

2023

XI Seminário Internacional sobre
Desenvolvimento regional

Desenvolvimento Regional
em tempos de emergência
climática: desafios e
oportunidades



Local: Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil
Dias 13, 14 e 15 de setembro de 2023
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
Universidade de Santa Cruz do Sul

REALIZAÇÃO:
Programa de Pós-Graduação
em Desenvolvimento
Regional
UNISC

UNISC

PARCERIA:
Associação de
Desenvolvimento
Regional
4

PATROCÍNIO:
CAPES

Os setores da Economia Criativa são multidisciplinares e envolvem três pilares importantes, tais como: a economia, a cultura e a tecnologia, constituindo a classe criativa, formada por pessoas que atuam nas áreas da ciência ao entretenimento com o objetivo de produzir bens e serviços que estejam interligados com a criatividade, que expressem valores culturais, inovação, propriedade intelectual e que gerem lucros.

Dessa forma, o capital intelectual e o capital humano são matérias-primas presentes em todos os setores, trazendo a criatividade e ideias inovadoras como geradoras de desenvolvimento e soluções sustentáveis para as adversidades. Assim, a capacidade intelectual e de pensar são fundamentais para o desenvolvimento da Economia Criativa.

No que diz respeito ao estado do Amazonas, observa-se que o desempenho recente da indústria criativa estadual se destaca da média nacional, com elevado crescimento entre 2017 a 2020. Evidentemente, o estado é de extrema importância para a indústria criativa da região Norte, sendo considerado um relevante polo de produção criativa regional.

Sob a ótica do mercado de trabalho, o Amazonas é 14º maior estado em números de vínculos empregatícios criativos, uma posição atrás de seu principal vizinho – o estado do Pará. Em 2020, o estado registrava quase 9,4 mil vínculos criativos, um aumento de 5,9% em relação ao ano de 2017.

Sob a ótica da remuneração, o Amazonas é destaque positivo e, apresentando resultados surpreendentes, a nível nacional, ainda mais considerando o peso da Indústria Criativa do estado. Dentre todas as unidades da federação, o estado ocupa a 4ª colocação em termos salariais.

Mesmo com muitas potencialidades, criatividade, inovação tecnológica, capital humano e capital intelectual muitas regiões vulneráveis não conseguirão da forma tradicional alcançar o tão almejado desenvolvimento regional através das suas peculiaridades (desenvolvimento regional endógeno). Dessa forma, pautamos a inovação social como ferramenta imprescindível para a abordagem dos problemas sociais por meio da articulação de atores locais em prol do desenvolvimento endógeno em regiões vulneráveis do Amazonas.

Partindo dessa premissa, surge a seguinte problemática: como a inovação social pode contribuir para alavancar o desenvolvimento regional endógeno no Amazonas por meio da Economia Criativa? A partir do levantamento das necessidades, identificação das potencialidades e da articulação da organização social cria-se um cenário propício para o desenvolvimento de ações potencialmente inovadoras capazes de induzir o desenvolvimento regional endógeno no Amazonas por meio da Economia Criativa.

2023

XI Seminário Internacional sobre Desenvolvimento regional

Desenvolvimento Regional
em tempos de emergência
climática: desafios e
oportunidades



Local: Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil
Dias 12, 14 e 15 de setembro de 2023
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
Universidade de Santa Cruz do Sul

REALIZAÇÃO:
Programa de Pós-Graduação
em Desenvolvimento
Regional
UNISC

UNISC

PARCERIA:
Associação de
Desenvolvimento
Regional
ADIR

PATROCÍNIO:
CAPES

Dessa forma, temos como objetivo demonstrar que a Economia Criativa pode ser uma ferramenta eficaz para alavancarmos o desenvolvimento regional endógeno no Amazonas por meio da inovação social.

