

Revista Gestão & Conexões

Management and Connections Journal

Vitória (ES), v. 14, n. 3, de 2025.

ISSN 2317-5087

DOI: 10.47456/regec.23175087.2025.14.3.47569.84.111

Economia Criativa no Brasil: Um estudo dos marcos legais, ações subnacionais e proposta para institucionalização

Creative Economy in Brazil: A study of legal frameworks, subnational actions and proposal for institutionalization

Anderson Gois Marques da Cunha

Universidade Federal de Pernambuco

agmcunha10@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0128-2911>

Fagner José Coutinho de Melo

Universidade de Pernambuco (UPE)

fagner.melo@upe.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0550-5177>

José Luiz Alves

Universidade de Pernambuco (UPE)

luiz.alves@upe.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2049-2084>

RESUMO

Este estudo analisa o processo de institucionalização da economia criativa no Brasil, com foco nos marcos legais e nas políticas públicas adotadas nas esferas federal e subnacional. De natureza aplicada, qualitativa e com abordagem descritivo-exploratória, a pesquisa foi estruturada em três etapas: (1) levantamento e análise do arcabouço legal federal, por meio dos portais do Senado Federal e da Câmara dos Deputados, considerando a temática da economia criativa; (2) mapeamento de ações e diretrizes nos sites governamentais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal, utilizando o termo “economia criativa” entre outubro e novembro de 2024 como critério de busca; e (3) revisão sistemática da literatura como suporte teórico. Os resultados revelam a necessidade de um marco regulatório nacional, diante da frágil institucionalização das políticas para a economia criativa, da descontinuidade normativa e da baixa articulação entre os entes federativos, especialmente no âmbito estadual. Como resposta a esse cenário, propõe-se um framework baseado na literatura especializada e nas legislações contemporâneas, composto por nove ações estruturantes. O foco das ações foi fornecer subsídios para o fortalecimento das discussões sobre economia criativa e para a criação de uma governança nacional e local articuladas em políticas públicas voltadas à economia criativa.

Palavras-chave: políticas públicas; criatividade; desenvolvimento regional; gestão pública; economia da cultura.

ABSTRACT

This study analyzes the process of institutionalization of the creative economy in Brazil, focusing on the legal frameworks and public policies adopted at the federal and subnational levels. Applied in nature, qualitative and with a descriptive exploratory approach, the research was structured in three stages: (1) survey and analysis of the federal legal framework, through the portals of the Federal Senate and the Chamber of Deputies, considering the theme of the creative economy; (2) mapping of actions and guidelines in the 26 Brazilian states and the Federal District, using the term “creative economy” as a search criterion; and (3) systematic literature review as theoretical support. The results reveal the need for a national regulatory framework, in view of the weak institutionalization of policies for the creative economy, normative discontinuity and low articulation among federative entities, especially at the state level. As a response to this scenario, a framework is proposed, based on specialized literature and contemporary legislation, composed of nine structuring actions. The focus of the actions was to provide subsidies for strengthening discussions on the creative economy and for the creation of a national and local governance articulated in public policies aimed at the creative economy.

Keywords: public policies; creativity; regional development; public management; cultural economy.

Introdução

A economia enquanto campo científico tem desempenhado papel crucial no desenvolvimento cultural das nações, adotando para esse alcance diversas abordagens. Destaca-se nos últimos anos a perspectiva econômica sustentável e circular (Castro-Lopez *et al.*, 2024), resultante de uma crítica à linearidade inserida na lógica do mercado. Entretanto, outras abordagens também vêm sendo percebidas, como o viés econômico voltado aos meios tecnológicos e digitais (Khan & Patel, 2025), e aspectos que interligam à economia ao âmbito societal e solidário (Paula & Sheen, 2025). Esse último viés, incorporando novos paradigmas para a economia, ampliando sua atuação e posicionando a cultura como um valor social fundamental.

Essa nova visão econômica e de mercado tem permitido avanços globais a partir do reconhecimento de manifestações culturais e expressões de arte que envolvem a criatividade. Esse movimento tem capturado o ideário que insere a economia, no cerne da sociedade e da cultura (Adorno, 2002; Adorno & Horkheimer, 2006), como um pilar de desenvolvimento que gera valor e isso tem dinamizado as ações e os resultados em diferentes setores da indústria criativa como artes e *design*, mídias e tecnologia (Silva & Vieira, 2024). Como também tem favorecido a identificação pelas nações de seu papel primordial na interseção entre aspectos sociais, políticos, econômicos, ambientais e culturais (*United Nations Conference on Trade and Development* [Unctad], 2012).

Este estudo, enfatiza o viés socialmente referenciado e cultural da economia, que explora políticas e diretrizes, como também considera como lócus o recorte para o contexto brasileiro a fim de possibilitar discussões e ações para a institucionalização da economia criativa (Howlett, 2009; Watanabe *et al.*, 2025). Sendo assim, buscou-se evidenciar um panorama mais abrangente de como a economia criativa vem sendo desenvolvida no Brasil, examinando ações dos entes federativos em suas transparências governamentais e ao final propõem-se um *framework* que norteie tal desenvolvimento.

O estudo discute de forma abrangente a legitimação de políticas para a economia criativa, trazendo uma análise pautada em bases teóricas e práticas relacionadas à temática. Destaca-se o estímulo à ação criativa na economia, principalmente no tocante à sua implementação no Brasil por parte das esferas federadas. Aplicam-se, então, moldes de governança e concentram-se esforços em uma análise multinível das políticas (Howlett, 2009; Howlett & Rayner, 2013).

Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi analisar o processo de institucionalização da economia criativa no Brasil, com base nos marcos legais e nas políticas públicas implementadas nas esferas federal e subnacional, com vistas à proposição de ações estruturantes que fortaleçam sua consolidação como política pública.

Em uma primeira abordagem, buscou-se compreender a amplitude conceitual da economia criativa, suas origens e tendências contemporâneas. Esse debate foi complementado pela compreensão do arcabouço legal que tem buscado legitimar a economia criativa no contexto brasileiro.

Por último, a análise brasileira tenta identificar uma estrutura mínima necessária, munida de requisitos, para que o país e os demais entes federados consigam articular-se de maneira integrada e eficaz suas ações e estratégias no fomento da economia criativa. Com base nisto, a problemática de pesquisa busca entender como a economia criativa tem sido institucionalizada no contexto brasileiro, por meio de políticas e marcos legais nas diferentes esferas federativas?

As bases da economia criativa

Desde os primórdios, os seres humanos buscaram meios de manifestar a criatividade e sua identidade por meio da pintura, do teatro, das artes, da música e de diversas outras técnicas que se traduziam em diferentes linguagens artísticas e visões de mundo. Essas expressões não apenas possibilitaram a comunicação entre os indivíduos e suas comunidades, como também foram essenciais para a formação de suas identidades culturais. Trata-se de um fenômeno com raízes antropológicas, que evoluiu no meio global, entrelaçando esforços de centros e periferias marcados por suas particularidades culturais (Newbigin, 2010; Dharmani *et al.*, 2021).

A expressão artístico-cultural exerce papel essencial na estimulação do intelecto humano, influenciando o pensamento criativo, a inovação social e o desenvolvimento territorial. Essas manifestações são moldadas por fatores sociodemográficos, valores, costumes e condições econômicas, integrando-se ao tecido social de forma singular em cada localidade (Gomes *et al.*, 2024; Newbigin, 2010). Essa base simbólica e cultural, acumulada ao longo do tempo, constitui um lastro sobre o qual emergem as ideias e as práticas associadas à economia criativa. Sua essência reside em um aprendizado colaborativo e interconectado, intensificado na contemporaneidade pelas tecnologias digitais, pelas redes sociais e pelas tecnologias de informação e comunicação [TICs], que redefiniram a maneira como a criatividade se legitima e circula no meio social (Khan & Patel, 2025; Sung, 2015).

A compreensão das bases da economia criativa, enquanto política pública, é recente (Oliveira *et al.*, 2003), e incorpora conceitos que ajudaram a sistematizar sua trajetória histórica, como “economia da cultura”, “indústrias criativas” e “classe criativa”. Embora frequentemente usados como sinônimos em dispositivos legais e marcos institucionais, esses termos possuem origens distintas e escopos teórico-metodológicos complementares.

A “economia da cultura” foi uma das primeiras bases conceituais a integrar os elementos simbólicos da cultura ao campo econômico. Suas raízes remontam às décadas de 1960 e 1970, mas foi com os estudos de David Throsby, especialmente na obra *Economics and Culture* (2001), que se estabeleceu uma abordagem estruturada sobre como bens culturais, dotados de valor simbólico, podem ser analisados também sob uma ótica econômica. Para Throsby, os bens culturais têm significados sociais, estéticos e identitários que transcendem sua dimensão mercantil, exigindo, portanto, políticas específicas de fomento e proteção.

O final da década de 1990 fomentou uma ampliação do sentido econômico da cultura. A partir do *Creative Nation* de 1994, relatório representativo do ideário das políticas culturais australianas, houve fortalecimento da diversidade e das identidades locais que se inserem em raízes tradicionais. De certo modo, essa política atuou como um relevante ponto de resistividade à tendência de transformação e absorção cultural

por atores dominantes (Dravet *et al.*, 2022; Federação das Indústrias do Rio de Janeiro [Firjan], 2022; Teixeira *et al.*, 2019).

Neste mesmo sentido, a abordagem política *New Labour* no Reino Unido, por volta de 1997, a partir da atuação do primeiro-ministro Tony Blair, demarca um incentivo ao fortalecimento e modernização do Partido Trabalhista inglês. Além disso, tais movimentos estabelecem a adoção de equipes multidisciplinares encarregadas de analisar as tendências de mercado e identificar a relevância de indústrias criativas como um segmento capaz de impulsionar o crescimento econômico do país, gerando emprego e renda, e enriquecendo a identidade cultural nacional (Bendassolli *et al.*, 2009).

