



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE ECONOMIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

LUANA ALMEIDA SANTOS SANTANA

**ECONOMIA CRIATIVA COMO ALTERNATIVA PARA A REDUÇÃO
DO DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O
ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA**

Salvador

2022.2

LUANA ALMEIDA SANTOS SANTANA

**ECONOMIA CRIATIVA COMO ALTERNATIVA PARA A REDUÇÃO
DO DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O
ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA**

Trabalho de conclusão no curso de Ciências Econômicas da
Universidade Federal da Bahia como requisito para obtenção do grau
de Bacharel em Ciências Econômicas no semestre 2022.2.

Área de concentração: Economia Criativa

Orientador: Prof. Ihering Guedes Alcoforado

Salvador

2022.2

Ficha catalográfica elaborada por Valdinea Veloso Conceição CRB5-1092

S231	<p>Santana, Luana Almeida Santos</p> <p>Economia criativa como alternativa para redução do desemprego entre os jovens: um estudo de caso sobre o escritório Bahia Criativa / Luana Almeida Santos Santana . _ Salvador: 2022.</p> <p>42f. il. fig. tab.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) - Faculdade de Economia, Universidade Federal da Bahia, 2022.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Ihering Guedes Alcoforado de Carvalho</p> <p>1.Economia 2.Economia criativa. 3 Desemprego I. Carvalho Ihering Guedes Alcoforado II. Título III. Universidade Federal da Bahia</p> <p>CDD 330</p>
------	---

LUANA ALMEIDA SANTOS SANTANA

**ECONOMIA CRIATIVA COMO ALTERNATIVA PARA A REDUÇÃO
DO DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O
ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA**

Trabalho de conclusão no curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal da Bahia
como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Ciências econômicas.

Aprovada em 13 de dezembro de 2022.2

Banca Examinadora

Prof. Ihering Guedes Alcoforado

Prof. da Faculdade de Economia da UFBA

Prof. Henrique Tomé da Costa Mata

Prof. da Faculdade de Economia da UFBA

Prof. Juliana Freitas Guedes

Prof. no Centro Universitário Jorge Amado

RESUMO

O objetivo do trabalho é analisar o setor econômico formalizado como Economia Criativa, onde é formado pelas indústrias criativas (ramos de atuação), como alternativa para redução do desemprego entre os jovens. Para tanto, foi feito um panorama da temática, e um estudo de caso no Escritório Bahia Criativa, também conhecido como Incubadora, programa criado pelos frutos do Plano Brasil Criativo. O escritório funciona como um centro de interação entre empreendedores criativos, espaço de informações, fomento e de parcerias com governos, bancos, universidades e sistema S. Para analisar suas atividades, foram extraídos dados do Balanço das Ações (2014 - 2016), publicado pela Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA) e do Resumo Executivo do Programa Jovens Empreendedores, fornecido pela Coordenadora da Incubadora, Taís Corrêa Viscardi. Os resultados apontam o interesse do público jovem sobre o setor em constante crescimento no país e da procura destes por atividades de cunho profissionalizante, evidenciando a importância de políticas públicas para o fomento do setor em ascensão.

Palavras-chave: Economia Criativa. Desemprego. Jovens criativos. Incubadora Bahia Criativa.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the economic sector called Creative Economy, where it is formed by the creative industries, as an alternative to reduce unemployment among young people. For that, an overview of the theme was made, and a case study at the Bahia Creative Office, also known as Incubadora, a program created by the fruits of the Brasil Criativo Plan. The office functions as an interaction center for creative entrepreneurs, information space, promotion and partnerships with governments, banks, universities and the S system. To analyze its activities, data were extracted from the Balance of Actions (2014 - 2016), published by Department of Culture of the State of Bahia (SecultBA) and the Executive Summary of the Young Entrepreneurs Program, provided by the Incubator Coordinator, Taís Corrêa Viscardi. The results point to the young public's interest in the constantly growing sector in the country and their demand for professional activities, highlighting the importance of public policies for the promotion of the rising sector.

Keywords: Creative Economy. Unemployment. Creative young people. Bahia Creative Incubator.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS NO BRASIL E A ECONOMIA CRIATIVA	9
2.1	DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS NO BRASIL	9
2.2	CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA	10
2.3	PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL	12
2.4	O PLANO BRASIL CRIATIVO	15
2.5	ECONOMIA CRIATIVA COMO ALTERNATIVA PARA A REDUÇÃO DO DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS	17
3	ESTUDO DE CASO DO ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA	22
3.1	APRESENTAÇÃO DA METODOLOGIA (YIN, ESTUDO DE CASO)	22
3.2	ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA	22
3.3	AÇÕES ESTRUTURANTES DO ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA	26
3.4	PROGRAMA JOVENS EMPREENDEDORES	26
3.4.1	Avaliação de resultados do Projeto Bahia Criativa Jovens Empreendedores	32
3.4.2	Depoimento de participantes	34
3.5	JOVENS EMPREENDEDORES NO MESTRE PROJETISTA	37
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
	REFERÊNCIAS	

1 INTRODUÇÃO

O desemprego é um problema estrutural causado pelo descompasso entre empregos disponíveis e os níveis de habilidade dos desempregados, e não um problema conjuntural, provocado por uma situação momentânea no mercado de trabalho, pois é causado por fatores externos ao ciclo do negócio. Os fatores que levam ao desemprego normalmente são os mesmos ao redor do mundo, no entanto, o formato das políticas públicas adotadas por cada país divergem no sentido de cada medida adotada.

No Brasil, a desocupação oficial no país é determinada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), onde dados apontam 13,5 milhões de desocupados no 3º trimestre de 2021, amargando uma taxa de 12,6% de desocupados no país e ocupando o 4º lugar no ranking com 44 países da taxa de desemprego mundial. A maior taxa de desocupação por faixa etária no Brasil, está entre o grupo de 14 a 17 anos (43,2%), seguido pelo percentual de (29,5%) entre jovens de 18 a 24 anos. Ambas as taxas, somam um percentual 3,2 vezes superior à registrada entre adultos. Entre os estados do Brasil, a Bahia aparece com a maior taxa de desocupação do país, empatada com Pernambuco (21,3%) e bem acima do indicador nacional, que ficou em 12,6%, um recorde histórico. O estado também apresenta a maior taxa de desemprego entre os jovens de 18 a 24 anos, registrando um percentual de (18,7%), seguido do Amapá (17,2%), Alagoas e Roraima (16,5%).

O mercado de trabalho Brasileiro, é gerido por relações de trabalho industriais, de bens primários e da produção de commodities. No entanto, cresce e se destaca a cada dia mais um novo segmento de relações trabalhistas, a Economia Criativa. Também conhecida como a terceira revolução industrial (integração das indústrias culturais, novas tecnologias digitais de informação e as artes de um modo geral), o setor é composto por indústrias criativas (Bendassolli, 2009). Apesar de o Brasil possuir um potencial criativo elevado, a temática encontra-se ainda em desenvolvimento, mas ainda assim fica à frente de muitas potências mundiais. Segundo Valiati; Fialho (2017), os trabalhadores criativos são mais jovens e bem pagos, com isso, a economia criativa apresenta-se como uma nova porta de entrada para a ingresso de jovens no mercado de trabalho.

O Mapeamento sobre Empreendedorismo Social e Criativo no Brasil, aponta que as empresas sociais e criativas do Brasil estão gerando mais empregos formais comparado à economia

brasileira em geral. Em um cenário que o país teve 1,7 milhões de trabalhos encerrados (2015-2017), o processo de transformação digital vinha em ascensão, e mesmo com uma participação estagnada no Produto Interno Bruto (PIB) referente aos setores da Economia Criativa, a tendência no processo chamado digitalização e/ou transformação digital (NEWBIGIN, 2010) continuou em linha de crescimento.

Em 2012, através de um convênio entre o Ministério da Cultura (MinC) e a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA), formalizou-se a criação de um escritório público de atendimento a empreendedores que atuam no Estado, o Escritório Bahia Criativa, onde presta serviços às pequenas e microempresas, além de capacitação aos profissionais do setor (Escritório Bahia Criativa, 2017). Em 2018, a Economia Criativa movimentou R \$7,9 bilhões representando 3,2% do valor agregado do PIB no estado da Bahia, e os trabalhadores criativos representam em média 1,7% das ocupações existentes no mercado de trabalho baiano (FIRJAN, 2016).

O estudo busca analisar o mercado da Economia Criativa como alternativa para redução do desemprego entre os jovens, ressaltando a importância das políticas públicas para o fomento dos setores em ascensão. Embasando-se nos aspectos históricos e estatísticos para defender a hipótese de que as indústrias criativas podem aquecer o mercado de trabalho, diante da crise econômica e política atual, estimulando o desenvolvimento da cadeia do setor criativos, onde a maior parte desses profissionais atua nas áreas de consumo e tecnologia.

