

AS INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS BASEADAS NOS CÍRCULOS CONCÊNTRICOS

CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES BASED ON CONCENTRIC CIRCLES

Fabiane Barili¹
Juliano Varella de Carvalho²
Marta Rosecler Bez³

RESUMO

Este artigo se propõe a demonstrar um panorama atualizado dos setores criativos do I Congresso de Indústrias Criativas, realizado na Universidade Feevale em 2015. Ele identifica como os trabalhos do congresso se relacionam com o modelo de Economia Criativa apresentado pela UNESCO, em sua edição de 2013. Este estudo apresenta uma fundamentação teórica sobre os conceitos de Indústria Criativa, Economia Criativa e Indústria Cultural, com o auxílio dos principais teóricos da área. Metodologicamente, este trabalho se realiza com a técnica da bibliometria, leitura e análise dos dados coletados. Sendo assim, este trabalho demonstra um panorama atualizado dos setores criativos, observando quais deles estão em maior crescimento a partir dos trabalhos analisados. O estudo revelou uma pulverização de estudos na área e que o setor da Indústria Criativa em maior evidência é aquele relacionado com áreas de publicidade, televisão e moda. Também se destacam a interdisciplinaridade e as mais diferentes áreas de formação dos profissionais que atuam na Indústria Criativa.

Palavras-chave: Indústria Criativa. Economia Criativa. Economia Cultural.

ABSTRACT

This paper proposes analyse the publications presented in the First Congress Creative Industries, occurred at Feevale University in 2015. It identifies as the works generated in this congress relate to with the Creative Economy Model, proposed by UNESCO in 2013. This study makes a theoretical fundamentation about the concepts of Creative Industry, Creative Economy and Cultural Industry, with the help of the main theoretical authors of these areas. Methodologically this work to come true with bibliometrics technique, reading and analysis of data collected. Therefore, this work exhibits an updated panorama of the creative sectors, observing which are in greater growth from the analyzed studies of the. The work revealed that the Creative Industry with the greater evidence, in the researched materials, is related with Advertising, TV and Fashion areas. It also stands out the interdisciplinary and the different areas of formation of the professionals working in the creative industry.

Keywords: Creative Industry. Creative Economy. Cultural Economy.

¹ Mestranda em Indústria Criativa pela Universidade Feevale. E-mail: fabibarili@gmail.com

² Doutor em Ciências da Computação pela PUCRS. E-mail: julianovc@feevale.br

³ Doutora em Informática na Educação pela UFRGS. E-mail: martabez@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A partir dos anos 90, movimentos ocorridos em países industrializados permitiram o surgimento do termo “Indústrias Criativas”. Inicialmente, na Austrália e, posteriormente, propagando-se pelo Reino Unido, as atividades industriais passaram a ser intensas no conhecimento, dando a possibilidade de realização de diversas pesquisas em torno dessas novas atividades, incluindo a realização de um mapeamento dessas indústrias. Sendo assim, o governo inglês passou a contar com políticas definidas pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS). Esse departamento foi responsável por elaborar um mapeamento detalhado das atividades do país e identificou os seguintes campos classificados como setores criativos: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, design de moda, cinema, *software*, *softwares* interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus, galerias e atividades relacionadas às tradições culturais (DCMS, 2005).

A importância econômica das Indústrias Criativas é crescente, além de ser relacionada a políticas públicas de desenvolvimento e ao surgimento de novas indústrias, é responsável por uma transformação de valores sociais e culturais, chamada de virada cultural (BONNELL e HUNT, 1999; GIBSON e KLOCKER, 2005). Isso surge a partir da emergência da sociedade do conhecimento e da transição dos valores materialistas para valores pós-materialistas.

No Brasil, a FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro) apresentou um relatório em que retrata o cenário das Indústrias Criativas em 2014. Esse cenário se baseou em duas perspectivas, a primeira é sob a ótica da produção, em que são observadas as empresas criativas, mas que não necessariamente empregam apenas trabalhadores criativos. A segunda é a dos profissionais criativos, independentemente de onde trabalham, sendo do campo criativo ou não. A FIRJAN mostrou, nesse panorama, que 251 mil empresas formaram a Indústria Criativa no Brasil em 2013. Na última década, houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram 148 mil empresas. Sob a ótica do mercado formal de trabalho, a Indústria Criativa é composta por 892,5 mil profissionais formais. Entre 2004 e 2013, houve uma alta de 90%, dessa forma, o mercado de trabalho criativo expandiu-se em relação à participação da classe criativa (FIRJAN, 2014).