As ações ocorridas no contexto britânico foram responsáveis por catalisar um maior engajamento do Estado nas políticas relacionadas às iniciativas criativas. Essas medidas fortaleceram a atuação de novos mercados e agentes, impulsionadas pelas marcas *Creative Britain*, que realçava o pensamento criativo e inovador no cenário britânico, e *Cool Britain*, que enfatizava a cultura contemporânea, promovendo o diálogo com uma sociedade diversificada e um estilo de vida moderno (Dravet *et al.*, 2022; Reis, 2008).

Esse discurso renovado da economia deu margem para que o conceito de "indústrias criativas" fosse institucionalizado pelo Reino Unido por meio do *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) através do *Creative Industries Mapping Document* (1998), documento governamental pioneiro de mapeamento e identificação dos setores criativos. O estudo considerou 13 segmentos criativos, tais como: publicidade, arquitetura, design, software, música, moda, artes performáticas e audiovisual, cuja principal característica era o uso da criatividade como insumo para a geração de valor econômico. Essa abordagem passou a integrar as agendas de desenvolvimento do Reino Unido e inspirou outros países a adotarem modelos semelhantes, visando modernizar suas economias por meio da criatividade (Hartley, 2005; Reis, 2008; UK, 1998).

Essas mudanças tornaram a indústria criativa britânica em um *hub* global, capilarizaram para novos espaços e territórios, pois as nações enxergaram tais políticas como um meio para superar o subdesenvolvimento (Reis, 2008) e deram origem a uma visão econômica recente, pautada no viés digital, circular e criativo. E isso incrementalmente tem impulsionado as localidades a buscarem soluções inovadoras e criativas para questões contemporâneas (Silva & Muzzio, 2023).

Esse movimento ganhou força e capilaridade ao longo dos anos 2000, impulsionado pelas transformações digitais, pelas demandas de inovação e pela busca de modelos econômicos mais sustentáveis e identitários. A "economia criativa", enquanto conceito mais abrangente, foi consolidada por John Howkins (2001) em *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Nesse modelo, a criatividade, a inovação, o design, a propriedade intelectual e as tecnologias da informação tornam-se pilares de um novo paradigma econômico. Howkins argumenta que o capital intelectual passa a ser o recurso mais valioso da nova economia, capaz de gerar riqueza e impacto social (Harris *et al.*, 2013; White *et al.*, 2014).

Antes de Howkins, o termo "economia criativa" já havia sido citado por Peter Coy (2000) no artigo *The Creative Economy, Which Companies Will Thrive in The Coming*

Years? Those That Value Ideas Above All Else publicado na edição especial da *Bloomberg BusinessWeek*, no qual discutia a transição da economia industrial para uma nova economia baseada em ideias. Coy destacava que as empresas e organizações do século XXI precisariam se adaptar à dinâmica da criatividade, comparando essa mudança a um processo evolutivo darwiniano (Harris *et al.*, 2013).

Os estudos de Landry (2000) destacam o desenvolvimento local por intermédio de agrupamentos econômicos criativos (clusters) que surgem da concentração de talentos, dos empreendimentos culturais e ações voltadas à criação, circulação e consumo de bens simbólicos.

Esse debate é fortalecido pelos estudos de Richard Florida (2002) introduz o conceito de "classe criativa" em *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, abordando o papel dos profissionais criativos (cientistas, engenheiros, artistas, designers, programadores, educadores) como protagonistas da nova economia. Para Florida (2002), a classe criativa impulsiona o crescimento econômico urbano, por meio da inovação, diversidade cultural e isso contribui para a revitalização das cidades.

A partir de 2004, com a atuação da *United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD]*, a economia criativa passa a integrar as agendas internacionais de desenvolvimento. O programa de economia criativa da Organização das Nações Unidas (ONU) buscou consolidar esse campo como estratégia para o crescimento econômico inclusivo e sustentável, estimulando os países a elaborarem marcos legais, planos nacionais e políticas públicas para o setor (Aguiar & Lima, 2020; Boğa & Topcu, 2020).

Portanto, a economia criativa é resultado da evolução conceitual e histórica que parte das manifestações culturais originárias, passa pela formalização do valor econômico da cultura, avança para a profissionalização dos setores criativos e culmina em um modelo sistêmico e multidimensional que articula cultura, inovação, tecnologia e desenvolvimento territorial (Liu, 2021). Essa trajetória fornece a base analítica necessária para investigar, como propõe este estudo, os caminhos da institucionalização da economia criativa no contexto brasileiro contemporâneo.

Procedimentos metodológicos

Este estudo, voltado à análise das políticas públicas para a economia criativa no contexto brasileiro, possui natureza aplicada, com o propósito de gerar novos conhecimentos e propor diretrizes concretas e ações para fortalecimento da institucionalização do setor (Creswell & Creswell, 2022). Sua abordagem é qualitativa, de objetivos descritivos e exploratórios, com fins do mapeamento, interpretação e proposição de ações para uma agenda de política ainda em fase de consolidação (Marconi & Lakatos, 2021).

Nesse sentido, o percurso metodológico foi estruturado em três etapas que se complementam e são interdependentes na triangulação com foco no tema da economia criativa: (1) levantamento e análise do arcabouço legal federal; (2) mapeamento das ações comunicadas nos sites dos governos de estados brasileiros; e (3) revisão sistemática da literatura (Petticrew & Roberts, 2006) e proposição de diretrizes para o seu fortalecimento.

Levantamento do arcabouço legal federal para a economia criativa

Como procedimento foi realizada análise documental dos dispositivos normativos federais relacionados à economia criativa desde o período da redemocratização brasileira até 2024. As fontes consultadas incluíram leis, projetos de lei e decretos disponíveis no site da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, a partir da consulta nas barras de busca dos sites pelo termo "economia criativa". Também foram consultados documentos que envolvem a política pública como planos plurianuais, planos de cultura e estratégias do governo federal relevantes que abarcam avanços nesse setor da economia.

A seleção de tais dispositivos considerou três aspectos: (a) menção direta à economia criativa ou a setores adjacentes que envolvem sua atuação tais como cultura, inovação e indústrias criativas; (b) a relação de tais atos com um viés de institucionalização de políticas públicas para a economia criativa; e (c) seu potencial normativo que envolve questões como vinculação legal, abrangência do dispositivo e temporalidade. Sendo assim, a análise seguiu uma lógica cronológica e interpretativa, visando identificar fases institucionais e lacunas regulatórias.

Mapeamento das ações nos sites dos governos dos estados brasileiros para a economia criativa

Na análise subnacional, foi realizado um levantamento nos sites oficiais dos 26 estados e do Distrito Federal entre outubro e dezembro de 2024, com ênfase em: planos de governo e cultura, programas estaduais que envolvem a economia criativa, dispositivos editalícios, leis estaduais, decretos ou ações que institucionalizam a economia criativa.

A coleta também se baseou em busca direta com o termo "economia criativa" nos de transparência institucional dos governos estaduais. As ações identificadas foram categorizadas como base no grau de formalização e institucionalização, considerando o tipo de ação e a área responsável. Esses dados foram organizados em um quadro sinótico e analisados qualitativamente a partir da indução de políticas públicas e suas tipologias (Howlett & Ramesh, 2003; Bresser-Pereira, 2005), o que possibilitou verificar níveis desiguais de engajamento institucional da economia criativa nos estados.

Revisão da literatura e proposta para a institucionalização das bases da economia criativa no Brasil

Em paralelo, foi conduzida uma revisão sistemática da literatura (RSL) na base de dados da Web of Science, com a *string* de busca (ALL=("creative economy") AND ALL=("brazil*") AND ((LA==("ENGLISH") AND DT==("ARTICLE")) NOT (DT==("EARLY ACCESS")))) e foram aplicados critérios de inclusão e exclusão para seleção dos estudos (Quadro 1).

Quadro 1. Critérios de seleção dos estudos na RSL

Critérios de inclusão	Justificativa
I1: Estudos no formato de artigo revisados aos pares obtidos em base automatizada que investiga a economia criativa.	Considerou-se o rigor da revisão pelas avaliações detalhadas duplo cega dos pareceristas e por estarem dentro do escopo pesquisado.
I2: Estudos não incluídos na busca inicial nas bases automatizadas, adicionados por "snowballing" (Wohlin <i>et al.</i> , 2022)	Para ampliar com estudos que não foram captados nas bases em busca exploratória inicial.
Critérios de exclusão	Justificativa
E1: Estudos com idiomas que diferem do inglês.	Optou-se por aqueles do idioma inglês como base, excluindo-se outros idiomas, pela capilarização global e acessos às pesquisas. Tendo em vista que tais estudos representam maior alcance para a leitura no mundo.
E2: Estudos em outros formatos que não são artigos.	Considera a transparência no julgamento dos estudos, ao empreender a revisão aos pares (<i>double blind review</i>).
E3: Estudos do tipo acesso antecipado	Versões preliminares ou <i>early access</i> , estão em fase de construção e podem não terem sido revisadas para uma versão finalística.
E4: Duplicações de estudo	Exclui-se a possibilidade de estudos de mesmo conteúdo, evitando viés nos resultados.
E5: Estudos incompletos ou textos curtos	Estudos do tipo resumo ou textos curtos de menos de cinco páginas foram excluídos pois se buscou maior validação e discussão dos dados.
E6: Estudos indisponíveis para acesso	Estudos que não possuem acesso integral ou pagos foram excluídos. Prezou-se pela universalização do acesso ao conhecimento.
E7: Estudos fora da temática investigada	Na fase de leitura dos estudos, foi reforçada a relevância temática que envolve o tema da economia criativa.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Nota. O quadro é baseado em Petticrew e Roberts (2006).

Dos 73 estudos iniciais coletados na base automatizada, 10 artigos foram selecionados para embasar criticamente a fundamentação teórica. As evidências subsidiaram a discussão e a elaboração do *framework* tendo em vista o fortalecimento da economia criativa no contexto brasileiro, como também realçar lacunas normativas e práticas identificadas nas etapas anteriores, sugerir ações para a institucionalização da economia criativa e comunicar experiências.