Metodologicamente, temos uma pesquisa fundamentada na aplicação do método observacional. Com relação aos meios, caracteriza-se como bibliográfica e documental de natureza qualitativa, tendo em vista a utilização de materiais que já foram publicados sobre o tema, também será apresentada uma abordagem descritiva e explicativa. O instrumento de análise de dados da pesquisa é a análise de conteúdo, na qual serão feitas interpretações e análises da Economia Criativa e sua importância para o desenvolvimento regional endógeno.

O artigo se estrutura da seguinte forma: Introdução, Desenvolvimento, Metodologia, a Análise de Dados e Resultados, a Conclusão e Considerações e por fim, as Referências utilizadas para a construção do texto.

Desenvolvimento regional endógeno

De acordo com Federwisch e Zoller (1986), o debate acerca do desenvolvimento regional local endógeno divide-se em duas tendências: uma de natureza indutiva (mais descritivos e que partem de estudos específicos e peculiares) e outra considerada dedutiva (partem de postulados gerais e tem como base a dinâmica das organizações territoriais descentralizadas).

Para Amaral Filho (1996, p.8), a teoria do desenvolvimento regional endógeno nasce na década de 1980 a partir de duas hipóteses: é fruto de pressão exercida pelos dados empíricos relacionados ao desenvolvimento das nações; ou que tenha surgido a partir de ideias e preocupações antigas levantadas pelos clássicos, neoclássicos e heterodoxos (neomarxistas, neo-schumpeterianos, regulacionistas, evolucionistas e institucionalistas).

Acerca dos autores clássicos que exerceram influências sobre a nova teoria do crescimento, destacamos Smith (1983), que associa “economia social a rendimentos crescentes” ou “noções de aprendizagem e economias de escala dinâmicas”. Do lado dos neoclássicos, temos Marshall (1982), princípios de economia, que associa “economias ou deseconomias externas aos rendimentos crescentes ou decrescentes”, concentrando a sua análise nas organizações, na educação, na saúde, e no conhecimento sobre o aumento da eficiência do sistema produtivo e aumento da riqueza. Schumpeter (1982), de uma forma mais dinâmica analisa o papel das inovações no desenvolvimento econômico, em uma perspectiva virtuosa de destruição criadora (AMARAL FILHO, 1996, p. 9).

Os economistas neoclássicos ou novos clássicos passam a reconhecer a superioridade do conceito de rendimentos crescentes e que são provocados por outros fatores



empresas e os diferentes setores produtivos locais (sendo constituído como meio ou conjunto de fatores histórico-socioculturais que estão sedimentados na comunidade e nas instituições locais (1992).

Assim, o desenvolvimento endógeno, entendido como um desenvolvimento sustentável deverá ter como base: (i) novo papel do Estado federado; (ii) estratégia de desenvolvimento econômico regional ou local, baseada na mobilização de poupança e investimento em formação bruta do capital fixo; e (iii) valorização dos novos fatores de produção. Ainda para o autor (1996), o Estado atuará provendo infraestrutura (energia, comunicações etc.) além de coordenar as políticas fiscal e financeira.

Partindo do entendimento sobre o desenvolvimento regional endógeno, agora o próximo item teremos o histórico, a conceituação e definições acerca da Economia Criativa.

Economia Criativa: histórico, conceitos e definições

O primeiro ponto é entender o que vem a ser criatividade, que segundo a UNCTAD (2010) pode ser “definida como o processo pelo qual as ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas que possam ser valorizadas”. Para Newbiggin (2010, p. 16), a criatividade é o processo disruptivo que questiona os limites e os pressupostos estabelecidos. Nos leva a pensar além dos limites. O que define a inovação é o link entre o livre fluxo das ideias criativas com as realidades práticas da vida econômica, isto é, a capacidade de avançar de uma forma sistemática e um método de fazer as coisas para outro. A criatividade impulsiona a inovação e a inovação impulsiona as mudanças.