A Unesco elaborou um relatório sobre a Economia Criativa em 2013, no qual demonstra vários caminhos para o desenvolvimento da Indústria Criativa e Cultura, além de analisar as maneiras pelas quais eles podem ser reforçados para alcançar os objetivos econômicos e sociais. Além disso, observou-se um modelo de Círculos Concêntricos que distingue entre as indústrias culturais e criativas, colocando a economia como um todo.

Sendo assim, buscando compartilhar pesquisas e atualizar o cenário brasileiro mediante a Indústria Criativa, a Universidade Feevale realizou, no dia 26 de junho de 2015, o I Congresso de Indústria Criativa. O evento contou com palestras e grupos de trabalho que inovassem e discutissem o campo dos processos produtivos de diversos setores criativos, como Publicidade, Moda, Design, Jogos Digitais, Cinema, Música e Arte, entre outros. Com base nos trabalhos retratados no I Congresso de Indústria Criativa e no modelo dos Círculos Concêntricos do relatório da Unesco de 2013, desenvolveu-se uma análise dos artigos visando a ter uma perspectiva atualizada sobre o panorama regional dos setores criativos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta proposta de pesquisa requer um aprofundamento teórico em alguns conceitos de Indústria Criativa, Economia Criativa e Indústria Cultural. Existem vários autores que abordam os temas aqui estudados, entretanto é importante serem citados os mais influentes, como Florida (2002) e Howkins (2001).

2.1 INDÚSTRIA CRIATIVA

Vários autores procuram conceituar as Indústrias Criativas, e cada um destaca aspectos importantes que giram em torno da produção com base no conhecimento. Alguns se referem ao conceito de Indústria Criativa que está ligada diretamente à criatividade e à propriedade intelectual do indivíduo. Baseando-se nisso, DCMS (2005) aborda o conceito de Indústria Criativa como sendo:

Atividades que tem sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio de geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas tem por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais) (DCMS, 2005, p. 5).

Um dos autores que destaca a questão intelectual do indivíduo que está engajado no setor criativo é Howkins (2005, p.119), que indica: “Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘Indústria Criativa’ a uma indústria onde existe o trabalho intelectual”. Mediante esses intelectos, pode-se analisar que as Indústrias Criativas têm como elemento principal a criatividade, essencialmente fundamental para a geração da propriedade intelectual. Ainda nesse contexto, Jaguaribe (2006) destaca tudo o que está relacionado à Indústria Criativa, sendo como

[...] produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um *coregroup*, um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, *software*, *broadcasting* e todos os processos de editoria em geral” (JAGUARIBE, 2006).

Nessa perspectiva, destaca-se a propriedade intelectual como fomentadora na produção de bens e serviços. Enfatiza-se também a existência de um *coregroup*, ou seja, um coração composto de um grupo de serviços que representam a essência da indústria criativa. Dessa forma, o termo *Indústria Criativa* pode ser relacionado erroneamente com outras indústrias. Sendo assim, Jaguaribe (2006) destaca:

As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústria de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que tem suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o *craft*, folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias como *management*, de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição (JAGUARIBE, 2006).

Nesse sentido que o autor apresenta, é importante observar que a Indústria Criativa pode ser confundida com outros setores, nos quais os processos são baseados na criatividade, porém sua fonte tem questões mais tradicionais. Evidentemente que, com o surgimento desses novos produtos e serviços, gerados a partir da criatividade fomentada pela propriedade intelectual, surge uma nova economia.

2.2 ECONOMIA CRIATIVA

A chamada “Economia Criativa” aborda um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, na arte e na cultura e compreende aspectos econômicos culturais e sociais (FLORIDA, 2011; HOWKINS, 2007). Como observado por Florida (2001), em praticamente todos os segmentos da economia, aqueles que conseguem criar e continuar inovando serão os que obterão sucesso em longo prazo. Ainda assim, para Howkins (2013), o que sintetiza a Economia Criativa é o talento humano como matéria-prima, pois sua capacidade de ter ideias inovadoras, originais e transformar isso em capital econômico representa uma moeda valiosa, que não é representada por dinheiro, mas em ideias e propriedade intelectual.

Dessa forma, a Unesco (2008, 2010) coloca a Economia Criativa como forma de impulsionar o crescimento econômico e representa uma alternativa de desenvolvimento. Isso se deve ao fato de que a criatividade é a base para a Economia Criativa. Sendo assim, em termos genéricos, podem ser encontrados benefícios, como os citados a seguir.

1. Criação de empregos, exportação, promoção e inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.
2. Entrelaçamento entre economia, cultura e aspectos sociais com tecnologia, propriedade intelectual e objetivos turísticos.
3. Sistema econômico baseado no conhecimento através da interligação entre elementos macro e micro da economia.
4. Desenvolvimento da inovação através de políticas públicas multidisciplinares.