Tais procedimentos proporcionou uma base teórica crítica, que aprofunda a compreensão sobre as nuances da economia criativa no contexto brasileiro. Optou-se pela triangulação, ao articular marcos legais federais, ações subnacionais e o estado da arte acadêmico, o estudo visou ampliar a validade do diagnóstico e fortalecer a pertinência de suas proposições. Em suma, o método não esgota o campo, que é altamente dinâmico, mas oferece uma estrutura referenciada que contribui com a reflexão crítica e a ação pública para impulsionar a economia criativa.

Análise e discussão

Balizas legais para a institucionalização da economia criativa no contexto brasileiro

Nesta primeira análise, buscou-se a sistematização dos marcos legais e normativos que contribuíram para o fortalecimento das políticas voltadas à economia criativa no contexto brasileiro desde a redemocratização. O recorte temporal abrange o período da década de 1990 até 2024, contemplando um conjunto de 36 instrumentos legais, entre leis ordinárias, complementares, decretos legislativos, decretos presidenciais, medidas provisórias e projetos de lei, todos analisados a partir de sua capacidade de referenciar ou estruturar ações criativas, culturais, tecnológicas e empreendedoras.

Percebeu-se nesse percurso que as políticas brasileiras para a economia criativa ainda são difusas e incorporam-se a partir da atuação da gestão pública e da ação governamental, que utilizam suas capacidades e hierarquias em uma coalização entre organismos da administração direta e indireta, tais como ministérios, entidades de governo, autarquias, fundações, dentre outras unidades especializadas (Oliveira *et al.*, 2003). Tais entidades visam construir agendas para implementar e fortalecer uma cultura à economia criativa, formulando as políticas em um escopo prioritário de decisões, e por fim, estabelecem métricas que buscam avaliar tais iniciativas (Souza, 2025).

Para uma visão contemporânea do fenômeno no Brasil, que permitiu uma reflexão sobre quais dispositivos existem para fomento da economia criativa, foram buscadas as bases legislativas no período da redemocratização e enfatizaram-se os tipos de instrumentos que mencionavam tais ações.

O levantamento a partir da década de 90, onde algumas balizas legais marcaram o início do movimento de fortalecimento dos segmentos que pautavam de forma dispersa ações para a criatividade e a cultura no Brasil, quando ainda não se tratava da economia criativa propriamente dita e confundiam-se com economia da cultura, economia cultural, indústrias criativas, dentre outras expressões utilizadas nos dispositivos legais.

Esse estudo permitiu categorizar o avanço da economia criativa no Brasil em cinco fases distintas, que consideraram o que foi instituído pelos atos federativos e seu alcance diante do contexto político e econômico do momento, ao final tem-se um quadro síntese que reforça tais achados.

Fase 1: Marcos iniciais e difusos na economia (1992 – 2006)

Essa primeira fase é marcada pela presença esparsa e indireta do conceito de criatividade em normativas voltadas à cultura, à educação tecnológica e à inclusão social. Cabe destaque ao Decreto Legislativo n.º 28/1992, que aborda o acordo de cooperação cultural entre o Brasil e a Polônia. No artigo 2, item b, resgata ações culturais e criativas resultantes dessa parceria (Brasil, 1992).

Por sua vez, o Decreto n.º 2.046, regulamenta a Lei n.º 8.948 a qual estabelece o Sistema Nacional de Educação Tecnológica, juntamente com os Centros de

Educação Tecnológica. Em seu artigo 4 e inciso VII, fornece diretrizes cruciais para o avanço de pesquisas aplicadas por meio de soluções tecnológicas, fundamentadas na criatividade (Brasil, 1994, 1996).

Outro marco importante é o Decreto n.º 3.298 de 20 de dezembro de 1999, que normatiza a Lei n.º 7.853, de 24 de outubro de 1989, concernente à Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência. Embora não esteja diretamente relacionado à economia criativa, o artigo 46, inciso II, destaca incentivos para o exercício de atividades que têm como lastro ações criativas (Brasil, 1999).

Por fim desta fase, o Decreto n.º 5.224, de 1º de outubro de 2004, sistematiza os Centros Federais de Educação Tecnológica, em seu artigo 4 segue os parâmetros do Decreto n.º 2.046, de 27 de novembro de 1997, o qual estimula ações criativas e soluções tecnológicas no contexto brasileiro (Brasil, 2004).

Tais dispositivos não adotam o termo “economia criativa” de forma explícita, entretanto trazem iniciativas discretas que criam um lastro para valorização do potencial criativo em setores estratégicos nacionais, ainda que sem um projeto articulado de política pública para o tema.

Fase 2: Reconhecimento e estruturação embrionária das ações criativas (2007 – 2014)

Esse período, com base nas leis pesquisadas, representou o momento em que o Brasil passou a reconhecer oficialmente as ações criativas como parte de suas estratégias de desenvolvimento cultural e tecnológico na articulação nacional e interfederada.

Essa transição das políticas nacionais em prol das indústrias criativas dos anos 90 para os 2000, intensifica-se com destaque para a Lei n.º 11.484, de 31 de maio de 2007, e o Decreto Legislativo n.º 288, de 2007. A primeira institui os Programas de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Semicondutores [PADIS] e da Indústria de Equipamentos para a TV Digital [PATVD]. O artigo 28 enfoca um dispositivo voltado à atividade criativa, delineando especificidades contratuais. O segundo dispositivo formaliza um acordo entre Brasil e Alemanha sobre a atividade criativa de coprodução cinematográfica, inserida no âmbito da economia criativa. Consolidando esse avanço, o Decreto n.º 6.375, de 19 de fevereiro de 2008, compartilha a mesma finalidade (Brasil, 2007a, 2007b, 2008).

A Lei n.º 12.343, de 2 de dezembro de 2010, é instrumento crucial que estabeleceu o Plano Nacional de Cultura [PNC] e o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais [SNIIC]. O termo “criativo” e suas variações aparecem seis vezes no documento, evidenciando um propósito de diversificação e inovação cultural, destacando a ação criativa e cultural com originalidade (Brasil, 2010).

Os termos relacionados à economia, como economia da cultura, economia solidária e economia e sustentabilidade, ainda não haviam concretizado o conceito de economia criativa no dispositivo. No que tange à indústria, apenas uma vez é mencionado “indústrias criativas”, sendo as demais referências às indústrias da cultura ou indústrias culturais. O Decreto n.º 7.559, de 1º de setembro de 2011, em seu artigo 10, tratava do Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL). O Decreto foi

revogado pelo Decreto n.º 12.166/2024 e manteve no eixo estratégico IV o fomento à cadeia criativa, enfatizando a escrita literária (Brasil, 2011, 2024a).

A legislação que regula as indústrias criativas no Brasil não é recente, embora o país tenha institucionalizado a Secretaria de Economia Criativa apenas por meio do Decreto n.º 7.443, de 31 de maio de 2012 (e esse dispositivo sofreu alterações, onde atualmente é substituído pelo Decreto n.º 11.356, de 2023). O texto original estabelecia a estrutura regimental e o quadro demonstrativo dos cargos em comissão e funções gratificadas do Ministério da Cultura, incluindo atribuições voltadas à criatividade. Contudo, a alteração suprimiu tal ênfase, e o novo dispositivo deixou de tratar de funções específicas relacionadas às cadeias criativas (Brasil, 2012, 2023a).

Exemplos disto materializam-se que no texto original em seu artigo 2º que versava sobre a estrutura organizacional do órgão, faz menção dentro da Diretoria de Educação e Comunicação para a Cultura, a Secretaria de Economia Criativa. O termo criativo e suas variantes que aparecia 39 vezes no documento não teve mais citações. O artigo 17 criava todo o escopo das competências da Secretaria de Economia Criativa. E os artigos 18 e 19 também a mencionavam, pois tratam de outras secretarias que envolvem o desenvolvimento, monitoramento, inovação e empreendedorismo. Se não há legitimação legal do órgão e suas instâncias, perde-se força legal (Brasil, 2012, 2023a).

A Lei n.º 12.852, de 5 de agosto de 2013 institui o Estatuto da Juventude e o Sistema Nacional de Juventude [SINAJUVE]. Apesar de especificamente o instrumento não ser diretamente ligado à economia criativa, em seus artigos 2º, inciso III e 22º, inciso IV sinaliza políticas regidas pelos princípios da criatividade e da valorização de capacidade criativa. Já a Lei n.º 13.018, de 22 de julho de 2014, instaura a Política Nacional de Cultura Viva e dá outras providências. No artigo 5º objetiva o desenvolvimento de políticas públicas e observa a sistematização de ações estruturantes da Política Nacional de Cultura Viva, citando no inciso VIII, a economia criativa e solidária. Já no artigo 6º, em seus objetivos estão associados à cultura e ao fomento da economia criativa (Brasil, 2013, 2014).

Até o final de 2013, as iniciativas voltadas para a economia criativa no Brasil eram limitadas. Destacam-se duas ações principais: a primeira centra no lançamento de editais para fomentar entidades e empreendedores das indústrias criativas e na formação intelectual de agentes para lidar com esse novo molde de negócios, a segunda deu-se na tentativa de mensurar os níveis e setores da economia criativa por meio de mapeamentos.

Contudo, a baixa abrangência das iniciativas dificultou seus avanços, e embora tenham sido utilizados observatórios estratégicos espalhados nas grandes capitais do país, as ações tiveram mais impacto em reforçar discursos políticos do que em promover resultados concretos (Seoane, 2017). Ainda assim, esse conjunto de ações marca o início de uma tentativa de institucionalização da economia criativa como política pública, ainda que com limitações estruturais.

Fase 3: Poucos avanços e estagnação (2015 – 2019)

Durante essa fase, o país estava passando por questões econômicas desafiadoras com a recessão de 2014 a 2016, como também tensões políticas que

culminaram no processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff em 2016, rumando para uma troca abrupta governamental que alterou as diretrizes nacionais relacionadas à cultura. Nesse sentido, foram observados poucos avanços referentes aos esforços de institucionalização da economia criativa, possivelmente capitaneados pelo cenário, o que culminou no enfraquecimento do apoio institucional à economia criativa nos dispositivos criados.

