

ECONOMIA CRIATIVA: uma abordagem integradora da revisão da literatura.

Carlos Roberto Gonçalves Selva, Thais Pereira Holanda, Paula Felipe Schlemper De Oliveira

RESUMO: A criatividade e a cultura têm sido de forma exagerada como impulsionadores e potencializadores do desempenho econômico. O objetivo deste estudo é aplicar um método de revisão sistemática integrador que oferece uma solução simples e bem fundamentada nos princípios e leis bibliométricas sobre pesquisas e abordagens de economia criativa. O modelo de Teoria do Enfoque Meta Analítico (TEMAC) abrange a preparação da pesquisa, inter-relação dos dados e detalhamento. A fonte de dados utilizada como referência foi a Plataforma Web of Science – Coleção Principal (Clarivate Analytics) em razão de sua plataforma própria que facilita a extração e consolidação dos dados. Os resultados encontrados referem-se à aplicação do contexto da economia criativa para mostrar a sua eficácia na gestão de organizações; as principais características dos sistemas econômicos construídos sobre os princípios da economia criativa; a atuação do marketing criativo e suas principais ferramentas como fenômeno da economia criativa; e a perspectiva de ampliação do conhecimento teórico e prático enfrentadas pelas empresas. Conclui-se que esta investigação possibilitou uma análise sistemática e integradora de pesquisas e estudos relacionados a economia criativa que navegam desde a contextualização, passando pela inovação até a implementação.

Palavras-chave: Economia Criativa, Inovação, Revisão da Literatura.

INTRODUÇÃO

A inovação e a cultura vêm a cada dia ganhando mais espaço em meio a economia criativa e o intermédio do empreendedorismo. Nas cidades em que a inovação é um valor social, passa a ser percebida por todos os atores, governo, empresas, consumidores, e isso melhora a qualidade de vida, a renda e o empreendedorismo. Assim cidades inteligentes e sustentáveis passam a ser pautadas pelos cidadãos promovendo o patrimônio cultural, preservação e valorização da cultura e da economia.

De acordo com Selva et al. (2020) o cenário empresarial atual é altamente competitivo e incerto, e algumas instituições podem estar se transformando drasticamente, com novas formas emergentes de relacionamento com clientes, fornecedores, colaboradores e novos competidores, antes inimagináveis.

Observa-se que com cenário do mercado atual, este estudo justifica-se por aplicarmos o método sistemático integrador que ofereça uma solução fundamentada em bibliometria sobre pesquisas, estudos e abordagens em economia criativa.

ECONOMIA CRIATIVA

O conceito de economia criativa foi definido por John Howkins e ficou conhecido pelo seu livro *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2001). Na abordagem, o professor John deixa claro que a criatividade é o ponto central desse novo modelo de economia. Consequentemente, inclui todo o negócio que se utiliza da criatividade, conhecimento e capital intelectual para criar produtos e serviços.

As atividades, ideias e processos que caracterizam os negócios que fazem parte da economia criativa é a geração de valor intangível para o público. Por isso que o conceito também anda junto da inovação. Atualmente o modelo é encarado como a economia do futuro, pois além de atender necessidades atuais, oferece soluções criativas para o desenvolvimento da sociedade.

MATERIAL E MÉTODOS

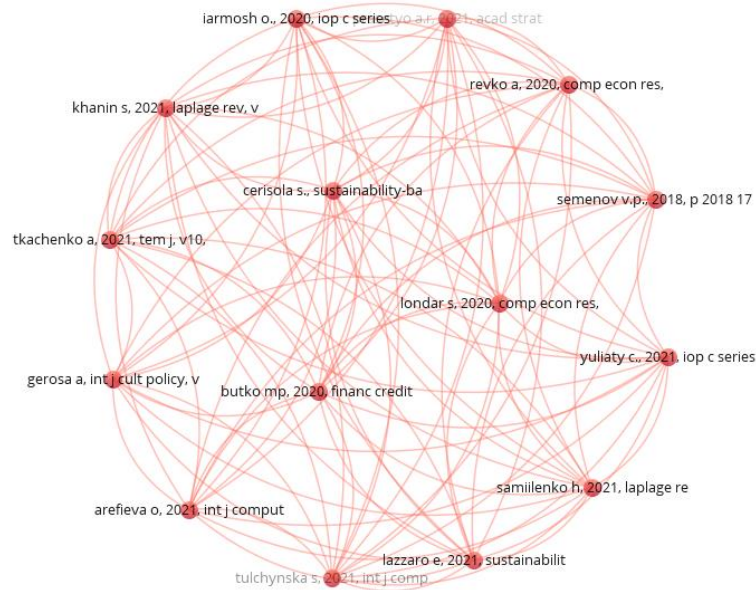
O método utilizado neste estudo visa identificar e inter-relacionar os principais autores, bem como apresentar o objetivo e métodos de seus estudos em economia criativa e afins.

Conforme Mariano e Rocha (2017), a aplicação do TEMAC atende aos princípios do Enfoque Meta Analítico, que utiliza os critérios de impacto de revistas, citações de autores e artigos e frequência de palavras-chaves, mas com o benefício de integrar ao processo ferramentas tecnológicas de acesso gratuito que facilitam as análises e reduzem o trabalho manual.