Evidentemente, a capacidade de inovar de forma significativa passou a ser um fator determinante para a vantagem competitiva nessa nova economia. Com a capacidade desse entrelaçamento entre economia e cultura, surgem outros aspectos de indústria importantes que se mantêm alinhados à Indústria Criativa e à Economia Criativa, como a Indústria Cultural.

2.3 INDÚSTRIA CULTURAL

No que se refere à percepção como mercadoria por meio de uma valorização monetária, a Indústria Cultural está em constante evolução. Há uma preocupação em torno da valorização e da simbolização. Autores como Adorno e Horkheimer (1947) destacam que “os produtos culturais estavam enrustidos de propaganda e ilusão, forçando o consumidor inconscientemente a manter o seu padrão de consumo, baseado em *insights* de uma vida cotidiana extremamente aceitável e contro-

lada”. Ainda assim, para completarmos a percepção, Adorno e Horkheimer (1947, p. 59) enfatizam que “o mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural”. Desse modo, pela visão dos autores, a Indústria Cultural já está corrompida pelas grandes corporações, está sob dominação e controle cultural, como forma de manipulação.

Essa perspectiva nos leva a uma reflexão sobre o sistema capitalista, tendo em vista que ele transformou a cultura em moeda de troca, criando um ideal de cultura, dado que “através da ideologia de Indústria Cultural, o conformismo substitui a consciência: jamais a ordem por ela transmitida é conformada com o que ela pretende ser ou com os reais interesses do homem.” (ADORNO, 1987, p. 295 apud MACHADO, 2009, p. 87).

A Indústria Cultural deve preservar o valor cultural de seus bens e serviços. Conforme Machado (2009, p. 93), a partir do texto da 33ª Reunião da Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura, “A diversidade cultural constitui grande riqueza para os indivíduos e sociedades. A proteção, promoção e manutenção da diversidade cultural é condição essencial para o desenvolvimento sustentável em benefício das gerações atuais e futuras”.

Evidenciou-se o constante crescimento da Indústria Cultural e sua relação com a Indústria Criativa, bem como sua participação na Economia Criativa, ainda que em seu desenvolvimento haja uma preocupação no que se refere a seu valor agregado, ao capitalismo e à necessidade de um cuidado para preservar seu valor cultural.

3 METODOLOGIA

A proposta deste trabalho exige uma análise dos trabalhos apresentados no I Congresso de Indústrias Criativas. Para isso, é importante o embasamento em uma metodologia que ajude a fazer o levantamento das atividades científicas apresentadas.

Sendo assim, utilizou-se a técnica da bibliometria, leitura e análise de dados. A bibliometria é definida por Saes (2000) como os indicadores bibliométricos que são empregados para analisar o tamanho, o crescimento e a distribuição da bibliografia científica e para analisar os processos de geração, propagação e uso da literatura. Pritchard (1969) completa o conceito como a aplicação de métodos matemáticos e estatísticos a livros, artigos e outras mídias de comunicação. Ou seja, pela visão dos autores, a técnica bibliométrica refere-se ao processo da análise de produções científicas. Em complemento a isso, Vanti (2002) observa que a bibliometria se torna importante ferramenta para analisar a produção científica e quantificar a evolução do conhecimento produzido pelo homem.

A pesquisa que envolve este trabalho se classifica como descritiva, pois aborda um campo de análise documental e define-se como a pesquisa que observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Além disso, possui uma abordagem quantitativa e é baseada nos procedimentos técnicos de natureza documental (CERVO, BERVIAN, 2002, p. 66). Para Richardson (2004), a análise quantitativa se define como a utilização da quantificação na coleta de informações, no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas.

Dessa maneira, o levantamento dos dados foi realizado a partir do *e-book* denominado “Indústrias Criativas”, que tem como conteúdo os artigos e os trabalhos apresentados no I Congresso de Indústria Criativa. Foi efetuada uma consulta do modelo apresentado no relatório de Economia Criativa 2013, elaborado pela Unesco. Neste, é apresentado o modelo dos Círculos Concêntricos das Indústrias Culturais e Criativas. A partir do levantamento dos trabalhos listados no *e-book* e dos Círculos Concêntricos, obteve-se uma classificação em que se evidencia um panorama atualizado das Indústrias Criativas e Culturais.

