de participação. Já quanto à importância em termos de remuneração no setor criativo de Sousa, sobressaem-se “Arquitetura” (20,72%), “Publicidade e Marketing” (11,56%) e “Pesquisa e Desenvolvimento” (10,61%).

O município de Cajazeiras também está localizado na mesorregião do Sertão da Paraíba e tem uma população estimada em 58.446 habitantes (IBGE, 2022). Assim como Sousa, em 2020, a remuneração média no município era de 1,7 salários mínimos. No entanto, a proporção de pessoas ocupadas

era ligeiramente menor, 15,2%. Cajazeiras divide com Sousa e outros municípios o 99º lugar no que concerne à média salarial no estado e ocupa a 19ª posição quando comparado aos demais municípios da Paraíba acerca do percentual da população ocupada.

O cenário das indústrias criativas no município de Cajazeiras pode ser verificado na Tabela 6. Pode-se perceber que, assim como Sousa, a participação do município de Cajazeiras quanto a atividades desenvolvidas por empresas e profissionais criativos no estado ainda é bastante modesta (Audiovisual 5,4%, Biotecnologia 2,95% e Design 2,89%). Os segmentos “Moda” e “Música” não possuem registros de empregados formais. Já os segmentos “Artes Cênicas”, “Expressões Culturais” e “Patrimônio e Artes” possuem apenas um empregado formal em cada setor. Considerando a participação no total de empregos criativos no município, destacam-se os segmentos “Audiovisual”, “Design” e “Publicidade e Marketing”.

Ademais, todos os segmentos da Economia Criativa de Cajazeiras se caracterizam por apresentarem remuneração média inferior à média estadual e muito menor do que a média nacional. Os segmentos “Artes Cênicas” e “Expressões Culturais” possuem remuneração média inferior a um salário mínimo. Por fim, os segmentos “Arquitetura” e “Pesquisa e Desenvolvimento” são os que apresentam maior participação na remuneração da indústria criativa no município.

Tabela 6: Número de empregos e remuneração média por segmento criativo – Cajazeiras

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Cajazeiras	Paraíba	Brasil	Cajazeiras	Paraíba	Brasil
Arquitetura	5	1.169	97.424	R\$ 5.470,55	R\$ 9.038,25	R\$ 8.238,71
Artes Cênicas	1	110	7.930	R\$ 367,20	R\$ 1.152,06	R\$ 4.242,42
Audiovisual	34	675	38.486	R\$ 1.238,12	R\$ 1.936,25	R\$ 3.578,93
Biotecnologia	11	373	38.044	R\$ 1.693,76	R\$ 2.528,53	R\$ 5.349,23
Design	20	692	81.458	R\$ 1.903,58	R\$ 2.307,07	R\$ 3.295,89
Editorial	6	583	46.815	R\$ 1.138,87	R\$ 2.766,77	R\$ 5.145,41
Expressões Culturais	1	268	30.621	R\$ 744,33	R\$ 1.582,77	R\$ 2.097,29
Moda	0	276	37.138	R\$ 0,00	R\$ 1.729,37	R\$ 2.030,25
Música	0	484	10.369	R\$ 0,00	R\$ 1.911,05	R\$ 3.534,40
Patrimônio e Artes	1	127	11.246	R\$ 1.632,00	R\$ 2.795,16	R\$ 5.728,01
Pesquisa e Desenvolvimento	2	634	166.023	R\$ 4.968,74	R\$ 10.611,27	R\$ 12.220,95

Segmento	Total de Profissionais			Remuneração Média		
	Cajazeiras	Paraíba	Brasil	Cajazeiras	Paraíba	Brasil
Publicidade e Marketing	15	940	223.497	R\$ 1.809,37	R\$ 2.660,80	R\$ 6.302,84
TIC	4	950	146.263	R\$ 2.662,57	R\$ 4.264,29	R\$ 7.606,01

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Firjan (2022).

Apesar de terem duas das dez maiores populações do estado da Paraíba e dos seus IDH's também estarem entre os dez maiores do Estado, ainda há um longo caminho pela frente para desenvolver atividades criativas nos municípios de Sousa e Cajazeiras. Isso passa necessariamente por uma coordenação do Governo Estadual com os respectivos governos municipais, o que beneficiará tanto as populações de cada um dos municípios quanto a de 24 outros municípios que integram as regiões metropolitanas de Cajazeiras e Sousa e dependem direta e indiretamente das economias desses dois municípios maiores.

5. CONCLUSÃO

Este artigo teve o escopo de analisar a Economia Criativa e verificar a sua potencialidade como ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico do estado da Paraíba.

É importante ressaltar o quanto é fundamental para o desenvolvimento socioeconômico almejado que se pesquise e estude estratégias para atenuar a informalidade de alguns segmentos criativos no estado da Paraíba pois, apesar de, em alguns casos, não haver registros formais de vínculos empregatícios, essas atividades estão presentes no cotidiano dos municípios estudados ou em maior quantidade do que se registra, como é o caso, por exemplo, do segmento Música em Cajazeiras, que não apresenta vínculo formal de emprego, mas o município possui músicos amadores em atividade.