Iniciativas legislativas são percebidas como o Projeto de Lei n.º 3.672/2015 que criaria o Selo Brasil Criativo para atestar a origem dos produtos e serviços oriundos da economia criativa, bem como o Projeto de Lei n.º 3.396/2015 que instauraria à Política Nacional de Incentivo à Economia Criativa tramitaram e foram debatidos nas sessões plenárias e comissões em 2015, mas não tiveram êxito, sendo apensados e arquivados em 2019 pelas Comissões, sem avanço para o setor (Brasil, 2015a, 2015b).

O Decreto Legislativo n.º 143 de 2016 fortaleceu o escopo dos acordos de coprodução cinematográfica internacional, agora entre o Brasil e Israel, ampliando as parcerias em prol de ações criativas destas nações firmadas desde 2009 em pactos anteriores (Brasil, 2016).

A Lei n.º 13.696, de 12 de julho de 2018 estabelece a Política Nacional de Leitura e Escrita, sublinhando, no artigo 2, inciso V, o reconhecimento das cadeias criativas, produtivas, distributivas e mediadoras relacionadas ao livro, leitura, escrita, literatura e bibliotecas como componentes vitais e impulsionadores da economia criativa. Adicionalmente, no artigo 3, inciso VIII, destaca a importância da promoção da formação profissional no âmbito das referidas cadeias criativas (Brasil, 2018).

As ações do período também foram impactadas pelo contexto de crise pandêmica da Covid-19 (Blanas & Oikonomou, 2023; Rosyadi *et al.*, 2022) e pelas desarticulações na estrutura do Ministério da Cultura ainda em 2019, que foi extinto, tendo sido suas atribuições direcionadas para o Ministério da Cidadania. Essa desestruturação da cultura seguiu intensificada nas ações governamentais da próxima fase, o que demonstrou que os diálogos da institucionalização da economia criativa perderam centralidade nas políticas públicas brasileiras.

Fase 4: Respostas emergenciais em período de crise (2020 - 2022)

Com a continuidade da pandemia de Covid-19, o setor cultural e criativo foi impactado no contexto brasileiro, com influência direta nos setores econômicos (Blanas & Oikonomou, 2023). Em resposta, o Estado brasileiro adotou medidas emergenciais de fomento como a Lei Aldir Blanc (Lei n.º 14.017 de 29 de junho de 2020), que foi um importante instrumento para o fortalecimento da cultura e das expressões criativas durante a crise pandêmica.

A lei canalizou ações emergenciais para os setores da cultura e criativos, como o repasse de valores da União para os poderes executivos locais, ajudando agentes culturais, fornecendo subvenções financeiras para a manutenção de equipamentos, espaços culturais e entidades impactadas pelo lockdown. Além disso, adotou instrumentos para a publicização de ações do agente público, como chamamentos para editais de fomento, eventos e outras estratégias, visando a manutenção da economia e das manifestações culturais (Brasil, 2020).

A Lei Aldir Blanc buscou sustentar o setor cultural em um período de calamidade pública. Embora sua ênfase fosse na economia criativa, a política pública anticrise menciona essa área apenas uma vez, no artigo 2, Inciso III, que trata do desenvolvimento de atividades de economia criativa e solidária (Brasil, 2020).

Em 2021, destacam-se o Decreto Nº 10.755 de 26 de julho de 2021, revogado pelo Decreto Nº 11.453 de 2023, e Decreto n.º 10.886 de 7 de dezembro de 2021. O primeiro dispositivo citava o termo economia criativa quatro vezes e regulamentava a Lei n.º 8313, de 23 de dezembro de 1991, demonstrando as diretrizes para a execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura [PRONAC], detalhando as representações ministeriais e a estrutura das secretarias. Entretanto, não apresentava disposições mais específicas que indicassem ações direcionadas explicitamente para o fomento da economia criativa (Brasil, 2021a, 2021b, 2023b).

A atualização do dispositivo enfatizou os instrumentos de fomento à cultura e enfatiza os mecanismos diretos para o financiamento da cultura. O termo referente à economia criativa encontra-se no Artigo 49, parágrafo 4º, que estabelece que as ações estratégicas culturais, como programas, projetos e ações, receberão um parecer técnico de uma comissão nacional. A comissão pode recomendar aprovação integral, parcial ou a desaprovação, cabendo a decisão final ao Secretário de Economia Criativa vinculado ao Ministério da Cultura (Brasil, 2021a, 2021b, 2023b).

O Decreto 10.866/2021 instituiu a Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual [ENPI] e dentre suas diretrizes no art. 2, inciso VII é mencionado a articulação a nível federativo com a participação de atores da economia criativa (Brasil, 2021b).

Em julho de 2022, é instituída a Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura, também conhecida como Lei Aldir Blanc 2 (Lei n.º 14.399 de 8 de julho de 2022), que expande o apoio ao setor cultural a fim de desenvolver e financiar ações que favorecem a economia criativa tanto no artigo 7 quanto no artigo 12 há menção para tais finalidades (Brasil, 2022a).

Outros instrumentos como a Lei Complementar n.º 195 de 8 de julho de 2022, conhecida como Lei Paulo Gustavo, em referência ao ator que morreu tragicamente vítima do Covid-19, e estabelece suporte financeiro pela União por meio de ações emergenciais direcionadas ao setor cultural do país (Brasil, 2022b).

O Projeto de Lei n.º 2.732, apresentado em 07 de novembro de 2022, institui a Política Nacional de Desenvolvimento da Economia Criativa [PNDEC]. Tal proposta apesar de tramitar em caráter conclusivo nas instâncias legislativas ainda aguarda parecer do relator na Comissão de Ciência, Tecnologia e Inovação (CCTI). Esta proposta é a que mais se adequa e está inteiramente ligada à economia criativa, instituindo o seu lastro legal para poder salvaguardar sua aplicação em todas as localidades nacionais (Brasil, 2022c).

Ainda em 2022, foi instituída a Lei Nº 14.479 de 21 de dezembro de 2022 que instaura a Política Nacional de Desfazimento e Recondicionamento de Equipamentos Eletroeletrônicos e dispõe sobre o Programa Computadores para Inclusão e menciona o estímulo à criatividade no inciso III do artigo 2 e o desenvolvimento de políticas integradas, sob a égide do programa computadores para inclusão no artigo 8, inciso VI que cita a economia criativa (Brasil, 2022d).

Apesar dos esforços em dada fase, que também marca o encerramento de um ciclo político presidencial e antecede um processo de mudanças de espectro político nacional de uma governança direitista para o retorno do viés esquerdistas nos governos. As ações empreendidas nesta fase mantiveram um caráter provisório e não partiram de uma estratégia estruturada voltada à economia criativa. Isso revelou fragilidades na institucionalização da economia criativa, pois as políticas dependeram de contextos de exceção para serem formuladas e não um marco legal que consolidasse sua sistematização.

Fase 5: Retomada da institucionalização (A partir de 2023)

No ano de 2023, o Ministério da Cultura é reativado nas suas atribuições federadas originais como pasta principal para as ações estratégicas nacionais. Isso corrobora com o fortalecimento e reconstrução da política cultural no país, um passo relevante para a retomada da economia criativa como eixo estratégico do desenvolvimento.

Esses esforços também culminaram na criação da Medida Provisória nº 1.154 de 1 de janeiro de 2023 (Convertida com alterações na Lei nº 14.600 de 19 de junho de 2023) que estabelece a organização dos órgãos da Presidência da República e ministeriais, em sua Seção IV que versa sobre o Ministério da Cultura, em seu artigo 21, inciso VI disciplina o desenvolvimento da cultura e a política de economia criativa (Brasil, 2023b, 2023c).

O Projeto de Lei nº 1.937 de 20 de maio de 2024, que busca incluir os segmentos da economia criativa no planejamento que envolve a reconstrução e a recuperação de localidades atingidas em períodos de calamidade pública decretada, ainda carece de parecer do relator na Comissão de Cultura (CCULT) (Brasil, 2024b).

Embora tais ações tenham sido capilarizadas de forma central, mas algumas estratégias descentralizadas em diversas localidades do país ganham espaço.

Em agosto de 2024, o governo federal brasileiro através do Ministério da Cultura (MinC) lança diretrizes da Política Nacional de Economia Criativa. A ação que ficou conhecida como Brasil Criativo trouxe um diálogo para orientar tais ações de fomento à economia criativa em território nacional (Agência Gov, 2024; Brasil, 2024c; Souza, 2025).

Também foi confeccionado documento de duas páginas que traz 15 diretrizes que envolvem: (1) estudos e pesquisas; (2) formação de agentes, (3) investimento, (4) institucionalidade e transversalidade, (5) infraestrutura, (6) monitoramento e avaliação, (7) governança em rede, (8) geração de emprego e renda, (9) inclusão produtiva, (10) acessibilidade e protagonismo, (11) desenvolvimento territorial, (12) diversidade e identidade cultural, (13) internacionalização, (14) legitimação de marcos legais e por último (15) fortalecimento da economia (Brasil, 2024c).

Ao longo da última década, a adoção de políticas integradas carece de articulação, principalmente na implementação nas esferas federadas. Isso tem gerado debates ostensivos no cenário político nacional, onde os especialistas têm defendido a intensificação de tais diálogos sobre economia criativa, principalmente no tocante à tramitação para aprovação do Projeto de Lei nº 2.732/2022 que institui uma Política

Nacional de Desenvolvimento da Economia Criativa [PNDEC], que foi aprovado pela Comissão de Ciência e Tecnologia e Inovação da Câmara dos Deputados em dezembro de 2024 e segue em tramitação em caráter conclusivo, entretanto ainda passará por outras Comissões parlamentares (Miranda & Becker, 2025).

As ações desta última fase indicam uma retomada coordenada por parte do governo federal e de outros entes comprometidos com o fortalecimento da cultura no país, reforçando a institucionalização da economia criativa como uma política capilar.

Para além da perspectiva federal, buscou-se compreender como a economia criativa vem sendo institucionalizada nos estados brasileiros. A análise a seguir concentra-se na dinâmica subnacional e complementa as evidências já identificadas no arcabouço legal sistematizado, que informa ações descentralizadas e que carecem de uma governança que amarre as iniciativas e exija um padrão mínimo para institucionalização.