4 ANÁLISE E RESULTADOS

A análise é focada no modelo dos Círculos Concêntricos apresentado no relatório de Economia Criativa 2013. Para que sejam compreendidas as características estruturais das Indústrias Criativas e Culturais, foram desenvolvidos modelos diferentes, pois o uso do termo está em constante mudança e evolução. Dessa forma, para cada cenário existe a necessidade de readaptação do termo. Isso se deve à medida que são

construídos novos diálogos que geram novas classificações das Indústrias Criativas e Culturais. A Figura 1, retirada do Relatório Economia Criativa 2013, apresenta uma visão geral dos modelos, incluindo a diversidade e o uso de Indústria Cultural e Indústria Criativa. Essa figura apresenta o modelo de diversos ângulos e como são classificadas as Indústrias perante cada cenário.

O modelo que apoia esta pesquisa é o dos Círculos Concêntricos, representado pela Figura 2. Como pode ser observado, em seu centro, há o termo “Principais Artes Criativas”, no qual estão representadas as grandes expressões culturais, como define Throsby (2011).

Sistemas de clasificación de las industrias culturales y creativas

1. Modelo DCMS

Publicidad
 Arquitectura
 Arte y mercado de antigüedades
 Artesanía
 Diseño
 Moda
 Cine y video
 Música
 Artes escénicas
 Industria editorial
 Software
 Televisión y radio
 Videojuegos y juegos de computadora

2. Modelo de Textos Simbólicos

Industrias culturales principales
 Publicidad
 Cine
 Internet
 Música
 Industria editorial
 Televisión y radio
 Videojuegos y juegos de computadora

Industrias culturales periféricas
 Artes creativas

Industria culturales fronteras
 Aparatos electrónicos
 Moda
 Software
 Deportes

3. Modelo de los Círculos Concéntricos

Artes creativas nucleares	Industria cultural ampliada
Literatura	Servicios del Patrimonio
Música	Industria editorial
Artes escénicas	Grabación de audio
Artes visuales	Televisión y radio
	Videojuegos y juegos de computadora
Otras industrias culturales principales	Industrias relacionadas
Cine	Publicidad
Museos y bibliotecas	Arquitectura
	Diseño
	Moda

4. Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

Industrias que dependen principalmente de los derechos de autor	Moda Utensilios domésticos Juguetes
Publicidad	
Entidades de gestión colectiva	Industrias interdependientes relacionadas con el derecho de autor
Cine y video	Estudios de grabación
Música	Productos electrónicos de consumo
Artes escénicas	Instrumentos musicales
Industria editorial	Industria papelera
Software	Fotocopiadoras, equipos fotográficos
Televisión y radio	
Artes gráficas y visuales	
Industrias que no solo dependen del derecho del autor	
Arquitectura	
Ropa, calzado	
Diseño	

5. Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO

Industrias en ámbitos culturales fundamentales

Museos, galerías y bibliotecas
 Artes escénicas
 Festivales
 Artes visuales, artesanía
 Diseño
 Industria editorial
 Televisión, radio
 Cine y video
 Fotografía
 Medios de comunicación

Industrias en ámbitos culturales ampliados

Instrumentos musicales
 Equipos de sonido
 Arquitectura
 Publicidad
 Equipos de impresión
 Software
 Hardware audiovisual

6. Modelo de Americanos por las Artes

Publicidad
 Arquitectura
 Escuelas de arte y servicios
 Diseño
 Cine
 Museos, zoológicos
 Música
 Artes escénicas
 Industria editorial
 Televisión y radio
 Artes visuales

Figura 1 - Sistema de Classificação das Indústrias Criativas e Culturais.
 Fonte: UNESCO, 2013