De acordo com o IPEA (2013), criatividade e inovação, são termos que não apresentam o mesmo significado, contudo, em um mundo criativo, estão sempre caminhando lado a lado.

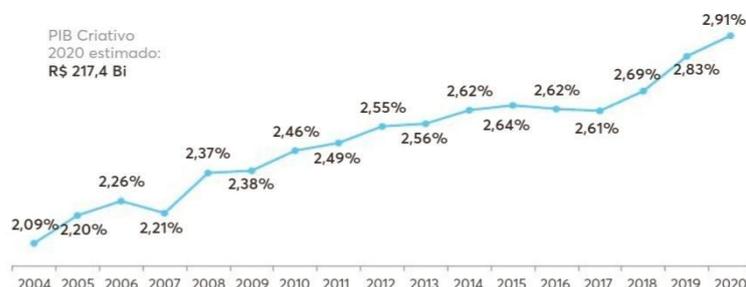
A criatividade é tudo aquilo que envolve o capital intelectual de um ser humano, ou seja, sua capacidade de pensar, criar, gerar ideias, desenvolver inovações e transformá-las em tecnologia etc. E, tudo o que surge como resultado da criatividade pode ser considerado inovação. Já a inovação, é a elaboração de bens e serviços que apresente novas características, apresentando melhorias, ou seja, a inovação não se baseia somente na criação de novas ideias, contudo ela atua principalmente na transformação de novos produtos etc. (IPEA, 2013).

O conceito de Economia Criativa surge a partir do fim da Era Industrial, trazendo consigo o fortalecimento da relevância do conhecimento como recurso do sistema produtivo, apresentando como principais características a criatividade, inovação e gerenciamento de

**Figura 1:** A Economia Criativa brasileira e seus princípios norteadores**Fonte:** Ministério de Cultura, (2011)

Uma das ações de suma importância é o mapeamento dos segmentos criativos, oferecendo uma visão da situação atual dos empreendimentos criativos, mercado de trabalho e mão de obra.

Nessa perspectiva, a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) desde 2008 realiza, de forma estatística, o mapeamento da Economia Criativa. Seus dados são coletados das bases oficiais do Ministério do Trabalho e Previdência, o mapeamento mais atual abrange o período entre 2017 a 2020. A participação da Indústria Criativa na economia do país apresenta uma clara tendência de crescimento. Em 2004, a Indústria Criativa representava 2,09% do Produto Interno Bruto brasileiro. À exceção do período entre 2015 e 2017, no qual figurava um cenário fortemente recessivo, esse percentual cresceu quase ininterruptamente. Em 2020, a Indústria Criativa representava 2,91% do PIB, maior valor observado desde o início da série disponível, como podemos observar na Figura 2.

Figura 2: Participação do PIB Criativo no PIB total Brasileiro (2004 a 2020)**Fonte:** Firjan, (2022)

De acordo com os mapeamentos realizados pela Firjan, (2022), as Indústrias Criativas brasileiras são compostas 239 mil (Dados de 2016) estabelecimentos, e vem ganhando impulso na atual conjuntura da economia brasileira, principalmente se tornando uma alternativa para os tempos de crise.



Atualmente, as Indústrias Criativas Brasileiras são formadas por 13 segmentos criativos) (FIRJAN, 2022), divididos em quatro áreas: Consumo (Publicidade & Marketing, Arquitetura, *Design* e Moda); Mídias (Editorial e Audiovisual); Cultura (Expressões Culturais, Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas); Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC).