Ações subnacionais na institucionalização da economia criativa no Brasil

A partir da análise do arcabouço legal brasileiro, pôde-se observar que a institucionalização da economia criativa tem ocorrido de forma fragmentada, e tem assumido uma postura algumas vezes incremental e em outras, descontínua desde os anos 1990. Esse percurso tem sido ancorado em atos burocráticos que necessitam de uma coordenação interinstitucional eficaz (Bresciani, 2022).

Embora existam esforços no campo legislativo e nas tomadas de decisão do executivo, para disciplinar diretrizes e legitimar a economia criativa como política pública nacional, ainda predomina a fragilidade na articulação interfederativa, o que compromete sua efetivação (Procopiuck & Freder, 2020).

De um lado, as comissões parlamentares e ministérios federais têm apresentado propostas e medidas alinhadas ao desenvolvimento do setor criativo. De outro, a morosidade e a intermitência das políticas para a economia criativa sem um foco, reféns de crises, ciclos governamentais e priorizações, têm enfraquecido o alcance de sua institucionalização. Tais fragilidades refletem as dificuldades brasileiras em competir internacionalmente com nações que já implementam políticas estruturadas e coordenadas para o setor há décadas, promovendo um crescimento endógeno sustentado em seus ecossistemas criativos (Romer, 1994, [s.d.]; Bresciani, 2022).

Os estudos de Reis *et al.* (2017) e Serra e Fernandez (2014) apontam para a necessidade de uma política que integre a econômica criativa como modelo econômico reconhecido e respaldado por instrumentos legais diante de sua dinamicidade, inovação e capilaridade territorial.

Conforme apontam Howlett e Rayner (2013) e Procopiuck & Freder (2020), políticas complexas, como as voltadas à criatividade e à cultura, exigem arranjos de governança multinível, que combinem segurança jurídica, flexibilidade institucional e mecanismos de financiamento adequados. Logo, as ações federadas, seja a nível central ou subnacional, precisam de alinhamento entre normas nacionais e ações descentralizadas, valorizando o potencial das localidades e estimulando uma cultura criativa que é inclusiva produtivamente e reconhece seus agentes criativos diversos (Munro, 2017; Lisboa *et al.*, 2022).

Ao considerar os artigos 215 a 216-A da Constituição Federal, que tratam do fortalecimento da cultura nacional, pode-se argumentar que a economia criativa, embora não mencionada expressamente, encontra respaldo implícito para sua efetivação. Tal como as políticas públicas de saúde e educação, que se destacam pela estruturação legal garantida pela Constituição de 1988 e por leis específicas, como a Lei n.º 8.080/1990, que criou o Sistema Único de Saúde (SUS), e a Lei n.º 9.394/1996, que estabeleceu a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN). Sendo assim, a economia criativa também demanda um escopo normativo que dê forma como um vetor estratégico para o desenvolvimento.

Neste contexto, é essencial que o Estado brasileiro, em suas esferas, adote uma estrutura de governança informacional e legal capaz de organizar os atores, definir competências, distribuir recursos e criar mecanismos de avaliação e acompanhamento. Essa coordenação de esforços deve identificar as especificidades culturais e territoriais do país, evitar a replicação de modelos externos e privilegiar a formação de agendas e formulação de políticas desenhadas sob medida para os contextos locais (Howlett & Ramesh, 2003; Serra & Fernandez, 2014).

A análise aqui proposta é sustentada pela compreensão da economia criativa como uma construção histórica e multidimensional, cujas raízes teóricas são fundamentadas no valor cultural (Throsby, 2001), nas indústrias criativas (UK, 1998; Reis, 2008), clusters criativos (Landry, 2000) e na visão das classes criativas (Florida, 2002), e que hoje se consolida como paradigma que conecta inovação, identidade e desenvolvimento territorial na ambiência da economia criativa (Howkins, 2001; Liu, 2021). Essa abordagem permite interpretar a descentralização das políticas criativas não de modo sedimentado, mas como oportunidade para um construto federativo articulado, e inovador (Mulero & Rius-Ulldemolins, 2017).

Com base nessa perspectiva, torna-se fundamental observar as experiências dos entes subnacionais. Mesmo diante da ausência de uma diretriz nacional sistematizada, muitos estados brasileiros vêm elaborando e executando ações em prol da economia criativa. Tais iniciativas, acessadas por meio da transparência institucional e dos portais oficiais entre outubro e dezembro de 2024, foram organizadas e analisadas conforme tipologias de políticas públicas (Howlett & Ramesh, 2003) e categorizadas quanto ao grau de formalização e institucionalização.

A seguir, apresenta-se um quadro sintético (Quadro 2) com destaque para as principais políticas e programas estaduais voltados à economia criativa, que exemplificam tanto os avanços quanto os desafios enfrentados na implementação de ações descentralizadas no Brasil.

Quadro 2. Principais ações de economia criativa no contexto brasileiro

Região	Unidade federativa	Ações e políticas implementadas em destaque
Norte	Acre	Projeto Acre Empreendedor, voltado para o fomento da economia solidária e criativa. Fornece incentivos a eventos culturais, feiras e brechós. Destaque para a escola virtual para a economia criativa (Co.liga) que promove capacitação e cursos digitais gratuitos.
	Amapá	Ações centram na pandemia ainda em 2021, com apoio a artesãos e empreendedores. Em 2023 há retomada por meio do Carnaval.

		Destaque para a emissão da Carteira Nacional do Artesão em parceria com governo federal.
	Amazonas	Tentativa fortalecer a identidade da economia criativa, nominando órgão da administração pública com foco no tema. Observam-se feiras empreendedoras e incentivos financeiros baseados em leis nacionais e de fomento local.
	Pará	Entre 2022 e 2023, eventos de moda, artesanato, festivais de chocolate, flores e joias foram implementados. Eventos na estação das docas têm ganhado destaque em ações da economia criativa. Institucionalmente percebem-se ações descentralizadas entre as Secretarias de Planejamento, Meio Ambiente e Cultura.
	Rondônia	Na consulta da <i>tag</i> economia criativa ações como conferências estaduais, workshops, feiras de artesanato são destaque.
	Roraima	Estímulo à internacionalização da produção criativa, com destaque ao São João no Parque Anauá e à Expoferr Show com a Arena da Economia Criativa onde foram exploradas atividades circenses, dança, e ações com mulheres da região na criação de subprodutos do cacaú.
	Tocantins	Eventos e feiras solidárias ganham destaque na inserção da economia criativa. Abrange parcerias com entes privados como a Fundação Roberto Marinho, para a criação da Escola de Economia Criativa. Oficinas de qualificação de jovens em situação de vulnerabilidade social e cursos gratuitos e online são evidenciados.
Nordeste	Alagoas	Destaca-se o Programa Alagoas Feito à Mão lançado em 2015, que resultou no cadastramento de 15 mil artesãos e oferece benefícios para a comunidade como a isenção de ICMS para notas avulsas.
	Bahia	O projeto Bahia Criativa tem proeminência ao ofertar consultoria e assessoramento técnico aos empreendedores e artesãos locais. O estado tem deixado evidente a economia criativa como um braço forte da economia da cultura, ofertando editais para desenvolvimento. O edital 26/2023 atrelado à Lei Paulo Gustavo e ao fundo da cultura do estado é um exemplo. Fortes parcerias e acordos de cooperação entre governo, Fundação Pedro Calmon, Instituto Confúcio, Universidade Federal da Bahia e Universidade de Xangai, na China, são observadas.
	Ceará	Mantém uma estrutura dedicada à Economia Criativa. Ações a partir do Centro de Design do Ceará (Kuya), permitem consultorias presenciais a designers, artistas locais e abrangem diversas linguagens artísticas. Há planejamento do mapa cultural, elaboração de currículos, portfólios e fichas técnicas, além de assessoramento técnico sobre projetos e editais. O ateliê da economia criativa, criado em setembro de 2023, também contribui com a formação de pessoas e presta serviços de assessoria e consultoria técnica.
	Maranhão	Fortemente potencializada pela Secretaria da Cultura do estado e pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), através de editais de fomento às ações da economia criativa em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Cabe destaque ao panorama divulgado em 2023 pelo Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos (IMESC) intitulado <i>O dimensionamento da Economia Criativa sob a ótica do trabalho no Maranhão</i> que em suas 44 páginas traz resultados das ações do estado relacionadas à economia criativa.
	Paraíba	Em seu escopo ao buscar sobre economia criativa que o estado integra dentre os contemplados pela Lei Aldir Blanc, e ações ligadas à economia circular e de desenvolvimento da cultura. Em novembro alguns municípios do estado lançaram em suas agendas metas estabelecidas a longo prazo, como é o caso do Cariri, e dentre os eixos tidos como prioritários o turismo e a economia criativa figuram