**Modelando las industrias culturales y creativas:
 Modelo de los círculos concéntricos**

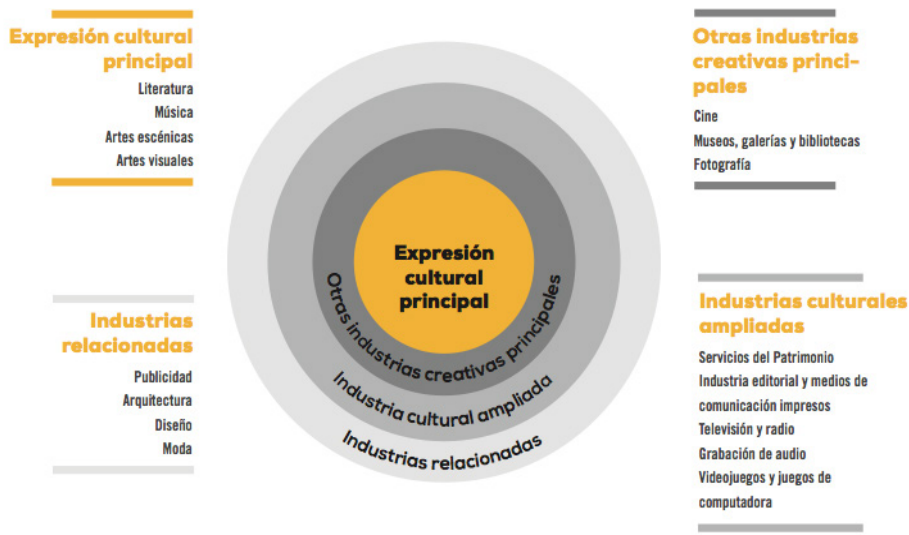


Figura 2 - Modelo dos Círculos Concêntricos das Indústrias Culturais e Criativas.
 Fonte: UNESCO, 2013

Cada círculo tem sua especificidade de Indústria Criativa. Observa-se que as Indústrias que se encontram no centro são representadas por expressões culturais que são realizadas individualmente, que têm maior valor cultural, em que não seja interferida por outros gestores, intermediários ou empresários. Por exemplo, as “Indústrias Relacionadas”, mais afastadas do círculo central, são representadas pela publicidade, pela arquitetura, pelo design e pela moda, os quais são parte de uma organização maior. A partir do entendimento do Modelo dos Círculos Concêntricos, analisaram-se os resumos dos artigos do I Congresso de Indústria Criativa, buscando uma classificação dentro da proposta dos Círculos Concêntricos.

Como proposta de resultado desta pesquisa, foram analisados 20 trabalhos de pesquisa científica (excluíram-se os trabalhos aceitos somente como resumos) apresentados no I Congresso de Indústria Criativa. Para melhor expressar o panorama, elaborou-se um quadro quantitativo (Quadro 1) que representa os trabalhos em cada círculo. Esse quadro se divide em “Círculos Concêntricos”, o qual se refere as suas repartições e aos “Trabalhos Científicos”, que representam o número de trabalhos de cada classificação do modelo.

Círculos Concêntricos	Trabalhos Científicos	Indústria
Expressão Cultural Principal	3	Música
Otras Indústrias Criativas Principais	0	-
Indústria Cultural Ampliada	4	Jogos e Televisão
Indústrias Relacionadas	6	Publicidade, Moda e Design
Todas as Indústrias	4	-
Não relacionados	3	-

Quadro 1 - Círculos Concêntricos e número de Trabalhos Científicos analisados
 Elaborado pelos autores (2016)

Dessa forma, observa-se uma grande concentração de trabalhos referentes às Indústrias Relacionadas, que, conforme o Modelo dos Círculos Concêntricos observado no Relatório de Economia Criativa 2013, referem-se às áreas de Design, Moda, Arquitetura e Publicidade. Ainda assim, temos projetos científicos que abrangem todas as áreas do círculo. Na Figura 3, observa-se com mais precisão como fica o modelo com esse novo panorama das indústrias e quais são estas.

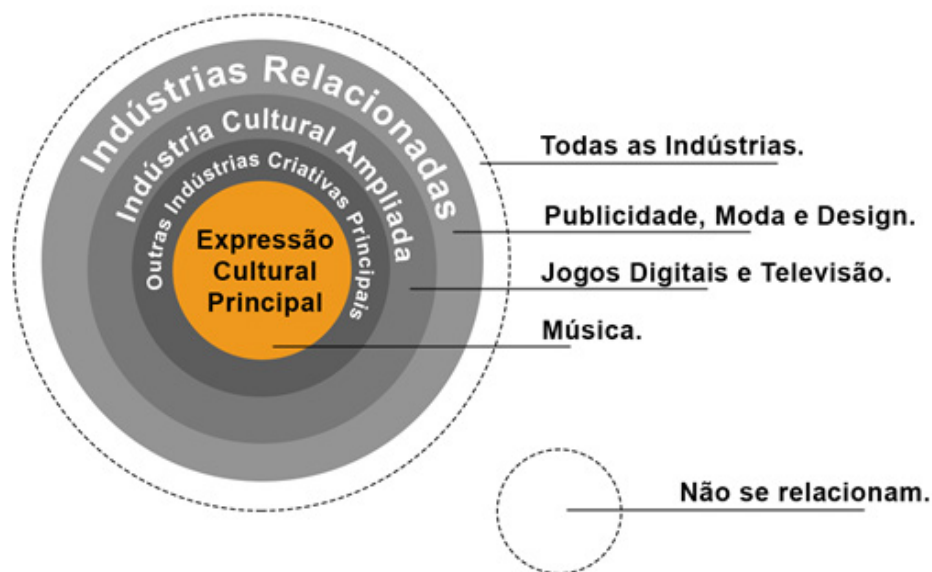


Figura 3 - Círculo Concêntrico
 Elaborado pelos autores (2016)