Seguindo a mesma visão de Cadeia das Indústrias Criativas da UNCTAD apud Firjan (2022), de que “cadeia produtiva é composta pelos ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários”, no Brasil essa cadeia é composta por três categorias (FIRJAN, 2022): Indústria criativa (núcleo), Atividades relacionadas e apoio. Acerca da atuação do setor criativo à nível nacional, destacamos o seguinte:

Na área de consumo tem-se um total de 439.517 mil empregados em 2020, um aumento de 20%, com um salário médio de R\$ 5.814,00, queda de 12%, considerando a época da pandemia de Covid-19. Em média o total de empregados é de 85.301 com salário, uma queda de 10,7% e salário médio de R\$ 4.439,00, queda de 3,6%. Na cultura são contabilizados 60.166 empregados, queda de 12,1% e salário médio de R\$ 3.306,00 em 2020, queda de 9,7% e na tecnologia em 2020 o número de empregados era de 350.330, um aumento de 3,6% em comparação a 2017, o salário médio era de R\$ 9.548,00, uma diminuição de 11,3% em comparação ao salário de 2017. Percebe-se um aumento no quantitativo de pessoal técnico e baixa nos salários, também devido à emergência sanitária. O aumento de empregados se deu pela necessidade de soluções de TI, o que exigiu uma maior procura por parte das empresas.

Figura 3: Fluxograma da cadeia da Indústria Criativa no Brasil



Fonte: Firjan, (2016)

**Figura 4:** Quantitativo profissional do segmento criativo no AM (2017-2020)

Segmentos	2017	2019	2020	Var % 2020/2017	Var % 2020/2019
Consumo	2.908	3.059	3.184	9,5%	4,1%
Publicidade & Marketing	665	976	969	45,7%	-0,7%
Arquitetura	851	806	863	1,4%	7,1%
Design	549	644	580	5,6%	-9,9%
Moda	843	633	772	-8,4%	22,0%
Cultura	812	874	769	-5,3%	-12,0%
Expressões Culturais	299	338	338	13,0%	0,0%
Patrimônio e Artes	145	177	110	-24,1%	-37,9%
Música	241	238	221	-8,3%	-7,1%
Artes Cênicas	127	121	100	-21,3%	-17,4%
Mídia	1.605	1.364	1.045	-34,9%	-23,4%
Editorial	1.036	934	609	-41,2%	-34,8%
Audiovisual	569	430	436	-23,4%	1,4%
Tecnologia	3.551	3.975	4.400	23,9%	10,7%
P&D	2.503	2.700	2.788	11,4%	3,3%
TIC	860	1.050	1.378	60,2%	31,2%
Biotecnologia	188	225	234	24,5%	4,0%
Indústria Criativa	8.876	9.272	9.398	5,9%	1,4%

Fonte: Firjan, (2022)

Ao longo do período analisado (2017-2020) o Amazonas seguiu a mesma tendência do cenário nacional, apresentando crescimento nas áreas de Consumo e Tecnologia e queda nas áreas de Cultura e Mídia.

No Amazonas, o destaque se dá na área de Tecnologia, empregando 4,4 mil profissionais em 2020, com vínculos diretos e indiretos associados à Zona Franca de Manaus, uma expansão de 23,9%. Tal crescimento se dá pelo segmento de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), que criou 518 vínculos durante esse período, o que representa um aumento de 60,2%. Os demais segmentos da área também registraram expansão, mas a taxas mais baixas que TIC. As ocupações criativas que mais se destacaram na área são: Engenheiros da área de TIC (+265,7%), Programadores/Desenvolvedores (+41,4%) e Pesquisadores em geral (+23,4%).

A área do Consumo vem em segundo lugar, apresentando um crescimento em torno de 9,5% no período analisado e empregando o equivalente a 3,2 mil profissionais. O destaque se dá para o segmento de Publicidade & Marketing que cresceu 45,7%. Chamamos a atenção para o segmento de Moda que mesmo no período da Pandemia que apresentou um crescimento de 22%.

Acerca da área de Cultura, que até 2019 vinha apresentando um crescimento sólido, mas como nas demais regiões do país e do mundo foi direta e indiretamente impactada pela pandemia de Covid-19, o impacto registrado à nível estadual foi de -5,3% bem abaixo da média nacional. Os destaques negativos registrados ao longo da trajetória concentram-se na área de Mídia e no segmento Editorial.