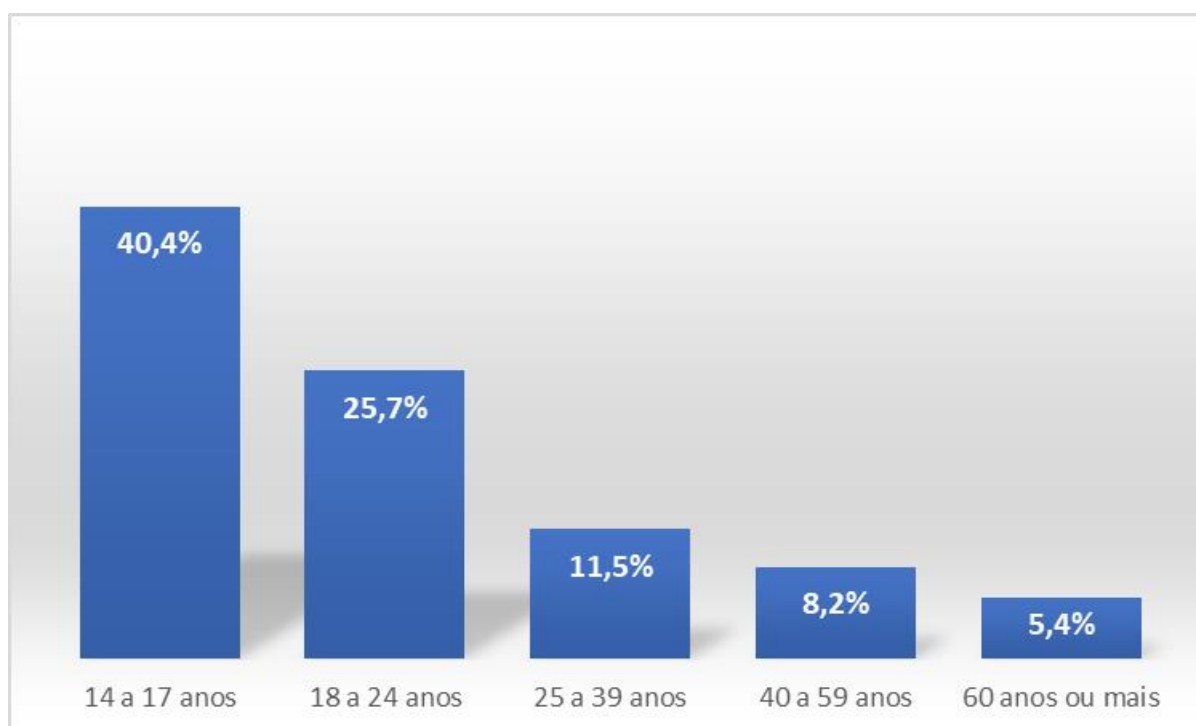
Com este propósito o trabalho consta desta introdução mais três partes e uma conclusão. Na primeira parte identifica-se o problema estrutural do desemprego entre os jovens no Brasil, logo em seguida será feito um panorama da Economia Criativa, e no terceiro capítulo serão apresentadas as ações públicas já existentes para o fomento e a capacitação da mão de obra criativa baiana, através do estudo de caso do Escritório Bahia Criativa. Na conclusão foram abordados os resultados obtidos com a pesquisa monográfica.

2 DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS NO BRASIL E A ECONOMIA CRIATIVA

2. 1 DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS NO BRASIL

A maior taxa de desocupação por faixa etária no Brasil, está entre o grupo de 14 a 17 anos (40,4%), seguido pelo percentual de (25,7%) entre jovens de 18 a 24 anos, sendo superior ao dobro da taxa geral, que inclui toda a população, sendo de (12,6%) de desocupados. Os dados foram divulgados no dia (30.nov.2021) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referente ao 3º trimestre de 2021. (IBGE, 2021)

Figura 1 - Taxa de desocupação (%), na semana de referência, das pessoas de 14 anos ou mais de idade, por grupos de idade – Brasil - 3º trimestre de 2021



Fonte: Elaboração própria com dados do IBGE (2021)

A falta de qualificação profissional, de perspectivas no mercado de trabalho por não ter experiência e da vulnerabilidade socioeconômica, faz com que o desemprego, entre a faixa etária jovem no Brasil, tenha taxas tão elevadas. A Organização Internacional do Trabalho (OIT), emitiu dados relatando que mais de um em cada seis jovens, deixaram de trabalhar em vagas formais desde o início da pandemia, construindo obstáculos revelando o efeito

devastador sobre os jovens trabalhadores na busca por emprego ou por melhores condições empregatícias, ligando o alerta da necessidade de políticas públicas urgentes para a população jovem.

O Mercado de trabalho nos tempos atuais, está incorporado em uma rede de constantes mudanças, sendo ele a força motriz dos agentes na geração de produto e riqueza. Estas mudanças se dão em meio a mudanças de orientação política e econômica no Brasil a partir dos anos 2000, em função da fase positiva de exportação de commodities agrícolas, fomentando a demanda nos mais diversos setores.

A intervenção estatal nas atividades econômicas propulsionou a criação de universidades, o fomento à pesquisa e à inovação tecnológica, e a criação de secretarias ministeriais especiais que viriam 83 ATLAS ECONÔMICO DA CULTURA BRASILEIRA a colaborar para o desenvolvimento e aperfeiçoamento das mais variadas formas de organização social em prol da produção e comercialização. (VALIATI, 2017 p. 82)

Toda essa mudança gerou transformações estruturantes das atividades econômicas, surgindo uma discussão mais ampla da temática da Economia Criativa no Brasil, sendo possível, traçar uma nova visão da capacidade econômica das atividades culturais e criativas do país. As Indústrias Criativas, que é composto pela integração das Indústrias Culturais, das novas tecnologias digitais de informação e das artes de um modo geral, vem atingindo um crescimento contínuo, em um movimento de grande expansão, formalizando o setor da Economia Criativa. Apesar de o Brasil possuir um potencial criativo tão rico, ainda não há medidas eficazes para o desenvolvimento da temática. Com grandes características de atuação no mercado, a Economia Criativa apresenta-se como uma nova porta de entrada para a ingresso de jovens no mercado de trabalho.

2.2 CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA

O termo Indústrias Criativas, passou a ser discutido na Austrália no ano de 1994, mas foi na Inglaterra, na mesma década, que começou a ganhar força, após um mapeamento detalhado do setor criativo. Esta expressão é recente, pois constitui produtos da terceira revolução industrial, da integração das indústrias culturais, junto com as novas tecnologias digitais de informação e as artes de um modo geral. Sendo assim, dando características as Indústrias Criativas, que tem como principal matéria prima, a criatividade e o intelecto humano, transformando ideias

decorrentes em produtos e serviços com fins econômicos, fomentando a economia e diferenciando-se do processo clássico.

Evidentemente, as mídias digitais e as milhares de empresas criativas que vêm se tornando possíveis pelas tecnologias digitais são novas, mas o desejo de criar coisas que vão além da dimensão pragmática (valor cultural) é tão antigo quanto a humanidade. Sempre existiram e existirão pessoas com a imaginação e os talentos necessários para consegui-lo, assim como pessoas que pagarão por ele. Esta é a base da Economia Criativa, onde sua origem se deu quando as antigas tradições do trabalho cultural e industrial, começaram a ter vínculos com atividades produtivas modernas, como a publicidade, o design de roupa, o desenho gráfico e a mídia de imagens em movimentos, tendo uma abrangência pelo poder da tecnologia digital (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016).

No centro da Economia Criativa é necessário existir um sistema efetivo de controle da propriedade intelectual. A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) é a agência das Nações Unidas que trabalha em parceria com órgãos nacionais e internacionais para estabelecer normas e tais parâmetros comuns, para evitar o plágio e as cópias dos bens produzidos. Algumas pessoas argumentam que essa “guerra contra a pirataria” é simplesmente uma última tentativa das indústrias obsoletas que lutam para defender os seus interesses num mundo em mudança, e cujos modelos de proteção do direito autoral não são possíveis na internet. Mas um sistema eficaz que permita aos criativos se beneficiarem do seu trabalho e que os donos de direitos legais possam defender seus direitos é essencial para driblar a vulnerabilidade (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016).

Naturalmente, os governos têm um papel importante no processo de cultivar a criatividade. Mas, por definição, a economia se move de acordo com o ritmo criativo das pessoas criativas e elas, por sua vez, se movem em acordo com o ritmo das culturas das quais pertencem. O significado real das Indústrias Criativas repousa não apenas no seu valor econômico, ou mesmo no seu impacto social e cultural mais amplo, mas no fato delas fornecerem um modelo para a maneira em que outros segmentos da economia precisam e necessitam mudar com o objetivo de conseguirem sobreviver e prosperar na era digital (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016).

O termo 'economia do conhecimento' é muito mais amplo do que o termo economia criativa. Foi utilizado pela primeira vez pelo austríaco teórico de administração Peter Drucker e é, também, objeto de debate. A Wikipedia a define como "o uso das tecnologias do conhecimento para produzir benefícios econômicos, bem como a criação de emprego". Às vezes é utilizado como sinônimo de "sociedade da informação" que, obviamente, tem um alvo ainda maior. Segundo a Wikipedia trata-se de "uma sociedade na qual a criação, difusão, utilização, integração e manipulação de informações são atividades significativas desde o ponto de vista político e cultural". Em 1997, a União Europeia propôs o objetivo de se tornar uma 'sociedade da informação' até 2010 e rebatizou uma das Diretorias-Gerais da Comissão Europeia como DG Sociedade de Informação (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016 p. 29).

Uma implementação efetiva de políticas é essencial para o desenvolvimento de uma economia criativa competitiva e sustentável. Esta estrutura, em torno da qual se desenvolve a economia criativa, é determinada por uma série de intervenções do governo que vão desde normas de propriedade intelectual até regimes fiscais e políticas de educação, ao mesmo tempo em que proporciona um eixo no qual as relações culturais se entrelaçam (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016).

2.3 PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

No Brasil o tema passou a ser conhecido quando a Conferência das Nações Unidas sobre comércio e desenvolvimento (UNCTAD), realizou uma reunião ministerial no ano de 2004 (Dário e Carvalho, 2013). Mas foi no governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva que se iniciou as discussões e criações de programas federais, juntamente com o seu Ministro da Cultura Gilberto Gil e em sequência Juca Ferreira, realizando repasses de recursos. Em 2011 já no Governo Dilma Rousseff, o Ministério da Cultura (MinC) deu passos largos e criou a Secretaria da Economia Criativa e Diretrizes do Desenvolvimento Cultural (Dário e Carvalho, 2013), tendo uma função muito importante no país, criando o Plano Brasil Criativo, este que teve como finalidade a fomentação da Economia Criativa, por meios de mapeamentos e ações de incentivo e de estruturação, dando apoio às pequenas e microempresas, trabalhadores informais e eventos culturais em geral, prestando orientação e condução para o desenvolvimento. No entanto, a pasta não durou nem cinco anos e hoje está vinculada à Secretaria Especial da Cultura (Secult), presente no atual Ministério da Cidadania (MDS), onde o MinC foi incorporado.