		tais disposições. Em dadas metas, a priorização é para o turismo e economia criativa. O estado através do SEBRAE foi sede da 6ª edição da Feira Internacional de Negócios Criativos e Colaborativos (FINCC). Também se destaca a Escola Integral Técnica de Arte, Tecnologia e Economia Criativa no município de João Pessoa, inaugurada em 2023 pelo estado. Além de editais de fomento e linhas de crédito específicas para os artistas locais.
	Pernambuco	O governo tem dedicado espaço institucional no site da Secretaria de Cultura à Economia Criativa. Também é percebido ênfase do uso do termo <i>economia da cultura</i> na abordagem. Há parcerias com entidades do Sistema S também no fomento a eventos como festivais e feiras. Destaca-se o Festival da Economia Criativa com atrações dentre elas o artesanato e a dança. O estado concentra as expressões criativas por arranjos locais como a Feira de Caruaru, os museus na Região Metropolitana do Recife (Paço do Frevo, Museu do Artesanato, Museu Cais do Sertão, dentre outros), o Cinema São Luiz, a Casa da Cultura e outros espaços.
	Piauí	Concentra 0,31% do PIB representativo das Indústrias criativas e são observadas ações descentralizadas com destaque para feiras e eventos locais que promovem a economia criativa.
Sudeste	Espírito Santo	Dispõe principalmente um espaço no site do governo dedicado à economia criativa onde traz destaque para o Programa ES+Criativo no fomento principal da economia criativa na região. O sítio ainda conta com chamamentos, editais de circulação de intercâmbio entre artistas na região e informes para atualizar tais ações, estes últimos mantêm-se desatualizados desde 2022, última publicação. Destaca-se também o projeto Instrumentarte que difunde o ensino do congo, um gênero musical brasileiro, nas comunidades capixabas.
	Minas Gerais	O estado alcançou a legitimação do Plano Estadual de Desenvolvimento da Economia da Criatividade. E tem tido alinhamento direto com planos governamentais.
	Rio de Janeiro	Incorporação da economia criativa na nomenclatura da Secretaria. Ações e informações atualizadas até 2021. Mas mantém ações de grande porte como Carnaval, eventos temáticos e parcerias com o SEBRAE.
	São Paulo	Estabelecimento do primeiro modelo de feira para a Economia Criativa. As ações criativas representam 3,11% do PIB nacional.
Centro-Oeste	Distrito Federal	Estrutura similar ao Amazonas, com nomenclatura da Secretaria incorporando o termo economia criativa, em uma tentativa de refletir o compromisso público e social.
	Goiás	O estado tem refletido ações relacionadas à Lei Paulo Gustavo. Menos especificidade na abordagem da Economia Criativa.
	Mato Grosso	O estado possui um programa intersetorial Rede Criativa. Cabe destaque para ações de Microcrédito e difusão da economia criativa. Além da institucionalização dos agentes criativos por meio de cadastro online.
	Mato Grosso do Sul	Lançamento do Plano Estadual de Economia Criativa Plano MS+Criativo. Fortalecimento por meio de políticas, programas, ações e projetos colaborativos.
Sul	Paraná	O estado lança mão do programa Paraná Criativo que é uma incubadora de ações criativas, oriunda da parceria da Secretaria da Cultura com o Ministério da Cultura (MINC). Tem realce uma Minuta estadual que trata do impulsionamento cidadão e da renda. No capítulo 3, trata da Política Estadual de Ciência Tecnologia e Inovação (PECTI-PR), mas sem foco evidente na economia criativa; além do próprio Programa de Economia Criativa e do Plano Estadual de Cultura (PEC-PR).
	Rio Grande do Sul	A Diretoria de Artes e Economia Criativa é o órgão que impulsiona a economia criativa. O estado consta com o Programa RS Criativo com

		eixos variados que abrangem a temática e traz um observatório que agrupa ações e estratégias realizadas.
	Santa Catarina	O estado canaliza 8,5% do Produto Interno Bruto (PIB) proveniente da economia criativa. Possui ações fomentadas pela Fundação Catarinense de Cultura e junto a São Paulo e Minas Gerais, torna-se um dos polos que mais incentivam a economia criativa no país.

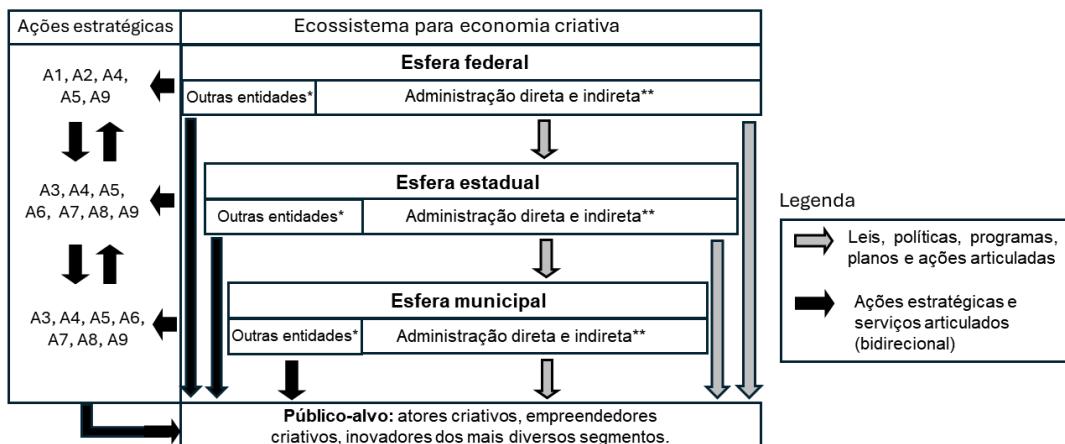
Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Framework para o fortalecimento da institucionalização da economia criativa no contexto brasileiro

A partir das evidências das discussões sobre economia criativa tanto nos aspectos teóricos quanto considerando as balizas legais e ações no contexto brasileiro, a nível federal e nas ações subnacionais. Entende-se nessa proposição que a economia criativa é um fenômeno multidimensional que articula cultura, inovação, identidade e desenvolvimento dos territórios (Howkins, 2001; Liu, 2021), e inserção como política pública requer diretrizes legais e arranjos institucionais coordenados (Howlett & Ramesh, 2003; Procopiuck & Freder, 2020).

Além disso, foram consideradas neste desenho as diretrizes discutidas pelo Ministério da Cultura para a criação de uma Política Nacional da Economia Criativa contidas no pacto Brasil Criativo (Agência Gov, 2024; Brasil, 2024c). Assim, foi estabelecido um *framework* com requisitos para institucionalizar a economia criativa de modo estruturante (Figura 1).

Figura 1. Estrutura e Hierarquia de Ações para a Economia Criativa



*Entidades do segmento privado e do terceiro setor (associações, cooperativas, incubadoras, aceleradoras, startups, dentre outras). **Ministérios, secretarias, conselhos, fundações, autarquias.

Nota. Elaborado pelos autores (2025) adaptado das ações estabelecidas em Agência Gov (2024) e Brasil (2024c).

A estrutura apresentada na Figura 1 se alinha à governança multinível local, conforme proposta por autores como Howlett (2009), Howlett & Rayner (2013) e Procopiuck & Freder (2020), e realça que a institucionalização da economia criativa depende da articulação entre os diferentes níveis da administração pública (União, estados e municípios), e da colaboração com atores não estatais, como associações, cooperativas, startups e organizações da sociedade civil.

O ecossistema é sustentado por dois pilares de articulação:

- Fluxos de normas e formulação das políticas para a economia criativa (setas em cinza-claro): representada por leis, programas e planos oriundos das esferas governamentais que se articulam entre os entes federados e com os agentes criativos. Isso corrobora com as capacidades estatais para indução de políticas públicas para economia criativa.
- Fluxos de implementação e serviços estratégicos (setas em cor preta bidirecionais): indicam as ações, serviços e programas executados, como editais, capacitações, feiras e redes de fomento. O efeito bidirecional realça o diálogo entre atores estatais e estruturas sociais que fomentam a economia criativa e agem nas políticas para inovar, gerar renda e valorizar a cultura local a partir de clusters criativos e das classes criativas (Aguiar & Lima, 2020; Florida, 2002; Landry, 2000; Liu, 2021; Newbigin, 2010).

A proposta visa transformar os aprendizados das últimas décadas, sobretudo da fragmentação e descontinuidade das políticas brasileiras, em uma arquitetura institucional robusta, que parta de marcos legais claros e atue em múltiplas escalas e dimensões da política pública (Bresciani, 2022; Boğa & Topcu, 2020). Essa abordagem é coerente com os movimentos recentes de retomada da institucionalidade cultural no Brasil (Brasil, 2024c) e com a articulação de uma política nacional específica para o setor criativo.

O framework se estruturou em ações de coordenação interfederada e governança multinível (Howlett, 2009; Howlett & Rayner, 2013; Procopiuck & Freder, 2020; Mulero & Rius-Ulldemolins, 2017); aglomerações criativas e valorização local (Landry, 2000; Florida, 2002; Gomes *et al.*, 2024); inclusão produtiva e social (Newbigin, 2010; Paula & Sheen, 2025); balizamento legal e institucionalização (Aguiar & Lima, 2020; Boğa & Topcu, 2020; Bresciani, 2022), valor simbólico e identidade da cultura (Throsby, 2001); monitoramento e avaliação (Souza, 2025); e suporte a criatividade, aos atores criativos e infraestrutura para inovação (Howkins, 2001; Reis, 2008).

As ações propostas no framework visualizado na Figura 1 foram compiladas no Quadro 3, que traz sua articulação com o escopo teórico e as ações subnacionais:

Quadro 3. Síntese das ações e subações propostas para a institucionalização da econômica criativa no Brasil

Ação	Subações	Conexões teóricas e diretrizes federadas
Ação 1 (A1): Coordenação nacional da economia criativa	1.1 Criação de legislação nacional que adote uma hierarquia estruturante nas instâncias federadas, com ente central para fomento da economia criativa e que regule suas ações; 1.2 Desenvolver plano estratégico integrado e participativo para a economia criativa que atenda objetivos de curto, médio e longo prazo, alinhado aos objetivos de desenvolvimento sustentável e considerando as particularidades das localidades.	Howlett & Rayner (2013); Procopiuck & Freder (2020); Fortalecimento da fase 5 do arcabouço legal para a Economia Criativa (Brasil, 2024c)