Sob a ótica da remuneração, o Amazonas é destaque positivo, ocupando a 4ª posição em termos salariais. No ano de 2020, o rendimento médio dos profissionais criativos foi de R\$ 6.579,00, uma queda de -9,9% em relação aos dados apresentados no último Mapeamento.

Dentre os segmentos com maiores rendimentos, destacamos: os profissionais criativos de Pesquisa & Desenvolvimento, são os que apresentam maior média salarial no estado – que marcou R\$ 11.239, em 2020 – valor 1,7 vezes maior que a média da Indústria Criativa estadual.

Na sequência, temos o segmento de Biotecnologia com R\$ 8.703,00 e os profissionais de Arquitetura que também apresentam salários bem acima da média, com rendimentos de R\$ 7.811, no mesmo período de referência.

Por fim, é interessante destacar que apesar da Indústria Criativa amazonense representar uma parcela pequena da Indústria Criativa nacional, o estado é líder de rendimento médio dos profissionais que compõem o segmento de Música.

Figura 5: Remuneração dos Profissionais Criativos no Amazonas (2017-2020).

Segmentos	2017	2019	2020	Var % 2020/2017	Var % 2020/2019
Consumo	R\$ 5.302	R\$ 4.740	R\$ 4.355	-17,9%	-8,1%
Publicidade & Marketing	R\$ 5.134	R\$ 4.473	R\$ 4.420	-13,9%	-1,2%
Arquitetura	R\$ 10.184	R\$ 8.771	R\$ 7.811	-23,3%	-10,9%
Design	R\$ 3.389	R\$ 3.294	R\$ 3.031	-10,6%	-8,0%
Moda	R\$ 1.752	R\$ 1.493	R\$ 1.403	-19,9%	-6,0%
Cultura	R\$ 4.104	R\$ 3.808	R\$ 3.831	-6,7%	0,6%
Expressões Culturais	R\$ 2.243	R\$ 2.091	R\$ 1.771	-21,1%	-15,3%
Patrimônio e Artes	R\$ 4.540	R\$ 3.898	R\$ 6.655	46,6%	70,7%
Música	R\$ 6.776	R\$ 6.413	R\$ 5.994	-11,5%	-6,5%
Artes Cênicas	R\$ 2.918	R\$ 3.345	R\$ 2.908	-0,4%	-13,1%
Mídia	R\$ 2.835	R\$ 2.604	R\$ 2.865	1,1%	10,0%
Editorial	R\$ 3.095	R\$ 2.661	R\$ 3.258	5,3%	22,4%
Audiovisual	R\$ 2.362	R\$ 2.478	R\$ 2.317	-1,9%	-6,5%
Tecnologia	R\$ 11.688	R\$ 10.829	R\$ 9.552	-18,3%	-11,8%
P&D	R\$ 13.193	R\$ 12.497	R\$ 11.239	-14,8%	-10,1%
TIC	R\$ 7.043	R\$ 6.866	R\$ 6.281	-10,8%	-8,5%
Biotecnologia	R\$ 12.897	R\$ 9.308	R\$ 8.703	-32,5%	-6,5%
Indústria Criativa	R\$ 7.301	R\$ 6.948	R\$ 6.579	-9,9%	-5,3%

Fonte: Firjan, (2022)

É de extrema importância a busca pelo entendimento do mapeamento das potencialidades e das oportunidades locais, criar uma melhor relação entre gestores públicos e os atores do processo, visando sempre desenvolver projetos que venham trazer melhores situações econômicas para o Estado do Amazonas (BULBOL, 2015).

A seguir, apresentaremos o desenvolvimento do arcabouço teórico da Inovação social como ferramenta relevante para o desenvolvimento endógeno a partir da economia criativa com o intuito de resolver problemas regionais e reduzir as vulnerabilidades sociais.