Criar, inovar e transgredir, três palavras distintas que juntas compõem o cenário econômico da Economia Criativa, dando espaço ao novo, ao intelecto individual humano, usando a criatividade como motor principal do seu funcionamento, dando origem a uma nova era de perspectivas, onde o bem-estar social se tornou prioridade no cotidiano das pessoas. É notória esta afirmação, quando você percebe a escolha de um indivíduo a assistir uma peça teatral ao invés de adquirir um novo bem, como uma peça de roupa, caracterizando assim a passagem do consumo material para o pós-material, alguns autores classificam esta passagem como a terceira revolução industrial (BENDASSOLLI, 2009).

Para que as empresas dos setores criativos possam se desenvolver, é necessário contar com um ambiente propício, onde as coisas possam acontecer, contando com incentivos e perspectivas futuras. Tudo começa com a formação histórica das cidades, onde a cultura é fator determinante para culminar as atrações locais, assim como o carnaval baiano atrai milhares de turistas do mundo inteiro todos os anos, isso é atratividade, gerando renda em vários segmentos, fomentando a economia baiana.

Os setores criativos são classificados e divididos a depender da concepção de cada país, cada um tem uma visão e no Brasil, segundo a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2008) se dividem em treze segmentos, subdivididos por quatro áreas:

- **Consumo**
Publicidade (atividades de publicidades, marketing, pesquisa de mercado e organizações de eventos), **Arquitetura** (design e projeto de edificações, paisagens e ambientes, planejamento e conservação), **Design** (design gráfico, multimídia e de móveis), **Moda** (desenho de roupas, acessórios, calçados e acessórios; modelistas).
- **Cultura**
Expressões Culturais (artesanato, folclore, gastronomia), **Patrimônio e Artes** (serviços culturais, museologia, produção cultural, patrimônio), **Música** (gravação, edição e mixagem de som, criação e interpretação musical), **Artes Cênicas** (atuação, produção e direção de espetáculos teatrais e de dança.)
- **Mídias**
Editorial (edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital), **Audiovisual** (desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão).
- **Tecnologia**
P&D (desenvolvimento experimental e pesquisa em geral, exceto biologia), **Biotecnologia** (bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais), **TIC** (desenvolvimento de softwares, sistemas, consultoria em TI e robótica).

Estes segmentos compõem o que se classifica como criativo, inovador e de constante desenvolvimento no país, contando com o potencial humano, junção da arte com todas expressões culturais e históricas. É o amor pelo que faz trazendo retorno financeiro, do artesão ao arquiteto, moldando a arte e levando para a vida das pessoas, letras de músicas que soam de geração a geração, elas não possuem prazo de validade e podem gerar lucros contínuos, pela garantia dos direitos autorais.

É notória que a introdução da tecnologia, gerou uma revolução, dando espaço a era digital de informação, onde a economia passa a trilhar outros caminhos, colocando o conhecimento como força motriz do funcionamento econômico, surgindo assim uma nova forma de consumo, passando de valores materialistas, para pós-materialistas, onde a rede social, as novas comunicações, construiu um novo espaço, e o capital e o trabalho passaram a ser substituídos pela base intelectual, denominando-se como a virada cultural (BENDASSOLI, 2009).

As indústrias criativas apresentam características da forma de produção e de consumo bem diferentes das indústrias clássicas, os produtos e serviços não se conseguem prevê a estimativa de como será a reação do público, conta-se com as expectativas de que a demanda gostará daquela peça que está em cartaz, fará download do novo hit lançando na internet e comprará ingressos para o lançamento do novo filme. Tudo isso gera uma espera e é necessário que aquele mapeamento de gostos em uma determinada época seja certo e se consiga alcançar o agrado do público. No entanto estas produções não possuem limites de vendas, ou de produções, e a busca do público é ilimitada (BENDASSOLI, 2009).

O Plano Brasil criativo foi de extrema importância para o país, em período de crise os empregos criativos foram os únicos a continuar crescer, com porcentagem de crescimento dentro o período de dois anos, quase despercebida de apenas 0,1%, é necessário enfatizar que o mercado de trabalho se encontrava em queda, em 2015 o país atravessava uma crise econômica de bastante impacto, com isso, fica clara a capacidade de se reinventar da indústria criativa, estes que também se encontram nas indústrias clássicas, não se restringindo apenas aos setores criativos, cada vez mais as empresas tradicionais, buscam por profissionais com a capacidade de provocar mudanças e trazer rendimento as mesmas, com novas perspectivas de mercado (FIRJAN, 2016).

Sob a ótica da produção, a área criativa se mostrou menos impactada ante o cenário econômico adverso do período 2013-2015, quando comparada à totalidade da economia nacional. De fato, a participação do PIB Criativo no PIB Brasileiro cresceu de 2,56% para 2,64%, mantendo a tendência observada desde meados da década passada. Como resultado, a área criativa foi responsável por gerar uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões para a economia brasileira no último ano, valor equivalente à soma dos valores de mercado das marcas Facebook, Zara e L' Oréal reunidas (FIRJAN, 2016 p. 12).

Com base nos dados, é possível salientar a necessidade do olhar público para as áreas, juntamente com a parceria do privado e pessoa física.

2.4 O PLANO BRASIL CRIATIVO

O Plano Brasil Criativo, elaborado pela Secretaria da Economia Criativa, tinha como objetivo a fomentação das pequenas e microempresas, criando uma estrutura de políticas públicas, onde o governo federal estaria se mobilizando para intensificar medidas de desenvolvimento ao setor criativo. O documento foi elaborado entre abril e julho de 2011 e contou com a participação de especialistas e parceiros institucionalistas, assim como representantes de grandes organizações, contando com apoio de secretarias vinculadas ao Ministério da Cultura e um total de 16 ministérios (BRASIL, 2012).

Todo este debate tem como motivação a ideia da valorização da cultura, indo do imaterial a valores econômicos, usando a cultura para desenvolver o crescimento econômico do país, tendo como missão de transformar a criatividade brasileira em inovação e em riqueza cultural, econômica e social (MARCHI, 2014). Todos estes pressupostos serviram de base, para que o governo federal tomasse a iniciativa do projeto, tendo um olhar que antes não se tinha. No plano estrutural temos a promoção do desenvolvimento local e regional, construção e institucionalização de marcos legal e no plano de ações finalísticas, fomento ao empreendedorismo e à inovação de empreendimentos criativos, formação para competências criativas e inovadoras (BRASIL, 2012).

Foi lançada em 2011, uma entidade que visava à integração da cadeia dos setores criativos, a Federação Nacional da Economia Criativa (FNEC), com o objetivo de conagraçamento e integração dos trabalhadores, culminando em maiores desenvolvimentos, e em 2013, o Ministério da Cultura lança a Rede Incubadora Brasil Criativo, ‘’ Para ofertar aos agentes culturais cursos e consultorias, modelo de negócios e planejamento estratégico, assessoria

contábil, jurídica e de comunicação, direito autoral, marketing, elaboração de projetos e captação de recursos, e acompanhamento contínuo. ” (NECCULT, 2021). As políticas de desenvolvimento, teve o apoio de universidades, governo e bancos, buscando o desenvolvimento e expansão nas cidades Brasileiras. A economia funciona como um todo, que precisa de gatilhos, direção e estruturação, onde a união faz a base e desenvolve o crescimento econômico, a partir do momento que o apoio se estendeu, é notório o desenvolvimento do setor no Brasil, alavancando outros ramos e construindo novas rotas, e para chegar a realizações como esta, foi necessária encarar desafios e ações.

O Plano Brasil criativo, discutido em diversas reuniões teve suas principais pautas e desafios a serem estabelecidos, em meio a tantos encontros e conversas, foram estabelecidos técnicas e pontos necessários para se chegar à concretização de ações econômicas, consolidando estratégias de parceiros (BRASIL, 2016).

- O primeiro desafio: Levantamento de informações e dados sobre a Economia Criativa brasileira, onde seria necessário retomar dados primários por meio de uma conta satélite do Ministério da Cultura, e a realização de um estudo da área por meio de pesquisas regionais e de municípios e de associações voltadas para o setor.
- O segundo desafio: A articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, chamadas específicas e orientação aos profissionais criativos para a linha de microcrédito, mecanismo de financiamentos, articulação junto às instituições financeiras estatais sobre o risco dos mercados criativos, identificar medidas de financiamento que condiz com o perfil do empreendedor, articular medidas de fomento a cooperativa e redes coletivas por meio dos fundos de cultura, institucionalização de grupos e associações de artistas, estimulará a criação de software e fomentar eventos culturais e a criação de incubadoras.
- O terceiro desafio: A educação para competências criativas, por meio de cursos de capacitação, identificação de programas de qualificação, capacitação de profissionais juntamente com as instituições e dinamizar o centro de pesquisa.
- O quarto desafio: O sistema de produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, criando um sistema de informações que facilite a interação de diferentes atores em favor da divulgação de eventos e ações, circulação e etc.