Não obstante, o estudo apresentou o surgimento da Economia Criativa na Austrália e no Reino Unido, além do seu funcionamento como estratégia desenvolvimentista na Argentina, bem como o seu panorama no Brasil, analisando o atual contexto, especialmente nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Analisou-se o atual cenário dos treze segmentos da Economia Criativa nos municípios paraibanos com mais de 100 mil habitantes: João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita e Patos, assim como alguns com mais de 50 mil habitantes, Sousa e Cajazeiras.

Por todo o exposto, pode-se depreender que a tarefa de organizar esse conjunto de atividades econômicas na Paraíba passa pelo Poder Público como principal indutor, tendo na figura do Governo Estadual o seu maior articulador junto aos governos municipais.

Conclui-se que é demasiado importante a criação de um órgão com autonomia para gerenciar e incentivar a Economia Criativa como estratégia permanente de desenvolvimento econômico. Um

exemplo disso pode ser a criação de uma nova pasta ou a instituição de um órgão dentro de uma das secretarias já existentes, a exemplo da Secretaria Estadual de Educação e Cultura.

Concretamente, faz-se necessário o planejamento em duas frentes principais: investimento imediato em estratégias cujos resultados serão colhidos a médio e longo prazos, e a organização de atividades criativas no tempo presente, lançando mão dos segmentos criativos menos custosos.

Nesse sentido, medidas como a implementação do ensino de técnicas criativas na educação pública básica estadual e municipal, utilizando as escolas em tempo integral como modelo com cursos complementares voltados para segmentos criativos é fundamental. O aluno no ensino fundamental e médio terá capacitações visando prepará-lo para desenvolver habilidades nos segmentos Editorial, Música, Artes Cênicas, TIC e Publicidade e Marketing, como atividades permanentes.

Junto aos municípios, o Governo Estadual estabelecerá políticas públicas de incentivo à cultura local, explorando os segmentos com mais potencial de desenvolvimento em cada cidade. Um exemplo disso são os segmentos Música, Editorial, Expressões Culturais e até mesmo Artes Cênicas que podem ser melhor aproveitados em Campina Grande com o atrativo do Maior São João do Mundo. Assim como Melbourne, na Austrália, como cidade criativa, respira Jazz o ano inteiro, o Forró pode ser melhor explorado para além do mês de Junho na cidade e aproveitar outras vertentes que ele traz consigo, como a Literatura de Cordel, a Dança, as Artes Cênicas etc.

Além disso, o Estado, através da Secretaria de Estado do Turismo e do Desenvolvimento Econômico (SETDE) poderia traçar diretrizes mais robustas visando a interiorização do turismo na Paraíba. Isso ajudaria as economias dos municípios interioranos, a partir do turismo ecológico e cultural, explorando os segmentos da economia criativa naquela localidade.

Conseguir desenvolver a Paraíba economicamente a partir da Economia Criativa seria transferir cada vez mais autonomia econômica para a própria população. O resultado disso para o poder público seria bastante importante, pois acarretaria uma maior formalização da economia de modo geral, podendo auxiliar na arrecadação tributária por parte de uma parcela da população até então isenta, reunindo, assim, mais recursos para serem investidos no setor social e em outras áreas tão importantes quanto.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Bruno César de; OLIVEIRA, João Maria de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ: IPEA, 2013.

ARAÚJO, Marcelo Augusto Pontes de. **A Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento para a Cidade de Natal/RN**. Dissertação (Mestrado em Estudos Urbanos e Regionais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015.

BRITISH CONCIL. **Mergulhe na Economia Criativa**. Disponível em: < <https://www.britishcouncil.org.br/estude-reino-unido/economia-criativa> >. Acesso em 17 de outubro de 2022.

COSTA, Armando Dalla; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de. Economia Criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia e Tecnologia**. Paraná, vol. 25, ano 07, p. 179-186, abr./jun. 2011.

COSTA, Armando Dalla; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de. Economia Criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas. **Economia e Tecnologia**. vol. 27, ano 07, p. 151-159, out./dez. 2011.

FIRJAN, **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2022. *E-book*.

MARCHI, Leonardo de. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. **Intercom - RBCC**, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 193-215, jan./jun. 2014.

MESSIAS, Fernanda Bocorny. **O Pentagrama da Sustentabilidade na visão da Economia Criativa: um estudo da Economia Criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

PORTO, Paulo Costacurta de Sá; AZAMBUJA, Isadora de Pierri. Padrões espaciais da economia criativa no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. Vol. 18, n.2, p.234-247, mai./ago., 2022.

SERRA, Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia Criativa: da discussão do conceito à formalização de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 355-372, out./dez. 2014.

SOUZA, Thiago Cavalcante de; BENAVIDES, Zina Angelica Caceres; PIRES, Mônica de Moura . Estrutura espacial da economia criativa no Nordeste do Brasil: um recorte baseado nos modelos analíticos referenciais. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**. v. 212, p. 1-38, 2015.

Recebido em: 27 de Junho de 2024

Avaliado em: 9 de Julho de 2024

Aceito em: 23 de Agosto de 2024



A autenticidade desse artigo pode ser conferida no site <https://periodicos.set.edu.br>

Copyright (c) 2024 Revista Interfaces Científicas - Humanas e Sociais



Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

1 Especialista em Gestão Pública Municipal pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Campina Grande, PB. Brasil. E-mail: augustovieira523@gmail.com.

2 Doutora em Economia pela Universidade Federal da Bahia – UFBA. João Pessoa, PB. Brasil. E-mail: sabrinaeconomia@gmail.com.