Inovação social e desenvolvimento endógeno

Levando-se em consideração que a inovação da forma tradicional nem sempre é capaz de assistir aos anseios da maior parte da parcela da sociedade bem como contribuir para o alcance do desenvolvimento regional endógeno, surge a necessidade de inserir a



inovação através da abordagem social. Surgindo assim, uma nova forma de inovação, a inovação social, que possibilita que sejam criadas alternativas inovadoras para atender as demandas sociais, especificamente no que diz respeito aos problemas que a assolam (HART, 2005).

Apesar de ser uma discussão recente, tem o seu marco no ano 2000, e faz parte das pesquisas nas seguintes áreas: sociologia, psicologia, história e economia (CAJAÍBA-SANTANA, 2014).

Para Mumford (2002), as inovações sociais surgem como novas alternativas com o poder de mitigar ou diminuir as lacunas existentes no contexto da sociedade, dificuldades de acesso ao trabalho e renda, exclusão social, cultural e de gênero etc., resultantes da carência ou ausência de políticas públicas capazes de contribuir para a mudança do cenário. Para tanto, cabe aos atores locais buscarem se organizar em atividades pessoais e interpessoais com o intuito de implementar novas ideias de forma a atender a um ou mais objetivos comuns.

Neste contexto, considera-se a inovação social um processo participativo onde os indivíduos beneficiados estão direta e indiretamente envolvidos no processo, tendo como objetivo a busca pela inclusão e do bem-estar por meio da melhoria das relações sociais e dos processos de empoderamento, direitos universais e inclusão social (MOULAERT, MACCALLUM & HILLER, 2013, p. 16).

Em economias desenvolvidas, o estado tem o papel fundamental no provimento de possibilidades em prol de melhorias nas condições de vida da população, uma realidade bem distante da atuação do estado brasileiro considerado ineficiente. Tal ineficiência leva a sociedade a buscar, por si só, alternativas para reduzir as lacunas sociais que se apresentam em seu meio (PHILLS, DEIGLM VEIER & MILLER, 2008).

Para Murray Caulier-Grice & Mulgan, (2010) e Bignetti, (2011), é nesse contexto que as inovações sociais ganham maior espaço para discussão por conta das necessidades e da proximidade dos atores com a realidade social.

De acordo com Buarque (1999), a partir do momento em que as inovações sociais passam a gerar resultados positivos compreende-se que as propostas foram capazes de amenizar os problemas que limitavam o desenvolvimento regional endógeno possibilitando mudanças pautadas, por sua vez, em processos de mobilização dos atores sociais preocupados com aspectos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais quebrando velhos paradigmas.

Para Martins et., al (2010), pensar a nível local consiste em uma nova abordagem desenvolvimentista, considerando os fatores endógenos. Este tipo de desenvolvimento parte

2023

XI Seminário Internacional sobre Desenvolvimento regional

Desenvolvimento Regional
em tempos de emergência
climática: desafios e
oportunidades



Local: Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil
Dias 12, 14 e 15 de setembro de 2023
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
Universidade de Santa Cruz do Sul

REALIZAÇÃO:
Programa de Pós-Graduação
em Desenvolvimento
Regional
UNISC

UNISC

PARCERIA:
Associação de
Desenvolvimento
Regional
ADIR

PATROCÍNIO:
CAPES

constroem ideias, produtos, tecnologias e processos possibilitando a inovação e a propriedade intelectual.

Ao mesmo tempo que pode gerar inovação social, também é um elemento chave no desenvolvimento regional endógeno uma vez que, contribui para valorizar as potencialidades regionais, aproximando atores locais para que atuem conjuntamente por meio de uma governança que permita controlar processos que objetivem melhoria da qualidade de vida de populações em regiões mais vulneráveis.