Por fim (BRASIL, 2016), após todos os desafios serem estabelecidos, era chegada à hora das ações saírem do papel, articulando propostas, com diversos parceiros da atuação voltado para

negócios e empreendimentos dos setores criativos, e o fortalecimento de associativas para promover a inclusão produtiva, seguindo os seguintes eixos de atuação:

- Institucionalização de territórios criativos;
- Desenvolvimento de pesquisas e monitoramentos;
- Estabelecimento de marcos regulatórios favoráveis à economia criativa brasileira;
- Fomento técnico e financeiro voltado para negócios e empreendimentos dos setores criativos;
- Promoção e fortalecimento de organizações associativas (cooperativas redes e coletivos);
- Formação para competências criativas de modo a promover a inclusão produtiva.

Pontuando marcos legais, assim como a redução de cargas tributárias, o fomento a redes e coletivos e competências criativas, e ao fomento a empreendimentos criativos segundo o Brasil, 2016.

2.5 ECONOMIA CRIATIVA COMO ALTERNATIVA PARA A REDUÇÃO DO DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS

De acordo com Koga; Vieira; Rodrigues, 2016 p. 229, através de um estudo bibliográfico exploratório, observou-se que a geração Y apresenta habilidades necessárias ao desenvolvimento da Economia Criativa (familiaridade com as tecnologias, criatividade, proatividade, coragem ao expor suas ideias, flexibilidade no trabalho, entre outras), partindo do pressuposto que a Economia Criativa apresenta oportunidades desafiadoras e tem a criatividade como sua principal força motriz.

Koga; Vieira; Rodrigues, 2016 p. 234, a geração Y é a classificação dada aos jovens que nasceram entre 1980 a 2000, de acordo com Koga; Vieira ; Rodrigues, 2016, apud Esteves et al, 2011 “Apesar de não haver um consenso na literatura quanto ao início e término deste período, há um alinhamento com relação à descrição das características desta geração e o contexto desenvolvido por ela.”

A geração Y cresce tendo grande contato com os avanços tecnológicos, com acesso aos computadores, à internet, à comunicação virtual, o acesso a uma grande quantidade de informações, facilitando a inserção no ambiente escolar e profissional,

trazendo um maior nível de conhecimento, quando comparado às gerações anteriores (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016 p. 235, apud SANTOS, 2011 p. 53).

A geração Y apresenta um perfil um pouco diferenciado com relação às gerações anteriores, uma vez que foi exposta a diferentes estímulos, desde seu nascimento, identificando habilidades que podem contribuir para o desenvolvimento da Economia Criativa e mais especificamente, identificar se essas teorias convergem e que contribuições mútuas podem ocorrer. O estudo da Economia Criativa vem se desenvolvendo e se destacando no cenário econômico atual, gerando emprego e renda, em meio ao cenário onde a geração Y enfrenta uma crise política e econômica. Assim, o estudo entre os dois temas pode apresentar-se como uma alternativa para a redução de empregos entre jovens (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016).

As gerações, cada uma a seu tempo, são influenciadas constantemente pelo contexto socioeconômico e, assim, aprendem a viver e conviver com a realidade que se impõe, tanto no ambiente social, tecnológico, quanto no ambiente familiar, refletindo em seu comportamento na sociedade e no trabalho. Assim, é certo que há diferenças entre as gerações, que são resultado do ambiente social e do processo de maturidade de cada indivíduo (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016).

As gerações são classificadas como Veteranos (1922 a 1943), Geração X (1960 a 1980) e Milenials ou Geração Y (1980 a 2000). Os nascidos após o ano 2000 pertencem à Geração Z. Um adolescente de classe média, hoje na faixa dos 15 anos de idade, nasceu num período em que o Google e a internet já faziam parte da vida cotidiana de muitas pessoas do seu universo de convívio, tanto no aspecto social como educacional. Estamos falando do que sociólogos e publicitários classificam como nativos digitais, ou geração Z. É comum ouvir que os jovens de hoje dão a impressão de terem nascido com um chip inserido no cérebro, já que parecem assimilar e fazer uso das novas tecnologias digitais de modo intuitivo, com muito mais aptidão do que os adultos. A Economia Criativa tem como grande aliada a tecnologia, ambiente em que os jovens desde cedo já possuem uma linguagem ambientada e rotineira. Mas necessitam de incentivos por parte do poder público.

As habilidades da geração Y se destacam no ambiente de trabalho, onde suas principais características torna-se mais evidente, destacando-se: familiaridade com as tecnologias; maior qualificação e busca de desenvolvimento contínuo; fácil adaptação às mudanças; foco nos

resultados; motivação por desafios; valorização de trabalhos flexíveis; alto nível de diversidade; responsabilidade; independência na tomada de decisões; criatividade; preferência pelo contato virtual ao pessoal; buscam equilíbrio entre vida pessoal e profissional; são questionadores, espertos, interessados e ousados; multifuncionais; proativos; mais informais que as outras gerações; demonstram maior coragem ao expor suas ideias; defendem com maior rigor suas opiniões; têm altas expectativas, nem sempre realísticas; certa dificuldade com a crítica; interessam-se por questões sociais e de preservação do meio ambiente. Aliados a gerações anteriores podem gerar resultados surpreendentes para a organização (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016).

O Brasil e seu povo têm características que contribuem para a formação de capital intelectual do país. Estas características estimulam a criatividade artística e cultural e também nos negócios, na ciência e nos setores de ponta da economia, ou seja, na opinião de Koga; Vieira; Rodrigues, 2016 pág. 23 apud Santos-Duisenberg (2011, p.77), o Brasil “tem todos os atributos para promover desenvolvimento inclusivo através da criatividade, cultura, conhecimento e inovação”. Koga; Vieira; Rodrigues, 2016 apud Florida (2002 apud NIGRI, 2009), classifica algumas das características da classe criativa, sendo elas:

- Composta por profissionais de diferentes profissões (cientistas, engenheiros, matemáticos, arquitetos, educadores, músicos, profissionais de arte, design e entretenimento, além de profissionais criativos de negócios, finanças e direito);
- Envolve toda atividade que agregue valor econômico por meio da criatividade;
- São profissionais que valorizam a criatividade, a individualidade, a diversidade e a meritocracia;
- Geralmente trabalham em suas horas de lazer, porque o trabalho lhes traz prazer e diversão;
- São automotivados, buscando sempre o estudo e aprimoramento, por conta própria;
- O desafio e a flexibilidade no trabalho são fatores mais importantes que o salário, na busca de um emprego;

Tommazi (2014) constatou em seus estudos que, por meio da economia criativa, a participação dos jovens em projetos voltados para a arte e a cultura, contribuiu para o combate ao envolvimento dos jovens com o tráfico, em favelas do Rio de Janeiro, ajudando também as pessoas a saírem da pobreza e da exclusão social (Koga, Vieira e Rodrigues, 2016 pág. 14 apud Tommazi (2014).

Segundo Santos-Duisenberg (2011), a economia criativa gera crescimento econômico e empregos, contribuindo para a redução da pobreza e como oportunidade para os excluídos e minorias, tais como os jovens e mulheres, que possuem talentos e

desempenham atividades criativas, na maioria das vezes informalmente (Koga, Vieira e Rodrigues, 2016 pág. 14 apud Santos-Duisenberg 2011)

Para Santos e Vieira (2014), pode ainda proporcionar a coesão de diferentes grupos sociais, incluindo os jovens, sendo uma alternativa para geração de renda. Assim, no ambiente social, proporciona socialização e uma noção de identidade e sentimento de pertencer àquela região ou local (KOGA; VIEIRA; RODRIGUES, 2016 p. 15 apud SANTOS E VIEIRA 2014).

De acordo com Valiati; Fialho (2017), inúmeras economias mundiais fortes já atribuem maior relevância à criatividade como diferencial competitivo e, portanto, investem em maior escala na capacitação e no estímulo ao desenvolvimento da inteligência criativa do indivíduo e, por consequência, de suas empresas, existindo uma valorização de ganhos advindos em uma visão mais focada no mercado e para o cliente, crescendo a demanda por novos processos, por sistemas logísticos e tudo mais que possa incorporar o pensamento criativo.

Em 2015, a economia brasileira passava por desafios no biênio analisado. Foram extintos 900 mil postos formais, que representam redução de 1,8% no estoque total de trabalhadores formais. Diante desse cenário, a expansão da classe criativa, mesmo que acanhada, evidencia o papel estratégico dos criativos na atividade produtiva. O mercado de trabalho criativo alcançou 1,8% do total de trabalhadores formais brasileiros em 2015, ante 1,7%, observado em 2013 (VALIATI; FIALHO, 2017).

Em relação à remuneração média, os trabalhadores criativos apresentam salários significativamente superior à média da economia, o que é uma tendência observada também em outras edições do mapeamento. Enquanto o rendimento médio mensal do trabalhador brasileiro foi de R \$2.451 em 2015 (VALIATI E FIALHO, 2017 Apud RAIS, 2015), o dos profissionais criativos atingiu R \$6.270. Essa remuneração mais elevada tem relação direta com o nível de qualificação e a especificidade do trabalho criativo. A indústria criativa demanda profissionais com grau de formação e especialização cada vez mais elevado. Estes trabalhadores gostam de desafios e são remunerados por isso (VALIATI; FIALHO, 2017).

A busca pela diferenciação através da inovação do produto e desenvolvimento de patentes, a ampliação da inteligência de mercado e a maior adequação dos produtos aos anseios do consumidor impulsionaram os movimentos dessas áreas, refletindo o esforço da indústria para otimizar seus processos e obter vantagens competitivas em um cenário econômico adverso, seja pela mudança na composição dos profissionais existentes nas áreas criativas, seja pela contratação de novos profissionais. (VALIATI; FIALHO, 2017 p. 116)

Para prosperar é preciso inovar, evoluir e criar. A Economia Criativa sem dúvidas é uma tendência mundial, nesse sentido o profissional criativo continuará sendo estratégico, avançando sua participação tanto nas áreas específicas, quanto na indústria clássica. Com isso é possível visualizar um cenário propício para criação de novas vagas de emprego, onde é necessário um estímulo à Economia Criativa, tornando-se foco dos poderes públicos no combate ao desemprego entre os jovens.