Conforme o Quadro 1 e a Figura 3 dos Círculos Concêntricos, vê-se uma maior atividade nas Indústrias Relacionadas, seguidas das Indústrias Culturais Ampliadas, as quais abrangem áreas como jogos de *videogame*, televisão, rádio, entre outros. Nessa perspectiva, temos poucos trabalhos que sejam da Expressão Cultural Principal e, nesta análise, em específico, concentram-se todos na Indústria da Música, seguidos da Moda, Publicidade e Televisão. Além disso, houve três trabalhos encontrados que não estão relacionados com quaisquer das indústrias mencionadas. Os trabalhos que se relacionam com a Indústria Criativa estão listados com seus respectivos títulos no Quadro 2.

Indústria	Título dos Artigos	(continua)
Expressão Cultural Principal (música)	Nós não vamos pagá nada: os problemas de arrecadação dos direitos autorais da música no Brasil	
	Mapeando sons em Porto Alegre: apontamentos iniciais sobre a cena independente autoral	
	Análise do processo de desenho sonoro para Jogos Digitais. Estudo de caso: Ballistic	
Indústrias Culturais Ampliadas (jogos digitais, televisão)	Estudo de uma empresa no setor de games - A Napalm Studios	
	Health Simulator	
	Análise do agente mercado no setor de Jogos Digitais da Indústria Gaúcha	
	O percurso da animação brasileira e os anseios dos consumidores contemporâneos	

Quadro 2 - Indústrias Criativas e Artigos Científicos
 Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

(conclusão)

Indústrias Relacionadas (publicidade, moda, design)	A cópia como meio de pesquisa para a concepção de produtos em micro empresas de vestuário
	Laboratório de desenvolvimento de novos produtos: aproximando Indústria e Universidade fomentando a inovação
	Design de Moda como produto criativo: estudo de uma empresa atuante no segmento têxtil
	Economia criativa, política de inovação e papel do design
	Moda, maturidade e Indústria Criativa
	A Heineken na Indústria Criativa: Geração de experiência de marca e produção de sentido
Todas as Indústrias	O paradigma do sistema-produto-serviço como quadro de análise de modelos de negócio em Setores Criativos
	Monitoramento de indicadores criativos através do padrão XBRL
	Por que a economia criativa é sinônimo de inovação?
	Da Indústria Cultural a Economia Criativa: as perspectivas dos setores criativos

Quadro 2 - Indústrias Criativas e Artigos Científicos
Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

É possível perceber que, em termos de expressão cultural (música) dos trabalhos apresentados, dois se referem a direitos autorais e um a jogos digitais. Em Indústria Cultural ampliada, um artigo analisa um jogo; outro analisa o mercado; um dos artigos, os consumidores; e outro uma empresa de jogos. Em Indústrias Relacionadas, percebe-se, entre os seis artigos, que um aborda publicidade, dois abordam o tema sobre moda e três, sobre design. Em termos de abranger todas as indústrias, pode ser percebida, entre os quatro artigos, a abordagem de temas como economia criativa, com duas ocorrências, processo produtivo e padrões, com uma ocorrência em cada.

Buscando entender quem são os autores dos artigos, ou seja, quem publicou no I Congresso de Indústria Criativa, estudaram-se as áreas de formação indicadas pelos autores. Essa compilação pode ser observada no Quadro 3, no qual são apresentados os campos das Indústrias Criativas, os autores dos trabalhos e suas respectivas áreas de formação. A formação indicada refere-se aos autores, na mesma ordem com que foram apresentados, por isso, pode ser percebida a repetição de algumas áreas.

(continua)

Indústria	Autores	Formação informada no artigo
Expressão Cultural Principal	Roberto Bedin Coutinho, Francisco Machado Pereira, Daniel Silva, Jeison Pacheco, Cristiano Max Pereira Pinheiro, Thiago Godolphim Mendes, André Conti Silva.	Engenharia Elétrica, Jornalismo, Arquitetura, Publicidade e Propaganda, Comunicação, Design, Design
Expressão Cultural Principal	Belisa Zoehler Giorgis	Mestranda em Processos e Manifestações Culturais
Todas as Indústrias	André Conti Silva	Mestrando em Design
Expressão Cultural Principal	Giovane Cozer Webster, Thiago Godolphim Mendes, Israel Mendes	Jogos Digitais, Design Comunicação Social
Indústria Relacionada	Bruna Schuck Nunes, Mary Sandra Guerra Ashton	Indústria Criativa, Comunicação Social
Indústrias Culturais Expandidas	André Souza Silva, Thiago Muradas Bulhões, Fernando Rafael Stahnke, Marta Rosecler Bez	Indústria Criativa, Arquitetura e Urbanismo, Indústria Criativa, Informática na Educação
Todas as Indústrias	Fernando Rafael Stahnke, Marta Rosecler Bez, Cristiano Max Pereira Pinheiro	Indústria Criativa, Informática na Educação, Comunicação