Ação 2 (A2): Capilarização e inclusão social	2.1 Descentralizar ações nacionais para municípios atuantes; 2.2 Implementar programas que qualifiquem pessoas em situação de vulnerabilidade social, para gerar emprego e renda e formação para a economia criativa	Landry (2000); Florida (2002); Ações no Espírito Santo Programa ES+Criativo; No Rio Grande do Sul (Programa RS Criativo); em <i>Mato Grosso do Sul (Plano MS+Criativo)</i> ; Paraná (Paraná Criativo); e Goiás e Distrito Federal (adoção de leis nacionais em contexto local)
Ação 3 (A3): Fortalecimento por meio de planos e controle por indicadores locais	3.1 Fortalecer através de planos estaduais/municipais de economia criativa. 3.2 Estabelecer indicadores de avaliação contínua da economia criativa, levando em consideração o número de iniciativas apoiadas, a quantidade de bens e serviços produzidos a partir de tais ações, o número de empregos gerados a partir da economia criativa, o volume de recursos operacionalizado, dentre outros	Souza (2025); Liu (2021); Exemplo de Minas Gerais com o Plano Estadual de Desenvolvimento da Economia da Criatividade
Ação 4 (A4): Criação de redes colaborativas e observatórios	4.1 Criar um sistema para cadastro de entidades que estejam aptas a implementar ações em prol da economia criativa; 4.2 Criar núcleos interdisciplinares locais para articularem ações em prol da economia criativa. Os núcleos estariam vinculados às entidades de educação (institutos federais e entidades de ensino superior) com a função de ativar redes colaborativas e conectar os empreendedores, artesãos, artistas, instituições e investidores na troca de saberes e angariar novas oportunidades de negócios. 4.3 instaurar observatório de ações e estratégias a fim de monitorar o desenvolvimento da economia criativa, identificando tendências para os criadores das políticas e subsidiando a tomada de decisões junto aos implementadores.	Boğa & Topcu (2020); Brasil Criativo (2024c); Exemplos no Rio Grande do Sul (RS Criativo); Mato Grosso (<i>Rede Criativa</i>) e Amapá (Carteira Nacional do Artesão
Ação 5 (A5): Cadastramento e identificação dos agentes criativos locais	5.1 Implementar um sistema único para o cadastramento de profissionais e empreendedores da economia criativa (a coleta das informações seria por município, entretanto as informações seriam partilhadas com os demais entes nacionais); 5.2 estabelecer campanhas de cadastramento e de reconhecimento da importância dos agentes e do setor para a economia, destacando seu impacto na cultura local e na geração de emprego e renda na região.	Aguiar & Lima (2020); Exemplos no Maranhão (parcerias com SEBRAE e outras entidades), Tocantins (Escola de Economia Criativa); Mato Grosso (<i>Rede Criativa</i>) e Alagoas (Programa Alagoas Feito à Mão, isenções fiscais)

	5.3 Ofertar isenções fiscais e linhas de crédito desburocratizadas aos agentes criativos.	
Ação 6 (A6): Estímulo à criatividade e inovação local	6.1 desenvolver aceleradoras e incubadoras para empreendimentos da economia criativa, oferecendo assessoria técnica, mentorias e acesso a recursos. Assim como 6.2 estimular a criação de programas e ações inovadoras de incentivo à economia criativa, estimulando a valorização identitária de bens e serviços já estabelecidos com veio cultural e a descoberta de outros.	Reis (2008); Newbigin (2010); Ações no Ceará (Kuya); Distrito Federal, São Paulo, Santa Catarina e Rio de Janeiro (ações criativas e inovadoras).
Ação 7 (A7): Promoção de feiras e eventos colaborativos	7.1 realizar feiras e eventos que promovam a divulgação e a comercialização de bens e serviços locais tanto em âmbito nacional quanto internacional. 7.2 estabelecer parcerias com entidades para viabilizar a participação de empreendedores locais em eventos relacionados à economia criativa relevantes.	Florida (2002); Exemplos no Piauí (FINCC), Pernambuco (Feira de Caruaru e ações nos museus); Tocantins, Rondônia, (Feiras empreendedoras e solidárias)
Ação 8 (A8): Desenvolvimento de competências dos agentes criativos	Implementar programas de formação e capacitação contínua, incluindo cursos, workshops, consultorias, mentorias, visando fortalecer habilidades técnicas e gerenciais a quem opera com economia criativa e para aqueles que gostariam de enveredar por tal segmento.	Khan & Patel (2025); Exemplos do Ceará (Kuya); Paraíba (Escola Técnica de Economia Criativa); Acre (Co.liga e Acre Empreendedor); e Tocantins (Escola de Economia Criativa)
Ação 9 (A9): Internacionalização da economia criativa	9.1 desenvolver estratégias e ações em prol da internacionalização da produção criativa por meio de feiras e eventos, missões comerciais e de intercâmbio cultural. 9.2 estimular parcerias e cooperação técnica e administrativa que permita um maior acesso a informações sobre oportunidades de exportação de bens e serviços criativos, fornecer apoio logístico para interessados em expandir-se globalmente.	UNCTAD (2012); Blanas & Oikonomou (2023); Bahia (Projeto Bahia Criativa) Ações de Roraima, Pará e Tocantins (Feiras solidárias)

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Neste sentido, o *framework* proposto vincula-se aos achados do estudo, se conecta com seu objetivo e visa mitigar as ações fragmentadas a nível federal e estadual para institucionalizar a economia criativa no Brasil.

O modelo é uma resposta com maior integração de ações e escalabilidade e orientação multinível e sua formulação foi possível a partir do referencial coletado sobre o tema, articulando teoria, evidência empírica e diretrizes recentes do governo federal.

Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo analisar o processo de institucionalização da economia criativa no contexto brasileiro a partir da articulação entre marcos legais, políticas públicas federais e estaduais, e evidências obtidas pelo levantamento nos sites governamentais e revisão sistemática da literatura que discute o tema. A pergunta de pesquisa norteadora do estudo como a economia criativa tem sido institucionalizada no contexto brasileiro? foi respondida mediante a identificação de avanços normativos que foram incorporando paulatinamente o sentido de economia criativa, mas de forma difusa, com adoção de políticas emergenciais e iniciativas pelos estados desiguais.

Os resultados evidenciaram avanços que carecem uma maior coordenação e um padrão mínimo para legitimar a economia criativa enquanto política pública. Perceberam-se fases marcadas por momentos de reconhecimento formal, seguidas de períodos de estagnação e descontinuidade, principalmente no âmbito federal. Deste modo, mesmo com o pacto Brasil Criativo, a economia criativa carece de marco normativo consolidado, pois as ações desarticuladas e as iniciativas descentralizadas estaduais têm limitado o potencial estruturante da economia criativa como política pública de longo prazo.

Em resposta a esse diagnóstico, propôs-se um *framework* composto por nove ações e subações que visaram orientar os formuladores e implementadores das políticas para a economia criativa, bem como direcionar os federativos para fortalecer e ampliar as políticas para o setor. Tais diretrizes abrangeram aspectos como relação político-institucional, financiamento sustentável das ações criativas, formação dos atores criativos, monitoramento por observatórios e uma melhor articulação federada. Ainda que as propostas demandem aprofundamento teórico e validação empírica futura, elas se baseiam diretamente nas lacunas evidenciadas na análise normativa e documental realizada no estudo.

Como limitação, reconhece-se que o levantamento nos portais estaduais pode não capturar todas as ações em curso, diante da dinamicidade da economia criativa e em especial ao se considerar contextos de informalidade e de arranjos criativos locais que não tem ações informadas pelos meios de informação digital. Para estudos futuros, recomenda-se aprofundar a análise comparativa entre os estados, investigar o impacto de políticas específicas para a economia criativa nas localidades com estudos de abordagem mista ou quantitativa, por exemplo, que permitam mapear ecossistemas criativos locais e quantificar ações que dialoguem com o desenvolvimento territorial e inovação social.

Por fim, a institucionalização da economia criativa no contexto brasileiro depende de um esforço contínuo de articulação normativa, de coordenação federativa e engajamento dos atores sociais, públicos, privados e sociedade civil, para que os valores simbólicos, econômicos e culturais deste setor sejam fortalecidos nacionalmente e nas localidades.

Referências

Adorno, T. L. W. (2002). *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra.

- Adorno, T. L. W., & Horkheimer, M. (2006). A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In Adorno, T. L. W., & Horkheimer, M. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 57-79.
- Aguiar, R. B., & Lima, L. L. (2020). Políticas públicas de economia criativa: proposta de framework analítico a partir de uma perspectiva de desenvolvimento. *Geographia Meridionalis*, 5(2), 117-133. <https://doi.org/10.15210/gm.v5i2.13747>.
- Agencia Gov. (2024). *Política Nacional de Economia Criativa ganha diretrizes e nova secretaria no MinC*. <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202408/minc-lanca-diretrizes-da-politica-nacional-de-economia-criativa-nova-secretaria-tambem-e-anunciada>.
- Bendassolli, P. F., Wood Jr., T., Kirschbaum, C., & Cunha, M.P. (2009). Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *Revista de Administração de Empresas [RAE]*, 49(1), 10-8. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902009000100003>.
- Blanas, S., & Oikonomou, R. (2023). COVID-induced Economic Uncertainty, Tasks, and Occupational Demand. *Labour Economics*, 102335. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2023.102335>.
- Boğa, S., & Topcu, M. (2020). Creative Economy: A literature review on relational dimensions, challenges, and policy implications. *Economics – Innovative and Economics Research Journal*, 8(2), 149–169. <https://doi.org/10.2478/eoik-2020-0014>.
- Brasil. (1992). *Decreto Nº 28, de 29 de maio de 1992*. <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/1992/decretolegislativo-28-28-maio-1992-358431-publicacao-original-1-pl.html>.
- Brasil. (1994). *Lei Nº 8.948, de 08 de dezembro de 1994*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1996/d2046.htm.
- Brasil. (1996). *Decreto Nº 2.046, de 24 de outubro de 1996*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1996/d2046.htm.
- Brasil. (1999). *Decreto Nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm.
- Brasil. (2004). *Decreto Nº 5.224, de 01 de outubro de 2004*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5224.htm.
- Brasil. (2007a). *Lei Nº 11.484, de 31 de maio de 2007*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11484.htm.
- Brasil. (2007b). *Decreto Nº 2.046, de 23 de outubro de 2007*. <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/2007/decretolegislativo-288-23-outubro-2007-561499-acordo-85140-pl.html>.