3 ESTUDO DE CASO DO ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA

3.1 APRESENTAÇÃO DA METODOLOGIA (YIN, ESTUDO DE CASO)

Segundo Yin (2005), o estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes, podendo utilizar o método de estudo de caso quando deliberadamente quisesse lidar com condições contextuais, acreditando que elas poderiam ser altamente pertinentes ao seu fenômeno de estudo. Para compreender a importância do Bahia Criativa para preparação da mão de obra criativa, focando nos jovens interessados no setor, foi feito um estudo de caso descritivo, descrevendo a observação sistemática do estudo, construído um fundamento teórico, sobre o "Escritório Bahia Criativa". A pesquisa foi fundamentada no "Balanço das Ações (2014-2016) Escritório Bahia Criativa" e no Relatório Executivo do projeto "Jovens Empreendedores" onde descreve as atividades propostas, localidade das turmas e a análise final do projeto pelo ponto de vista dos organizadores e dos alunos. O relatório foi cedido pela coordenadora do Bahia Criativa, Taís Corrêa Viscardi, onde as informações pessoais dos candidatos foram protegidas.

3.2 ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA

A Bahia é o terceiro estado de maior rendimento dos profissionais do setor cultural, nitidamente estado de grande influência cultural, possuindo uma diversidade de fatores e tendo a sua capital (Salvador) como uma das cidades criativas do mundo, título instituído pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a ciência e a cultura (UNESCO), por ser considerada a cidade da música (REIS; KAGEYAMA, 2011).

Logo após a reunião da UNCTAD, foi realizado um fórum da Economia Criativa em Salvador, trazendo de vez o tema para o estado. Com a criação da Secretaria da Cultura (SecultBA), juntamente com a parceria da Agência de fomento ao micro e pequeno empreendedor (SEBRAE), foram desenvolvidas atividades que se deram após o ciclo de discussão sobre a temática no estado da Bahia. Sendo realizada uma maratona de dez oficinas em diversas regiões do estado, contando com a participação de Ana Carla Fonseca (Economista, Doutora em Urbanismo e Diretora da Garimpo de Soluções), onde levou seu conhecimento sobre o tema e sobre as cidades criativas (SEBRAE, 2013).

Ao fechar o balanço da maratona de dez oficinas nas mais diversas regiões da Bahia, os primeiros resultados tabulados já indicavam o sucesso da iniciativa: mais de 1.500 participantes, 135 representações políticas, 169 representações empresariais, 14 instituições de ensino superior e cerca de 800 empreendedores de portes e segmentos diversos, além de lideranças locais (SEBRAE, 2013, p. 19).

Com a elaboração do “Plano Brasil Criativo”, foi possível o planejamento de políticas públicas de fomento à Economia Criativa. Na Bahia o plano reverbou em âmbito estadual, sendo criado pela SecultBA o documento “Bahia Criativa”, onde estabeleceu metas e continuação de projetos do “Plano Brasil Criativo”, mapeando o registo das ações do projeto na Bahia. O documento consta os principais projetos da meta federal, sendo eles a Rede de Incubadoras Brasil Criativo e o Observatório da Economia Criativa. Atualmente ambos funcionam no Estado como o Escritório Bahia Criativa (Incubadora), localizado no Bairro do Barbalho, na cidade de Salvador e o observatório foi instalado na Universidade Federal da Bahia (UFBA) Campus Ondina, onde através de pesquisas, produz informações e estatísticas sobre a temática. (BAHIA, 2014)

Dados do balanço de ações da Incubadora 2014-2016 (BAHIA, 2017) relatam a existência de cerca de 111 mil ocupados, atuando formalmente nos setores criativos. Deste total, pouco mais de 76 mil estão na Região Metropolitana de Salvador (RMS), o que representa mais de 46% do total e demonstra uma concentração de profissionais criativos da Bahia, na cidade de Salvador. A Incubadora Bahia Criativa, também chamada de Escritório Bahia Criativa, foi inaugurada em 2014 pela SecultBA e contou com um repasse de quarenta milhões de reais. A Incubadora funciona como um centro de interação entre empreendedores criativos, espaço de informações, fomento e de parcerias com governos, bancos, universidades e sistema S (BAHIA, 2017).

Segundo o BAHIA, 2017, até julho de 2017, 4 mil atendimentos foram realizados presencialmente no Escritório Bahia Criativa e outras atividades foram programadas pelo projeto, sendo elas:

- ❖ O lançamento do estudo qualitativo sobre 1º ciclo de atividades;
- ❖ Disponibilização das aulas em vídeo;
- ❖ Ciclo de capacitação para jovens empreendedores.

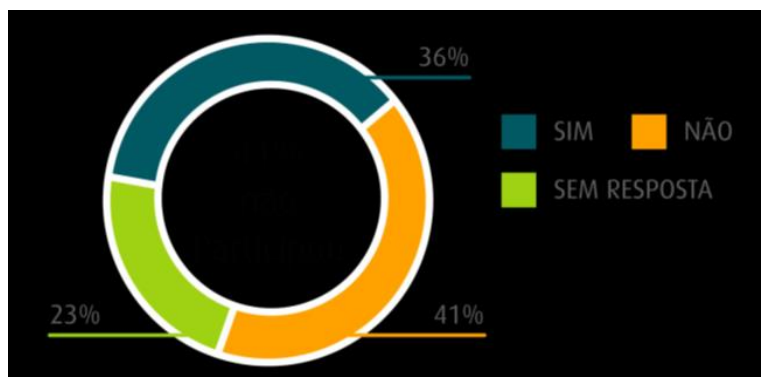
O estado da Bahia é repleto de encantos e atrações, com o apoio e políticas de fomento, os profissionais criativos podem contribuir de forma positiva para o desenvolvimento econômico, basta incentivos e meios de qualificação. O Plano Brasil Criativo foi interrompido em meios aos estudos e implantações de projetos, mas plantou o olhar para o segmento e diversos estados, assim como a Bahia, que conta com o projeto de qualificação e de pesquisas sobre o tema, assim como a implantação do programa Incubadora Bahia Criativa.

O Escritório foi inaugurado em 14 de maio de 2014 no Forte do Barbalho em Salvador/BA e teve como sua principal finalidade a oferta de capacitação e qualificação profissional. Conta com um público alcance de artistas e técnicos que atuam como profissionais autônomos ou microempreendedores individuais, empresas potenciais de produtos criativos, grupos informais, micro e pequenas empresas, associações e demais entidades do terceiro setor. De julho de 2014 a junho de 2016, a Incubadora realizou 252 atividades, seguindo linhas de atuações como: consultorias coletivas e individuais; cursos estruturantes; consultorias continuadas; cursos de média duração; oficinas de curta duração e palestras. Atividades realizadas entre os ciclos 2014/2016, no total foram realizados 3.319 atendimentos entre as 252 atividades (BAHIA, 2017).

A Incubadora teve um papel de destaque na Economia Criativa na Bahia, no que se diz no processo de formação, apesar do estado ser rico em diversidades culturais, faltava um meio de instrumentação para as pequenas empresas, podendo a partir daí abrir um leque de possibilidades para a qualificação dos profissionais, aumentar a formalização de empreendimentos e o acesso a linhas de fomento financeiro junto às instituições financeiras. Em 2015 foram intensificadas as atividades no interior do estado, atingindo todos os 27 Territórios de Identidade (BAHIA, 2017).

Em uma amostra de 1.059 pessoas, com a finalidade de estimar a quantidade de empreendedores criativos com algum tipo de capacitação na sua área, 41% disseram não ter participado de capacitações anteriores, 36% já tinham participado de alguma capacitação e 23% não responderam.

Figura 2 - Pesquisa de investigação sobre a quantidade de empreendedores criativos com algum tipo de capacitação na sua área.



Fonte: Bahia, 2017

Estes dados confirmam a carência de investimentos do governo para as pequenas e microempresas dos setores criativos e a criação do escritório veio de grande suporte para alavancar estes empreendimentos, visando maiores impactos na economia. Segundo o Bahia, 2017, seu balanço de ações, novos pontos para ser integrado ao escritório aos próximos ciclos já foram considerados, assim como:

- ❖ Fomentar maior envolvimento de universidades;
- ❖ fortalecer a parceria com instituições públicas e empresas privadas;
- ❖ Aumentar a carga horária dos cursos;
- ❖ Diversificar os temas;
- ❖ Ampliar as ações no interior do estado;
- ❖ Implementar ações de educação à distância;
- ❖ Implantar incubadora de negócios criativos;
- ❖ Potencializar atividades voltadas à inserção no mercado;
- ❖ Medir a efetividade do seu serviço por meio de indicadores;
- ❖ Desenvolver estratégias de articulação que visem ampliar o acesso ao crédito reembolsável.

3.3 AÇÕES ESTRUTURANTES DO ESCRITÓRIO BAHIA CRIATIVA

Dados do Bahia, 2017, apontam as seguintes ações que foram realizadas:

- Capacitação de produtores, gestores, artistas e demais profissionais criativos em competências de gestão e empreendedorismo;
- Integração, ampliação e qualificação a oferta de capacitação e qualificação profissional do Estado voltada para as competências de gestão e em áreas técnicas das cadeias produtivas dos setores criativos;
- Contribuição com a formalização de empreendimentos criativos por meio de assessoria técnica a pessoas físicas e jurídicas;
- Troca de experiências, soluções e tecnologias entre empreendimentos criativos;
- Associativismo e o cooperativismo por meio do suporte a redes e coletivos e arranjos produtivos;
- Divulgação, circulação, distribuição e comercialização de bens e serviços de empreendimentos criativos;
- Coletas, sistematização e disponibilização de informações acerca de oportunidades para os setores criativos no Estado;
- Acesso a linhas de fomento (editais públicos e privados, fundos, prêmios, linhas de crédito, etc.) para profissionais e empreendimentos criativos junto a instituições financeiras.