Conclusão e considerações

Levando-se em consideração a discussão apresentada, podemos observar uma relação muito estreita com os temas de desenvolvimento regional endógeno, economia criativa e inovação social, uma vez que estes são abordados em contextos de uma sociedade que vive em condições de vulnerabilidade socioeconômica, mas que apresentam muitas potencialidades, em especial em relação à indústria criativa bem como uma sinergia em relação à necessidade de melhorar as suas condições de bem-estar.

Apesar da escassa literatura abordando as três discussões em complementariedade é salutar pensar na aplicabilidade no contexto do estado do Amazonas dada as condições sociais e econômicas que residem sobre a população mais vulnerável em especial, aos habitantes dos municípios do interior do Estado.

Apesar da riqueza acumulada proveniente do exitoso modelo Zona Franca de Manaus, 12 dos 62 municípios do Amazonas apresentam Índice de Desenvolvimento Humano - IDH semelhante aos de países africanos com a maior parte da população vivendo em situação de extrema pobreza. São realidades onde o modelo econômico tradicional não conseguiu atender aos anseios básicos.

A junção da inovação social com a Economia Criativa constitui ferramenta imprescindível de combate à vulnerabilidade social e agregam forças para o desenvolvimento regional endógeno fomentando a geração de emprego e renda, reduzindo a exclusão social, cultural e de gênero.

Uma vez que, as atividades são geradas a partir da criatividade aplicada em diferentes segmentos com possibilidades de inovação, ou seja, são atividades baseadas no capital intelectual e cultural que conseqüentemente geram valor econômico e desenvolvimento endógeno (de dentro pra fora e de baixo para cima).

Por fim, este trabalho não ambiciona responder a todas as indagações conceituais ou mesmo esgotar o assunto. Pelo contrário, abre as portas para estudos futuros com olhares voltados para as comunidades, seus anseios e novas estratégias para prover transformações

18



sociais, econômicas e culturais profundas e sustentáveis através da identificação de problemas e potencialidades a partir da percepção dos atores locais.

Referências

- AMARAL FILHO, J. Desenvolvimento regional endógeno em um ambiente federalista. Planejamento e políticas públicas. Brasília, IPEA, n. 14, 1996.
- BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, 47(1), 3-14, 2011.
- BUARQUE, S. C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. PCT – Projeto de Cooperação Técnica Incra/lica. Brasília, 1999.
- BULBOL, A. **A Economia Criativa, um desafio aos brasileiros**. Manaus, ago, 2015. Disponível em: <<http://ablconsultoria.com/site/artigo/economia-criativa--um-desafio-aos-brasileiros/>>. Acesso em: 16 fev 2023.
- CAJAÍBA-SANTANA, G. Social innovation: moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42-51, 2014.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**: uma visão abrangente da moderna administração das Organizações. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- EDVINSSON, L.; MALONE, L. **Capital Intelectual**. Trad. Roberto Galmon. São Paulo: Makron Books, 1998.
- FEDERWISH, F. e ZOLLER, H. G. **Technologie nouvelle et ruptures regionales**. Paris: Economica, 1986.
- FIRJAN. **Diagnósticos e Mapeamentos setoriais: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. 2022. Disponível em: <https://firjan.com.br/economiacriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa-Firjan2022.pdf>. Acesso em: 18 fev 2023.
- FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa 2022, Análise Especial Amazonas**. 2022. Disponível em: <https://firjan.com.br/economiacriativa/downloads/Mapeamento2022-AM.pdf>. Acesso em: 20 fev 2023.
- GAROFOLI, G. Les Systèmes de petites entreprises: un cas paradigmatique de développement endogène. In: BENKO, G. e LIPIETZ, A. (orgs.). 1992. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/3502139>. Acesso em: 18 fev 2023.
- HART, S. L. Capitalism at the crossroads: the unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems. Pearson Education, 2005.
- IPEA. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2013.
- JUSTEN, G.; MORAIS-DA-SILVA, R.; TAKAHASHI, A.; SEGATTO. Inovação social e desenvolvimento local: uma análise de meta-síntese. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 56-73, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://openaccesspublications.org/index.php/rgsa/article/view/1902>. Acesso em: 21 fev 2023.
- FUNAG. **Economia Criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014.
- MARTINS, R. D. A.; VAZ, J. C.; LIMA CALDAS, E. A gestão do desenvolvimento local no Brasil:(des) articulação de atores, instrumentos e território. **Revista de administração pública**, 44(3), 559-590, 2010.
- MATTAR, F. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- MAZAN, A. O Capital Intelectual na Era da Economia Criativa. I Congresso UFU de Contabilidade, Uberlândia: UFU, 2015, **Anais**. Uberlândia 2016.
- MENDES, C.; ALMEIDA, C. **O desenvolvimento da Economia Criativa no Brasil: uma perspectiva através da indústria cinematográfica brasileira**. *sl., s.n.*, 2016.