- Brasil (2008). *Decreto Nº 6.375, de 19 de fevereiro de 2008*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/decreto/d6375.htm.
- Brasil. (2010). *Lei Nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm.
- Brasil. (2011). *Decreto Nº 7.559, de 1 de setembro de 2011*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/decreto/d7559.htm.
- Brasil. (2012). *Decreto Nº 7.743, de 31 de maio de 2012*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7743.htm.
- Brasil. (2013). *Lei Nº 12.852, de 5 de agosto de 2013*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm.
- Brasil. (2014). *Lei Nº 13.018, de 22 de julho de 2014*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13018.htm.
- Brasil. (2015a). *Projeto de Lei Nº 3.396 de 22 de outubro de 2015*. <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao/?idProposicao=2024504>.
- Brasil. (2015b). *Projeto de Lei Nº 3.672 de 18 de novembro de 2015*. <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao/?idProposicao=2055722>.
- Brasil. (2016). *Decreto Legislativo Nº 143 de 18 de novembro de 2016*. <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/2016/decretolegislativo-143-25-novembro-2016-783947-acordo-151442-pl.html>.
- Brasil. (2018). *Lei Nº 13.696, de 12 de julho de 2018*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13696.htm.
- Brasil. (2020). *Lei Nº 14.017 de 29 de junho de 2020*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14017.htm.
- Brasil. (2021a). *Decreto Nº 10.755 de 26 de julho de 2021*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/decreto/d10755.htm.
- Brasil. (2021b). *Decreto Nº 10.886 de 07 de dezembro de 2021*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/decreto/d10886.htm.
- Brasil. (2022a). *Lei Nº 14.399 de 8 de julho de 2022*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/l14399.htm.
- Brasil. (2022b). *Lei Complementar Nº 195 de 8 de julho de 2022*. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp195.htm.
- Brasil. (2022c). *Projeto de Lei Nº 2.732 de 07 de novembro de 2022*. https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2246514.
- Brasil. (2022d). *Lei Nº 14.479 de 21 de dezembro de 2022*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/l14479.htm.

- Brasil. (2023a). *Decreto Nº 11.356, de 1 de janeiro de 2023*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2023-2026/2023/Decreto/D11356.htm.
- Brasil. (2023b). *Medida Provisória Nº 1.154 de 1 de janeiro de 2023*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/Mpv/mpv1154.htm.
- Brasil. (2023c). *Lei Nº 14.600 de 19 de junho de 2023*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/L14600.htm.
- Brasil. (2024a). *Decreto Nº 12.166, de 5 de setembro de 2024*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2023-2026/2024/Decreto/D12166.htm.
- Brasil. (2024b). *Projeto de Lei Nº 1.937 de 20 de maio de 2024*. <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2434828>.
- Brasil. (2024c). Ministério da Cultura.
- Ministério da Cultura lança Brasil Criativo: diretrizes da política pública para fortalecer a economia criativa.* <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/minc-lanca-diretrizes-da-politica-nacional-de-economia-criativa-nova-secretaria-tambem-e-anunciada/brasilcriativofolder2dobrafa40108.pdf>.
- Bresciani, L. P., Peria, P. V. G., & Chér, L. B. (2022). Panorama das políticas de fomento à Economia Criativa na América Latina. *Brazilian Creative Industries Journal*, 2(2), 296–311. <https://doi.org/10.25112/bcij.v2i2.3071>.
- Castro-Lopez, A., Entrialgo, M., Liao, C.T., & Santos-Vijande, M.L. (2025). Towards circular economy through innovation: the role of entrepreneurial orientation and human resource management. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(36). <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01032-x>.
- Couto, F. G. (2011). *Gerenciamento de projetos no âmbito da Economia Criativa: Um estudo de caso das “Incubadoras Rio Criativo”*. [Dissertação de mestrado]. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Engenharia Industrial https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/17524/17524_1.PDF
- Coy, P. (2000). *The Creative Economy, Which companies will thrive in the coming years? Those that value ideas above all else*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2000-08-27/the-creative-economy>.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Reasearch Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Approaches*. 6th Edition. SAGE Publications, Inc.
- Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.037>.
- Dravet, F. M.; Silva, A. M.; Chaves, B. (2022). Perspectivas Teóricas e Aplicadas na Pesquisa em Economia Criativa no Brasil: Revisão de escopo. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 18(3), 254-267. <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v18i3.6683>.

- Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro [FIRJAN]. (2022). Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Firjan. <https://observatorio-hmg.firjan.com.br/inteligencia-competitiva/mapeamento-da-industria-criativa-2022>.
- Gomes, V. M. L. R., Kieling, A. S., Josemin, G. C., & Marcondes, C. I. (2024). Ciclo para o desenvolvimento da economia criativa: uma proposta teórica. *Animus*, 23(51). <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/87838>.
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M.-J. R., & Vora, G. (2021). The creative economy, innovation and entrepreneurship: an empirical examination. *Creative Industries Journal*, 14(1), 23–62. <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1744215>.
- Harris, C., Collins, M., & Cheek, D. (2013). *America's Creative Economy: A Study of Recent Conceptions, Definitions, and Approaches to Measurement Across the USA*. In: Harris, C., Collins, M.; Cheek, D. A Report from the Creative Economy Coalition [CEC], a Working Group of the National Creativity Network. Oklahoma City, National Creativity Network in collaboration with Creative Alliance Milwaukee. <https://www.arts.gov/sites/default/files/Research-Art-Works-Milwaukee.pdf>.
- Hartley, J. (2005). Creative industries. Blackwell.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane.
- Howlett, M. (2009). Governance modes, policy regimes and operational plans: A multi-level nested model of policy instrument choice and policy design. *Policy Sciences*, 42(1), 73–89. <https://doi.org/10.1007/s11077-009-9079-1>.
- Howlett, M., & Rayner, J. (2013). Patching vs Packaging in Policy Formulation: Assessing Policy Portfolio Design. *Politics and Governance*, 1(2), 170-182. <https://doi.org/10.17645/pag.v1i2.95>.
- Khan, Z., & Patel, A. (2025). Leveraging Industry-Academic Partnerships for Skill Development in the Digital Economy. *IJWOS*, 2(1), <http://www.ijwos.com/index.php/home/article/view/8>.
- Landry, C. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. New York: Earthscan, 2000.
- Liu, Z. (2021) 'The Impact of Government Policy on Macro Dynamic Innovation of the Creative Industries: Studies of the UK's and China's Animation Sectors', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 168. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030168>.
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2021). *Metodologia do Trabalho Científico*. 9ed. São Paulo, Atlas.
- Miranda, T., & Becker, M. Agência Câmara de Notícias. (2025). *Comissão aprova projeto com medidas para incentivar a economia criativa*.

- <https://www.camara.leg.br/noticias/1127809-comissao-aprova-projeto-com-medidas-para-incentivar-a-economia-criativa/>.
- Mulero, M. P., & Rius-Ulldemolins, J. (2017). From creative city to generative governance of the cultural policy system? The case of Barcelona's candidature as UNESCO City of Literature. *City, Culture and Society*, 10, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.05.001>.
- Munro, E. (2017). Building soft skills in the creative economy: Creative intermediaries, business support and the 'soft skills gap'. *Poetics*, 64, 14-25. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2017.07.002>.
- Newbigin, J. (2010). *A economia criativa: um guia introdutório*. Série Economia Criativa e Cultura, v. 1. London: British Council. https://www.institutopensar.com/admin/arquivos/317_guia.pdf.
- Oliveira, J. M, Araújo, B. C., & Silva, L. V. (2003). *Panorama da economia criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Ipea. https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf.
- Paula, V. S., & Sheen, A. E. C. (2025). Economia criativa, sustentabilidade e impacto social. *Revista de Estudos Interdisciplinares*, 7(1), 01-16. <https://doi.org/10.56579/rei.v7i1.1648>.
- Petticrey, M., & Roberts, H. *Systematic Reviews in the Social Sciences: A Practical Guide*. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2006. <https://doi.org/10.1002/9780470754887>.
- Procopiuck, M., & Freder, S. M. (2020). Public policies and multilevel governance to promote the creative economy from the cultural field. *Nova Economia*, 30(2), 383-405. <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/novaconomia/article/view/4716>.
- Reis, A. C. F. (2008). Introduction. Historical outlook. In: Reis, A. C. F. *Creative economy: as a development strategy a view of developing countries*. São Paulo: Itaú Cultural.
- Rosyadi, S., Sabiq, A., Ahmad, A. A., & Nuryanti. (2022). The Indonesian Government Capacity in Responding to the COVID-19 Impacts on the Creative Economy Sector. *SAGE Open*, 12(2), 21582440221. <https://ideas.repec.org/a/sae/sagope/v12y2022i2p21582440221105820.html>.
- Seoane, M. V. (2017). Cultura Viva, a challenge to the creative economy policy discourse in Brazil. *Bulletin of Latin American Research*, 36(4), 424–439. <https://doi.org/10.1111/blar.12637>.
- Silva, F.C., Vieira, E.T., & Santos, M.J. (2024). A economia criativa como motor do desenvolvimento local: o caso de Natividade – TO. *DRd - Desenvolvimento Regional em debate*, 14, 886-907. <https://doi.org/10.24302/drd.v14.4777>.

- Silva, A. P., & Muzzio, H. (2023). Uma cidade criativa para potencializar o desenvolvimento local sustentável. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*. Porto Alegre, 29(1), 200-223. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.378.122393>.
- Souza, I. A. J. (2025). Evaluation of creative economy policies and prospects on a (re)birth of Brasil Criativo. *Diálogo com a Economia Criativa*, 10(28), 151-171. <https://doi.org/10.22398/2525-2828.1028151-171>.
- Sung, T. K. (2015). The creative economy in global competition. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 89–91. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.003>.
- Teixeira, V. P., Teixeira, W., & Benini, E. G. A institucionalização da economia criativa no estado de Mato Grosso do Sul. *Interações*, 20(4), 1235-1248, 2019. <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v20i4.1864>.
- United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD]. (2012). *Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma opção de desenvolvimento*. Brasília Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural.
- Watanabe, J. Y., Borges, L. M. B., & Guilherme, L. (2025). *Vista do Economia criativa: um olhar cronológico*. Diálogo com a economia criativa, 9(25), 73-91. <https://doi.org/10.22398/2525-2828.92573-91>.
- White, D. S., Gunasekaran, A., & Roy, M. H. (2014). Performance measures and metrics for the creative economy. *Benchmarking: An International Journal*, 21(1), 46-61. <https://doi.org/10.1108/BIJ-03-2012-0017>.