A incubadora realizou 252 atividades, seguindo linhas de atuações como consultorias coletivas e individuais, cursos estruturantes, consultorias continuadas, cursos de média duração e oficinas de curta duração e palestras, ocorrendo entre os ciclos 2014/2016, no total foram realizados 3.319 atendimentos entre as 252 atividades.

3.4 PROGRAMA JOVENS EMPREENDEDORES

O Escritório Bahia Criativa, vinculado a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA), lançou em 2018 o ‘‘Projeto Bahia Criativa - Jovens empreendedores’’, onde teve a finalidade de capacitar jovens entre 19 e 29 anos que desenvolvem projetos ligados à cultura na Bahia, sendo um ciclo de capacitação gratuita com foco no empreendedorismo e no estímulo à inovação (BAHIA, 2019).

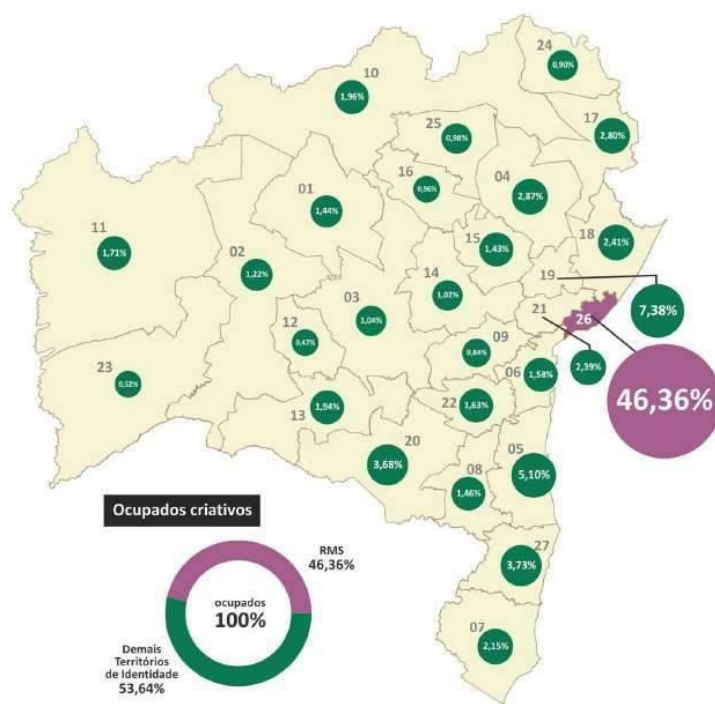
Fruto de emenda parlamentar ligada à Senadora Lídice da Mata, a partir de convênio (nº 840264/2016) entre o extinto Ministério da Cultura (MinC) e a Secretaria de cultura (SECULT), reverbando um orçamento de R\$ 110 mil, o projeto foi concebido numa

perspectiva de qualificação estruturante, ofertando um tipo específico de formação, voltado diretamente para a realidade do mercado e as necessidades do público alvo. O projeto contou com um acompanhamento personalizado e uma carga horária mais intensa, onde foi necessário a limitação dos números de vagas ofertados e critérios foram estabelecidos para a seleção, sendo eles: Oferta de vagas nas cidades de Salvador, Ilhéus e Vitória da Conquista para jovens com ensino médio completo e que estiverem ou pretendem desenvolver projeto ou negócio nas grandes áreas da Economia Criativa, onde é descrita no relatório executivo Bahia, 2019.

- **Patrimônio:** patrimônio material e imaterial, arquivos, museus e similares;
- **Expressões Culturais:** festas e celebrações, artesanato, artes visuais, culturas populares, culturas identitárias, artes digitais, fotografia, gastronomia;
- **Artes do Espetáculo:** dança, música, circo, teatro e similares;
- **Audiovisual, livro, Leitura e Literatura:** cinema e vídeo (incluindo conteúdos para Internet); publicações e mídias impressas ou produtos e serviços similares;
- **Criações Funcionais:** moda, design, arquitetura, publicidade, games, aplicativos.

Para a escolha dos municípios que iriam ofertar as turmas de qualificação, foi feito um estudo com base no (Bahia Criativa, 2019) apud infocultura (2014), elaborado pela Secult(BA) e a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais (SEI), onde identificou uma concentração dos ocupados criativos (46,36%) no território de identidade da Região metropolitana de Salvador. Para a escolha do município de Ilhéus, foi identificado o segundo maior território com maior número de ocupados criativos, na qual possui localização geográfica no (Portal do Sertão, com 7,38%), onde abriga 5,10% desses ocupados. A terceira cidade escolhida foi Vitória da Conquista, onde figura em 5º lugar no que se refere à ocupação nos setores criativos (BAHIA, 2019).

Figura 3 - Território de identidade de ocupados criativos



Fonte: Bahia, 2019

Para capacitar jovens profissionais e empreendedores criativos, o “Projeto Bahia Criativa Jovens Empreendedores” expandiu as alternativas de financiamento, focado em editais públicos e aumentou a possibilidade da concretização de projetos culturais. Para a execução de ações, foi contratada uma equipe de gestão e organização técnico administrativa, responsáveis pelo planejamento, coordenação de execução e articulação das ações, consultores, instrutores e profissionais de apoio local, responsáveis pela execução finalística das atividades. A seleção da empresa responsável pela prestação dos serviços, Rede de Escritório Compartilhado LTDA, deu-se por meio de licitação na modalidade técnica e preço (BAHIA, 2019). Com um total de 64 horas, o projeto ofereceu o seguinte conteúdo programático:

Capacitação técnica

- Elaboração de Projetos (16 horas);
- Financiamento de Empreendimentos Criativos (8 horas);
- Marketing Cultural (8 horas);
- Preparação para pitching (8 horas).

Mentoria (consultoria coletiva)

- Enquadramento de Projetos Culturais (8 horas);
- Marketing para Empreendedores Culturais (8 horas);
- Formatação de Portfólio (8 horas).

As práticas metodológicas para o projeto Bahia Criativa Jovens empreendedores foram planejadas para envolver e estimular os jovens a desempenharem um papel ativo na dinâmica de ensino-aprendizagem sendo elas:

- Ferramentas gráficas e visuais (mapas canvas e as metodologias ativas);
- Aparelhos eletrônicos móveis (smartphones), que serviram como instrumentos de comunicação e organização do curso;
- Criou-se uma rede de contatos a partir da capacitação.

A chamada para as inscrições foi amplamente divulgada pela assessoria da SecultBA, com apoio da Secretaria de Comunicação (Secom), no período de junho a julho de 2018 em redes sociais e sites afins, também foi veiculado um videoteipe (VT) na TVE Bahia. Para a divulgação nas cidades do interior - Vitória da Conquista e Ilhéus, utilizou-se ainda a veiculação de Spots em rádios locais. As inscrições foram realizadas por meio de formulário, usando a ferramenta do Google *forms* e disponibilizado no site do Escritório Bahia Criativa. (BAHIA, 2019)

Foi solicitado que os interessados respondessem algumas questões e produzissem uma breve apresentação de sua ideia/projeto. Quais sejam:

- a) Endereço de Email.
- b) Para qual cidade você está se inscrevendo?
- c) Você atua em alguma cidade além dessa? Se sim, qual(is)?
- d) Qual o seu nome completo?
- e) Qual o seu nome social? (Se houver)
- f) Qual a sua data de nascimento?
- g) E o seu CPF?

- h) Qual o seu número de telefone e WhatsApp?
- i) Como você se identifica?
- j) Como você se considera?
- k) Qual o seu endereço?
- l) Qual a sua escolaridade?
- m) Qual a sua área de formação?
- n) Em qual ou quais segmentos você atua?
- o) Conte um pouco sobre você para a gente!
- p) E, claro, conte sobre as suas experiências também.
- q) Essas experiências estão em algum lugar?

Compartilhe com a gente o seu portfólio.

- r) O que lhe move a participar desta capacitação?
- s) Você já realizou algum projeto antes?
- t) Você já foi aprovado em alguma seleção pública (Edital)?
- u) Se sim, qual? Qual entidade ou organização? Ela é Municipal, estadual ou Federal?
- v) Você já participou de alguma outra capacitação semelhante a esta?
- w) Apresente a sua ideia ou projeto para a gente!
- x) Sua ideia/projeto já foi implementada?
- y) Você trabalha sozinho(a) ou possui equipe?
- z) Qual(is) resultados(s) você espera alcançar com sua ideia ou projeto?
- aa) Como você imagina que a sua ideia/projeto pode se manter financeiramente?
- ab) Quais os impactos sociais que sua ideia/projeto pretende promover?

Os questionários foram analisados e aqueles que cumpriram os requisitos participaram da entrevista, na qual cada candidato fez uma apresentação pessoal e do seu projeto para representantes da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA) e secretarias parceiras, observando-se o limite de vagas disponíveis para cada turma.

Figura 4 - Arte de divulgação do Projeto Jovens Empreendedores



Fonte: Bahia, 2019

❖ **Número de vagas oferecidas**

120 (sendo 60 em Salvador, 30 em Ilhéus e 30 em Vitória da Conquista).

❖ **Período de realização das turmas**

A previsão é de que as atividades fossem realizadas conforme o cronograma abaixo, embora pudessem ser realizados ajustes e/ou adequações, caso necessário. Nesse caso, as alterações foram informadas aos participantes com antecedência mínima de 10 dias.