MINISTÉRIO DA CULTURA. **Incubadoras ajudam empreendedores criativos a tocarem seus negócios.** 2014. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/noticias/>>. Acesso em: 23 fev 2023.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações.** 1 edição, 2013.

MOREIRA, F.; VIOLIN, F.; CODOGNOTO, L. Capital Intelectual como Vantagem Competitiva: Um estudo bibliográfico. **Revista de Carreiras Pessoas (RECAPE)**, 2014.

MOULAERT, F.; MACCALLUM, D & HILLIER. Social innovation: intuition, precept, concept, theory and practice. In: MOULAERT, F.; MACCALLUM, D.; MEHMOOD, A. & HAMDOUCH, A. (Eds.). *The International Handbook on Social Innovation Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research.* Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 13-24, 2013.

MADEIRA, M. Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira. 2014. Fundação Alexandre Gusmão. Disponível em: https://www.academia.edu/35428148/economia_criativa_Implicações_e_desafios_para_a_política_externa_brasileira. Acesso em: 12 mar 2023.

MUMFORD, M. D. Social innovation: ten cases from Benjamin Franklin. **Creativity Research Journal**, 14(2), 253-266, 2002.

MURRAY, R., CAULIER-GRICE, J., & MULGAN, G. The open book of social innovation, social innovator series: ways to design, develop and grow social innovation. The Young Foundation – A Centre of Social Innovation, London, 2010.

NEWBIGIN, J. **A Economia Criativa: um guia introdutório.** London: British Council. 2010.

OLIVEIRA, E. Cidade Criativa: **Perspectiva de Desenvolvimento Socioeconômico para Boa Vista (RR).** 2010. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre – RS, 2010.

OBEC, Observatório de Economia Criativa do Amazonas, Termo de referência. Protec, UFAM, 2013.

PASQUALUCCI, D. **A Economia Criativa no mundo Moderno.** São Paulo, 2016.

PHILLS, J. A., DEIGLMEIER, K., & MILLER, D. T. Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43, 2008.

REIS, A.C. **Transformando a Criatividade Brasileira em Recursos Econômicos.** São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA CRIATIVA E DIVERSIDADE CULTURAL. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/transparencia-e-prestacao-de-contas/valor-publico-gerado/2021/relatorio_1322820_relatorio_secdec__7_.pdf

UFAM. **UFAM inaugura o primeiro observatório de Economia Criativa do Brasil na sexta.** Manaus, out ,2013. Disponível em: < <https://ufam.edu.br/2013-04-29-19-37-05/arquivo-de-noticias/1506-ufam-faz-lancamento-de-observatorio-de-economia-criativa>>. Acesso em: 20 fev 2023.

UNCTAD. Relatório de Economia Criativa. 2010. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em: 10 mar 2023.

UNESCO. **Creative Cities Network 2010 Call for Applications.** UNESCO, 2010.

UNESCO. **Relatório de Economia Criativa 2010: Economia Criativa Uma opção de Desenvolvimento Viável.** Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

VERGARA, S. **Métodos de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1997.