O TEMAC conta com três etapas: Preparação da pesquisa, consiste na definição de palavras-chave relacionadas ao tema da pesquisa, a definição do período de análise, as bases de dados utilizadas e as áreas de conhecimento que serão consideradas; Apresentação e inter-relação dos dados, consiste em relacionar inúmeras fontes de informações, a critério do pesquisador, como a evolução do tema ano a ano, os autores mais citados, periódicos que mais publicam, entre outros; e Detalhamento, modelo integrador e validação por evidências, nesta etapa são identificados os principais autores, abordagens e linhas de pesquisa referentes ao tema, utilizando técnicas de co-citação (co-citation) e acoplamento (coupling).

Na figura 1 identificamos vários autores inter-relacionados a partir das citações em economia criativa através da técnica de co-citation em análise de referências.

Figura1. Autores com conexão nas citações sobre o tema.



Fonte: Autoria própria em pesquisa a Base de Dados – Web of Science (2022)

Com o método TEMAC podemos identificar várias conexões dos autores, das obras, locais de publicação, dentre outros que possam gerar indicadores e direcionadores de estudos relacionados a economia criativa. Entretanto, para este artigo, o foco foi nas obras mais atuais que possuem citações de autores mais relevantes relacionados a economia criativa que foram publicados recentemente e que possuem várias conexões através das citações dos autores.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As principais contribuições e abordagens presentes na base consolidada e gerada pelo método TEMAC, foram abordadas neste capítulo e que enriquecem este estudo.

O trabalho de Dergaliuk et al. (2021) se dedica a uma análise detalhada e formação de diretrizes para intensificar o desenvolvimento dos sistemas econômicos regionais na formação da teoria da economia criativa sob a influência de seus determinantes intelectuais e inovadores característicos. É feita uma breve descrição do conceito teórico estudado, a partir da qual é identificada uma lista das principais características que caracterizam os sistemas econômicos construídos sobre os princípios da economia criativa.

O estudo de Samiilenko et al. (2021) sistematiza as informações sobre a definição

do marketing como uma ferramenta líder para a inovação da economia criativa, que explora a função integradora do marketing, bem como analisa minuciosamente a essência e o conteúdo da criatividade, com base em cinco níveis de processo criativo do indivíduo ao sistema econômico global. O processo de realização do marketing criativo e seus resultados nas condições do direcionamento inovador da economia criativa é desenvolvido e apresentado.

Como representação, Da Silva et al. (2021) usam o contexto da economia criativa local para mostrar a gestão de duas organizações específicas. Uma organização atua no segmento de cultura popular e a outra organização atua no segmento de comunicação e tecnologia da informação. Ambas as organizações exigem a resolução de problemas organizacionais relevantes para seu contexto de trabalho. O estudo tem como ideia central propor uma discussão sobre a gestão feita a partir do cotidiano de duas organizações que atuam no mesmo contexto da economia criativa local. Espera-se desenvolver o processo de resolução criativa de problemas que ocorrem no dia a dia das organizações por meio de diferentes formas de gestão no âmbito da economia criativa.

Os artigos pesquisados são de fundamental importância para a análise qualitativa do estudo, bem como, serve para embasar a utilização da economia criativa em estudos futuros.

CONCLUSÃO

A investigação possibilitou, além de uma análise sistemática e integradora de pesquisa e estudos relacionados a economia criativa, como também pode proporcionar a identificação dos novos estudos e que navegam desde os princípios da economia criativa até a participação e relevância do marketing digital.

Entende-se como economia criativa as ações e atividades relacionadas à cultura, tecnologia e criatividade que geram receita e impacto na economia.

Conclui-se que o estudo pode proporcionar o conhecimento e aplicação do modelo sistemático TEMAC e o tanto que pode ser útil na pesquisa bibliométrica, além de identificar as pesquisas relacionadas a economia criativa, como também os modelos e metodologias aplicadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DA SILVA, Ítalo; DIAS, Pamela; DOS SANTOS, Elisabeth. Organizing e Gestão Ordinária na Economia Criativa Local Revista Administração Pública e Gestão Social, v. 13, nº. 3, Universidade Federal de Viçosa, Brasil, 2021.

DERGALIUK, Marta; KHANIN, Semen; POPELO, Olha; TULCHYNSKA, Svitlana; PAKHOTA, Nataliia. Intensificação do desenvolvimento de sistemas econômicos regionais nas condições da formação da economia criativa. Laplage em Revista, 7(3), 2021.

MARIANO, Ari; & ROCHA, Maíra. S. Revisão da Literatura: Apresentação de uma Abordagem Integradora. In AEDM International Conference–Economy, Business and Uncertainty: Ideas for a European and Mediterranean industrial policy. Reggio Calabria (Itália), 2017.

SAMILENKO, Halyna; BONYAR, Svitlana; IVANOVA, Nataliia; KHUDOLEI, Veronika; KUKHTYK, Stanislav. Características do marketing criativo nas condições de desenvolvimento da economia inovadora. Laplage em Revista, 7(3), 2021.

SELVA, Carlos; SOUZA, João; MARIANO, Ari; CHAIM, Ricardo; SOUZA, João Gabriel; GOMES, Allam; COSTA, João; ALBUQUERQUE, Nelson. Opções Reais como ferramenta de Inovação para os trabalhos de Auditoria Interna de TI. Brazilian Journal of Development, 6(12), 2020.