1^a turma – Salvador 21/jul a 30/ago

2^a turma – Ilhéus 28/jul a 26/ago

3^a turma – Salvador 27/ago a 23/set

4^a turma – Conquista 01/set a 20/set

No total, foram realizadas 225 inscrições: 158 para Salvador, 33 para Vitória da Conquista e 34 para Ilhéus. Visto que a quantidade de interessados superou o número de vagas oferecidas,

foi decidido convocar os inscritos cujo perfil fosse no que tange a sua atuação na área cultural e a maturidade dos trabalhos apresentados (BAHIA, 2019).

Figura 5 - Turma da primeira etapa do Projeto Jovens Empreendedores em Salvador



Fonte: Bahia, 2019

3.4.1 Avaliação de resultados do Projeto Bahia Criativa Jovens Empreendedores

A avaliação dos resultados foi qualitativa e segundo o Bahia (2019), teve como objetivo detectar o que não podia ser mensurável, avaliar os resultados e motivações dos jovens, além de identificar o atendimento às suas necessidades, bem como suas expectativas. A análise foi realizada em duas etapas:

- a) A avaliação processual e formativa utilizada pelos instrutores, aplicada informalmente, durante a apresentação de cada tema.
- b) A avaliação de reação, que teve como objetivo mensurar a receptividade e o impacto do ciclo de capacitação entre os jovens participantes de cada etapa, por meio da coleta de depoimentos livres, encaminhados via WhatsApp ou e-mail.

“(…) Não se trata, como já me deparei em cursos dessa natureza, do ensino robotizado de como se preencher determinado plano de algum edital, mas da provocação para refletirmos sobre nossas propostas e acreditarmos nas nossas ideias. O curso foi responsável por tornar sonhos concretos e ideias vendáveis” (Rafael Adelino Santos - Ilhéus. Dez, 2018, BAHIA, 2019 p. 44).

As impressões coletadas demonstram que a configuração do curso foi adequada às necessidades levantadas e diagnosticadas na fase de planejamento. A metodologia, os recursos didáticos, os conteúdos programáticos também se mostraram pertinentes e relacionados aos problemas enfrentados pelos jovens criativos, contemplando bons resultados aos interesses dos participantes (BAHIA, 2019).

Os jovens empreendedores possibilitaram para aqueles com projetos mais amadurecidos, a elaboração de planos de negócios e o desenvolvimento das ideias apresentadas de maneira organizada. Para os jovens com projetos em estágio inicial, a capacitação se mostrou de grande relevância, não só por apresentar novos conteúdos, como também por despertar o potencial empreendedor de cada um, estimulando a sua inserção no mercado de trabalho. Ademais, os jovens tiveram a oportunidade de trabalhar em equipe e exercer a liderança das situações apresentadas (BAHIA, 2019).

Inicialmente, no módulo de Elaboração de Projetos Culturais, com o instrutor Tiago Basto, os participantes tiveram acesso a técnicas que possibilitaram aprimorar os seus projetos, já existentes, utilizando ferramentas visuais facilitadoras - os canvas de projeto. Na mentoria Enquadramento de Projetos Culturais, os participantes receberam orientação direta e coletiva sobre como enquadrar seus empreendimentos ou projetos culturais em editais e outros mecanismos de fomento, ampliando as oportunidades de êxito em seleções desta natureza (BAHIA, 2019).

A qualificação em Marketing para Empreendedores Culturais, com a instrutora Rebeca Lisboa, apresentou, por sua vez, um conjunto de técnicas e ferramentas de marketing acessíveis e eficazes, de modo a potencializar a atuação dentro do segmento cultural e ampliar as fontes de captação de recursos. Cada participante recebeu orientação direta como desenvolver um plano de marketing para seu empreendimento ou projeto cultural (BAHIA, 2019).

O módulo Pitching, orientado por Rodrigo Paolilo, apresentou aos participantes estratégias e técnicas voltadas à construção de uma apresentação estruturada de pitch, que poderá se constituir em peça fundamental para divulgação e comercialização de produtos e serviços criativos por parte dos empreendedores participantes. Cada jovem recebeu orientação sobre como elaborar seu pitch, apresentando-o posteriormente à turma (BAHIA, 2019).

Conforme depoimento dos próprios participantes, os resultados do Bahia Criativa Jovens Empreendedores, extrapolaram as expectativas. Os participantes conheceram diversas técnicas apresentadas; aprenderam a fazer na prática; utilizaram as técnicas para o desenvolvimento dos projetos ao longo do curso; relacionando-se, colaborando com o grupo e compartilhando os saberes de forma dialógica (BAHIA, 2019).

Os depoimentos coletados trouxeram a opinião dos participantes que puderam expressar vários aspectos da capacitação: Os temas abordados; o conhecimento necessário ao desenvolvimento dos projetos individuais; a metodologia e as ferramentas didáticas selecionadas; os facilitadores; as interações construídas ao longo do curso; e, finalmente, sobre o alcance das expectativas de cada um (BAHIA, 2019).

3.4.2 Depoimento de participantes

- ❖ “O programa é de suma importância para quem atua ou quer atuar na área da economia criativa, formando uma base e conceituando o que já é feito da prática, mas de forma desorganizada. Vejo que a importância deste curso será colhida em benefícios futuros, quando tudo que foi colocado no papel se tornar uma realidade palpável e estiver em ação. Espero que a interiorização continue e que esse trabalho possa apresentar novos módulos e formar cada vez mais pessoas. Parabéns e vida longa a esse e futuros projetos”. (Participante de Salvador)
- ❖ “(.) A experiência do curso foi simplesmente maravilhosa, pois era composta por uma equipe coesa e disposta não apenas a lhe entregar métodos, mas caminhos para viabilizá-los sem os famosos e exaustivos discursos acadêmicos. No meu caso, o projeto sofreu grandes mudanças no decorrer do curso, o que me fez enxergar o seu potencial, pois o que não causa provocação, o impacto é como chuva de verão, no mesmo instante que começa termina. De um produto de grande risco, ele caminhou para um negócio, pensando em sua sustentabilidade. O meu projeto poderá se debruçar sobre diversos outros produtos e venda de serviços. Na última etapa,

aconteceu o grande insight, um desnudamento do mundo sonoro e seu possível mercado. Estou extremamente satisfeito com tudo que recebi nos módulos e mentorias, agora cabe a mim estudar a fundo esse campo e utilizar os conhecimentos construídos no processo para galgar êxito”. (Participante Ilhéus)

- ❖ “A primeira coisa que eu gostaria de reconhecer como um importante valor nesse curso foi a capacidade de integração entre as matérias/módulos e a disponibilidade de cada facilitador em relacionar os novos conhecimentos com os dois dias anteriores e de colocar sua experiência pessoal a disposição de todos, sempre apresentando exemplos reais. Eles se entregaram com dedicação a turma que era bem diversa. Tenho facilidade em escrever projetos, mas o curso mostrou que ainda tenho muito a aprender. Gostei da metodologia de fazer com que cada um apresente seu exercício e todos escutem as orientações do professor sobre a apresentação. Os professores saem da conversa comprida de teoria e se aproximam da gente com orientações práticas, criativas e que estimulam a criatividade ao invés de simplesmente corrigir e apontar erros. Eles demonstraram habilidade de deixar o estudante se sentir grato pela orientação e não constrangido pela correção”. (Participante Ilhéus).
- ❖ “A minha experiência com o Curso do Bahia Criativa foi muito relevante, já há algum tempo que buscava em meios e contatos um auxílio para escrita de projetos, além de vislumbrar a materialização destes projetos através de editais ou outros financiamentos (...) A formação e mentoria do projeto nos deu um novo horizonte para reorganizar e conseguir materializar nossa vontade, a equipe foi muito atenciosa, além de nos fornecer conteúdos (...)” (Participante Ilhéus).
- ❖ “(...) tive acesso a ferramentas que me ajudaram e servirão futuramente no campo cultural que atuo”. (Participante Vitória da Conquista).
- ❖ “O dinamismo das oficinas me fez, enfim, tirar o projeto de uma ideia vaga, e colocá-lo no papel (...)”. Jaqueline Marinho - Vitória da Conquista
- ❖ “A experiência vivenciada no Bahia Criativa foi de extrema importância para o desenvolvimento da minha ideia. Os professores foram fundamentais para dar corpo ao meu propósito. Aprendi a planejar, organizar e planilhar. Além disso, entendi diversos mecanismos

para captação de recursos para um evento artístico-cultural”. Taynah Melo Lima de Queiroz – Ilhéus

- ❖ “Esse curso me trouxe transformação, experiência para desenvolver projetos para o mercado. (...) Amei a experiência de todos profissionais. Obrigada pela experiência que vocês transmitiram”. Raildes S. Santos/Ilhéus
- ❖ “As informações passadas foram precisas, a forma abordada abriu nortes, ampliando sem dúvida meu campo de visão que estava limitado, surgiram novas formas de patrocínio, agora basta apenas aparar umas arestas e voltar a submeter projetos”. Elisangela Conceição da Fonseca – Ilhéus
- ❖ “Esse curso abriu várias portas para mim. Consegui entender como os projetos funcionam, como eu posso articular um projeto para fazer funcionar de verdade ou captar recursos, como divulgar um projeto. Enfim, acho que agora o projeto vai sair do papel”. Mateus Teixeira – Salvador
- ❖ “Minha ideia de negócio surgiu no curso. Na verdade, me inscrevi em busca desta clareza e objetividade. Como já desenvolvo formalmente atividades na área da economia criativa há 6 anos, consegui no curso visualizar melhor meu campo de atuação. (...) foram encontros enriquecedores e construtivos. Além de algumas aulas terem sido muito dinâmicas e voltadas para o que vamos vivenciar na prática!”. Laura Dias Sanjuan Ganem/Ilhéus
- ❖ “(...) esses cursos me ajudaram muito a compreender como trabalhar para fazer o meu projeto ser mais viável, monetizar o projeto, trazer novas atividades para acrescentar (...), os facilitadores contribuíram na compreensão do meu negócio social (...)”. Helena Vitória Nascimento – Salvador
- ❖ “O projeto evoluiu do que seria apenas uma ideia a partir do curso Jovens Empreendedores, promovido pelo Bahia Criativa/SECULT. A didática utilizada na capacitação foi, indiscutivelmente, inovadora. Percebo uma visão mais ousada e inteligente dos mentores e da organização do curso. Não se trata, como já me deparei em cursos dessa natureza, do ensino robotizado de como se preencher determinado plano de algum edital, mas da provocação para refletirmos sobre nossas propostas e acreditarmos nas nossas ideias. O curso foi responsável

por tornar sonhos concretos e ideias vendáveis, preocupando-se, no entanto, com a autonomia de quem idealiza, de modo que consigamos reproduzir em outros momentos e espaços. Sem dúvidas, uma experiência primorosa, a qual recomendo para todos os potenciais empreendedores e agradeço aos responsáveis”. Rafael Adelino Guirra Santos – Ilhéus