Quadro 3 - Indústrias Criativas, autores e suas respectivas formações acadêmicas
Elaborado pelos autores (2016)

(conclusão)

Indústrias Culturais Expandidas	Marta Rosecler Bez, Paulo Ricardo Barros, Alessandro Lima, Fernando Rafael Stahnke	Informática na Educação, Ciências da Saúde, Design Visual, Indústria Criativa
Todas as Indústrias	Cristopher Bertoni, Heloísa Moura	Design, Ciências da Computação
Indústrias Culturais Expandidas	Fabiane Barili, Fernando Rafael Stahnke, Xavier Martinez, Marsal Ávila Alves Branco, Cristiano Max Pereira Pinheiro	Jogos Digitais, Indústria Criativa, Jogos Digitais, Comunicação, Comunicação
Todas as Indústrias	Diego Martins de Assunção, Marcos Emílio Santuário, Rosa Maria Blanca Cedilho	Indústria Criativa, Comunicação, Ciências Humanas
Indústrias Culturais Expandidas	Daniela Carvalho Israel	Processos e Manifestações Culturais
Indústrias Relacionadas	Bruna Lummertz Lima, Airton Cattani	Design, Informática na Educação
Indústrias Relacionadas	Marshal Becon Lauzer, Elisa Marangon Beretta, João Pedro Ornaghi de Aguiar, Júlia Isoppo Picolli, Samira Moraes Troncoso Kroeff	Design, Design, Engenharia de Produção, Design e Marketing do Vestuário, Design
Indústrias Relacionadas	Deise Link, Margarete Fagundes Nunes, Dusan Schreiber	Indústria Criativa, Antropologia Social, Administração
Indústrias Relacionadas	Cristopher Bertoni, Heloísa Moura	Design, Ciências da Computação
Indústrias Relacionadas	Claudia Schemes, Isabela Montano Boéssio	História, Moda

Quadro 3 - Indústrias Criativas, autores e suas respectivas formações acadêmicas
 Elaborado pelos autores (2016)

Excluindo-se as repetições, pode ser percebido, no quadro, que nas publicações 10 autores são provenientes da área de Design; cinco, de Comunicação; quatro, da Indústria Criativa; três, de Jogos Digitais; dois, da Informática na Educação e dois são da Ciência da Computação. A Figura 4 demonstra essa realidade.

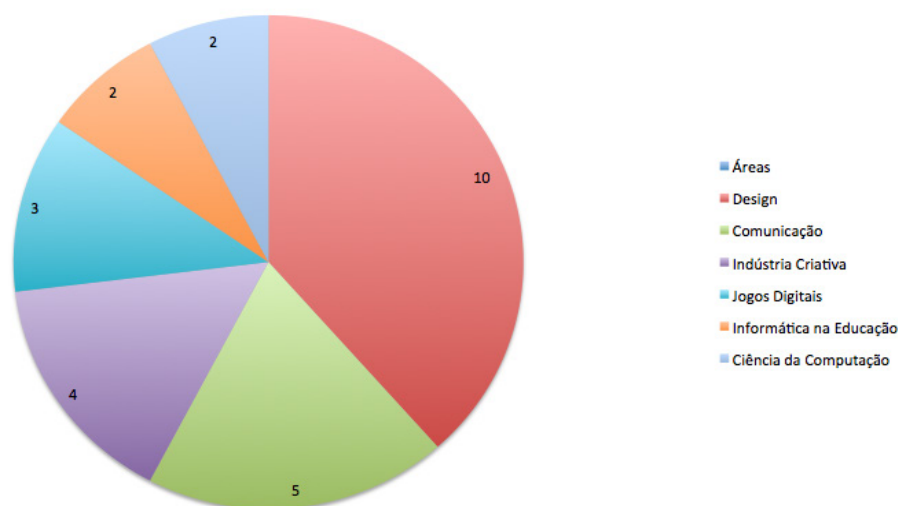


Figura 4 - Área de concentração dos autores
 Elaborado pelos autores (2016)

Os demais autores possuem uma ocorrência, sendo provenientes das mais diversas áreas incluídas nos setores considerados criativos ou não. Portanto, não foram incluídos no gráfico por uma questão de legibilidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo permitiu apresentar um panorama atualizado das Indústrias Criativas e Culturais pro meio dos trabalhos científicos apresentados no I Congresso de Indústria Criativa na Universidade Feevale.

Com a análise dos trabalhos, observou-se que a Indústria Criativa em maior evidência, nesse contexto, encontra-se nas áreas de publicidade, televisão e moda, que são representadas pelas Indústrias Relacionadas. As Indústrias de Expressão Cultural Principal, representadas pelas expressões culturais que são realizadas individualmente e têm maior valor cultural, estão sendo representadas exclusivamente por trabalhos relacionados à música. Para outras indústrias relacionadas a cinema, museus, galerias e bibliotecas, fotografia, não houve qualquer trabalho de pesquisa relacionado.

Quanto à autoria, percebe-se predominância da área de Design, seguida da Comunicação e da própria Indústria Criativa. Pode-se notar, também, uma pulverização nas áreas de origem dos autores, dando evidências de que diversos profissionais estão se inserindo no contexto da Indústria Criativa, ou seja, esta está despertando a atenção da comunidade acadêmica como um todo.

Como limitações, pode ser destacado o fato de ser a primeira ocorrência do Congresso de Indústria Criativa, suas publicações estão muito centradas em profissionais de uma única Instituição de Ensino, onde existe o Mestrado Profissional de Indústria Criativa. Em função desse aspecto, é possível que essa visão seja considerada regional e não reflita a realidade brasileira. Além disso, as áreas de destaque foram aquelas em que a Universidade Feevale possui cursos de graduação. Esse aspecto pode estar provocando um viés de destaque em determinados setores.

Torna-se importante futuramente realizar uma análise semelhante a esta pesquisa em outros eventos nacionais e internacionais que refletem a realidade brasileira e mundial. Além de congressos, poderiam ser analisadas revistas sobre a temática, buscando novas categorias de análises.

Acredita-se que devem ser desenvolvidos trabalhos de incentivo à cultura a fim de que tenhamos mais projetos desenvolvidos nos setores que expressam melhor a cultura e, conseqüentemente, agregar valor a ela. Sendo assim, teríamos o setor cultural mais expressivo em diversas áreas que têm menos expressão cultural, como a literatura, as artes cênicas e visuais.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*, 1947.

BONNELL, V. E; HUNT, L. (Ed). *Beyond the Cultural Turn*. Berkeley, CA: University of California Press, 1999.

CERVO, A. L; BERVIAN, P. A. (2002). *Metodologia científica*. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall.

DCMS (Department for Culture, Media and Sport). *Creative industries mapping document*. Disponível em: <<http://www.culture.gov.uk>>. Acesso em: jul. 2016.

FIRJAN. *Mapeamento da indústria criativa do Brasil*. 2012. Disponível em <<http://www.firjan.org.br/>>. Acesso em: jul. 2016.

FLORIDA, Richard. **The Rise of the Creative Class**. Disponível em: <<http://www.washingtonmonthly.com/features/2001/0205.florida.html>> Acesso em: jul. 2016.

GIBSON, C; KLOCKER, N. **The 'Cultural Turn' in Australian regional economic development discourse: neoliberalising creativity?** *Geographical Research*, v. 43, n. 1, p. 93-102, 2005.

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

JAGUARIBE, A. **Indústrias criativas**. Disponível em <<http://www.portalliberal.com.br>>. Acesso em: 24 jul. 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007, 297p.

MACHADO, Rosi Marques. Da Indústria Cultural a Economia Criativa. **ALCEU**, v. 9, n.18, p. 83-95, jan./jun. 2009. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu%2018_artigo%20\(pp83%20a%2095\).pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu%2018_artigo%20(pp83%20a%2095).pdf)> Acesso em: 02 mar. 2014.

PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics. **Journal of Documentation**, London, v. 25, n. 4, p. 348-349, Dec. 1969.

RICHARDSON, R. J. (2004). Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: Beuren, Ilse Maria. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas.

SAES, S.G. **Estudo bibliométrico das publicações em economia da saúde, no Brasil 1989-1998**. Dissertação (Mestrado de Mestrado) - Programa de Pós- Graduação em Administração, Serviços de Saúde, Faculdade de Saúde Pública Universidade de São Paulo.

UNESCO, 2010. United Nations Conference On Trade And Development. **Creative economy report: a feasible development option**. New York, 2010. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: jul.2016.

VANTI, N. A. P. **Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento**. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 31, n. 2, p. 152-162, maio/ago, 2002.