- ❖ “A minha experiência com o curso do Bahia Criativa foi muito relevante, já algum tempo que buscava em outros meios e contatos um auxílio para escrita de projetos, além de vislumbrar a materialização destes projetos através de editais ou outros financiamentos. (...) A formação e a mentoria do projeto nos deram um novo horizonte para organizar e conseguir materializar nossa vontade, a equipe foi muito atenciosa, além de nos fornecer conteúdos e dicas extremamente relevantes, nos trouxe também autoestima e estímulo para que acreditássemos na potencialidade do nosso projeto. Somos gratos por isso!”. Alessandra Leal Guedes - Vitória da Conquista

Os resultados obtidos evidenciam, de forma inequívoca, a importância do Projeto Bahia Criativa Jovens Empreendedores. A capacitação ofereceu conteúdos ligados ao empreendedorismo, criatividade e inovação. Além disso, apresentou para os que planejam empreender as ferramentas e as informações que, de alguma maneira, favoreceram suas trajetórias. Registrou-se, também, um alto nível de satisfação dos participantes. Esses dados e informações contribuirão para subsidiar outras ações de formação e qualificação na área de empreendedorismo cultural (BAHIA, 2019).

3.5 JOVENS EMPREENDEDORES NO MESTRE PROJETISTA

O Mestre Projetista, apoiado pelo edital de Economia Criativa da SecultBA, foi uma jornada semipresencial, estruturada por meio de plataforma digital interativa, constituída por um game, videoaulas, ferramentas colaborativas e assessoria online e presencial, capacitando profissionais da economia criativa ramificados no desenvolvimento de projetos sustentáveis. Os ingressos das turmas de Salvador do “Projeto Jovens Empreendedores” foram convidados a participar de mais uma jornada de capacitação: O Mestre projetista. Dentre os participantes das turmas de Salvador, 14 jovens empreendedores participaram da jornada de capacitação, onde aprofundaram seus conhecimentos para o desenvolvimento de projetos e marketing, além de terem acesso a novos conteúdos, como planejamento da gestão e inovação e design thinking (Bahia Criativa, 2019).

Figura 6 - Alguns participantes do Projeto Mestre Projetista



Fonte: Bahia Criativa, 2019

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do trabalho é analisar o setor econômico denominado Economia Criativa, onde é formado pelas indústrias criativas, como alternativa para redução do desemprego entre os jovens. Para tanto, foi feito um panorama da temática, e um estudo de caso no Escritório Bahia Criativa, também conhecido como Incubadora, programa criado pelos frutos do Plano Brasil Criativo. Criado pela extinta Secretaria da Economia Criativa, o projeto tinha como sua principal meta de desenvolvimento a inclusão social, a sustentabilidade e a diversidade cultural, onde visava o crescimento econômico através da Economia Criativa.

O Plano Brasil Criativo, conseguiu gerar impactos positivos no setor criativo, dando suporte a pequenas e médias empresas, e possibilitar cursos profissionalizantes para a mão de obra do setor. Na Bahia, foi implantado o Observatório da Bahia Criativa e a Incubadora Brasil Criativo, que recebeu o nome de Escritório Bahia Criativa, feito realizado com a parceria do Governo do Estado. O observatório funciona como centro de pesquisa da temática, enquanto a incubadora projeta meios de gerenciamento de empresas e projetos, auxiliando no aprimoramento e capacitação de profissionais.

Diante do alto índice do desemprego entre os jovens, o estudo de caso do escritório (incubadora), buscou analisar o mercado da Economia Criativa como alternativa para redução do desemprego entre a faixa etária de 14 a 24 anos que juntos somam uma taxa de 66,1% de desempregados no Brasil, visando a importância das políticas públicas para o fomento dos setores em ascensão. Embasando-se nos aspectos históricos e estatísticos para defender a hipótese de que as indústrias criativas podem aquecer o mercado de trabalho, diante da crise econômica e política atual, estimulando o desenvolvimento da cadeia do setor criativo, onde a maior parte desses profissionais atua nas áreas de consumo e tecnologia.

Conclui-se, que existe um interesse entre a faixa etária jovem para a temática da Economia Criativa. O estudo de caso sobre o papel do “Escritório Bahia Criativa” para a capacitação de Jovens Criativos na Bahia apresenta dados contundentes do interesse e da procura em se profissionalizar. Como apresenta o tal, muitos já estão inseridos no setor, com projetos no papel, mas sem incentivos insuficientes. No entanto, pode-se afirmar que para o desenvolvimento do setor e para o crescimento da mão de obra criativa qualificada é necessário

maiores investimentos e incentivos do governo. Com isso, pode-se ocasionar uma diminuição das taxas de desemprego entre os jovens, havendo uma redução da taxa geral.

REFERÊNCIAS

BAHIA CRIATIVA. **Jovens Empreendedores**. Resumo executivo. Julho/2019. Relatório interno não publicado.

BAHIA. Governo do Estado. **Bahia Criativa: Diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da Economia Criativa na Bahia**. Salvador: Governo da Bahia, 2014.

BAHIA. Governo do Estado. **Escritório Bahia Criativa: Balanço de ações 2014 – 2016**. Salvador, 2017.

BENDASSOLLI, Pedro F; WOOD JR, Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles, CUNHA, Miguel Pina e. **Indústrias Criativas: Definição, limites e possibilidades**. São Paulo, v. 49, n.1, jan./mar. 2009.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Secretaria da Economia Criativa - SEC**. Relatório de Gestão, 2011 – 2012, janeiro a agosto de 2013. Brasília: Ministério da cultura, 2014.

BRITISH COUNCIL. **A Economia Criativa: um guia introdutório**. Londres: British Council, 2010 (Série Economia Criativa e Cultural do British Council, v. 1).

CANEDO, Daniele Canedo. **Os Trabalhadores da Cultura no Brasil, Criação, Práticas e Reconhecimento**. Salvador: EDUFBA, 2017. 245 p.

DÁRIO, Natália Fernanda; CARVALHO, Juliana Marques de. Uma introdução à temática das indústrias criativas: definições, características e panorama brasileiro. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 18, 2013, Bauru/SP. **Anais eletrônicos**, Bauru, 2013. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1406-1.pdf>>. Acesso em: 27 jun. 2021.

FERREIRA FILHO, José Alexandre; LIMA, Tatiane Gonçalves de; LINS, Anthony José da Cunha Carneiro. Economia Criativa: uma análise sobre o crescimento do mercado das indústrias criativas. **Comunicação e Inovação**, v.20, n. 42, p. 4-21, jan-abr. 2019.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2019.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2008.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro: IBGE, 3º trimestre/2021.

ILO - INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. **COVID-19 and the World of Work, 4th Edition—Updated Estimates and Analysis**. Genebra: ILO, 2020.

KAMPF, Cristiane. **A geração Z e o papel das tecnologias digitais na construção do pensamento.** Disponível

em:<http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700004%20&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 17 jul. 2022.

KOGA, A. C. B. C; VIEIRA, E. T; Rodrigues, M. de S. A Geração Y e o desenvolvimento da Economia Criativa. **Latin American Journal of Business Management**, Taubaté, SP, Brasil, v.6, n.3, p.229-251, jul-dez. 2015.

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

MARCHI, Leonardo de. Construindo o conceito de economia criativa no Brasil, Política Cultural no contexto neodesenvolvimentista brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, 3 a 7/9/2012, Fortaleza. **Anais..** Fortaleza: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012.

MENEZES, Rodrigo Ábner Gonçalves; BATISTA, Paulo César de Sousa. **Medidas de Políticas Públicas para as Indústrias Criativas.** Disponível em:<<https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/13215/9757>> Acesso em: 22 jul. 2022.

NECCULT - NÚCLEO DE ESTUDOS EM ECONOMIA CRIATIVA E DA CULTURA. **Conheça a rede Incubadoras Brasil Criativo.** Disponível em:<<http://www.ufrgs.br/obec/neccult/noticia.php?id=22&titulo=CONHE%3%87A%20A%20RED E%20INCUBADORAS%20BRASIL%20CRIATIVO>> . Acesso em: 27 jun. 2021.

REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas: perspectivas.** São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

SEBRAE. **Economia Criativa e Cidades Criativas da Bahia.** Salvador: Oficinas Sebrae, 2013.

SILVA, Francisco Raniere Moreira da. **As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa:** reflexões sobre a realidade brasileira. Disponível em:<<file:///C:/Users/Luana%20Santana/Downloads/31173-Texto%20do%20Artigo-110520-1-10-20120524.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2021.

VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do Nascimento. **Atlas Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia II.** Rio Grande do Sul: Editora UFRGS, 2017. 77 p.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005.