



ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA INDÚSTRIA CRIATIVA DE 2016 ATÉ 2021:

Definições, características e impacto regional.

Jose Fernando de Sousa Mielli

mielli@mkte.com

Gabriela Almendra Dutra

gabrielad@fia.com.br

Edson Keyso de Miranda Kubo

edson.kubo@online.uscs.edu.br

Palavras-chave: *Indústria Criativa, Creative Industry, Bibliometria*

1. INTRODUÇÃO

Neste presente artigo sua principal abordagem é a definição do tema Indústria Criativa a partir de um estudo bibliométrico. Para isso, vou retroceder para 1940, onde já existiam citações falando sobre a indústria criativa segundo Nogare (2021), nesta ocasião o termo não teve nenhuma reflexão forte e simbólica na sociedade em geral. Mas quando o pós-modernismo se torna uma tendência e a indústria de serviços começa crescer, esta economia se torna uma representação forte e rentável para estes setores.

O governo Britânico a partir de adições e representações do tema de entretenimento e seus serviços adjacentes, forja nos anos de 1990, o termo “indústrias criativas”. Declaradamente isto se torna o resultado de maior mudança econômica e social, que foi refletido nas atividades industriais, preenchendo uma lacuna ou dando maior oportunidade para as atividades de conhecimento e serviços.

Na Inglaterra este tema foi importante devido ao seu detalhamento, de acordo com o mapeamento destas atividades que se atrelam a uma agenda política e econômica, que resultou em um Ministério das Indústrias Criativas.

Nogari (2021) detalha alguns segmentos da indústria criativa, como: música, artes performáticas, indústria editorial, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, design de moda, publicidade, arquitetura, cinema, software, softwares interativos para lazer, rádio, TV, museus, galerias e as atividades relacionadas às tradições culturais.

Bendassolli et al (2009) separaram algumas definições sobre indústria criativa entre os anos de 2000 a 2005 com 6 autores de referência. Após uma leitura detalhada, verifica-se que existe algumas convergências de palavras e/ou sentido semântico. No quadro 1, está apenas uma definição que permite uma melhor compreensão sobre o tema indústria criativa.

Quadro 1- Definição de Indústria Criativa

DEFINIÇÃO	AUTORES
“As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias	Jeffcutt (2000, p. 123-124)

criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade.”	
--	--

Fonte: Bendassolli et al (2009)

Neste estudo, denota claramente o alcance e importância do tema, somando onde ele tem maior relevância, permite-se que pesquisadores utilizem com maior segurança algumas questões que norteiam discussões atuais e futuras. Bem como, propõe um ponto de partida para que novos pesquisadores desenvolvam seus próprios estudos em concordância com a região como indicador e o impacto na área de atuação da organização pública ou privada.

1.1. Pergunta Problema e Objetivos

Tendo em vista as publicações que utilizam o a Indústria Criativa como objeto de estudo, aplicou-se a bibliometria para entender melhor o impacto nos segmentos (economia, turismo, educação, ecologia, cultura entre outros). Procura responder a seguinte pergunta problema:

Em quais segmentos a indústria criativa tem impactos relevantes?

1.2 Justificativa

A abordagem para o tema de Indústria criativa, compreende-se melhor suas definições e os segmentos ao qual ela tem um impacto maior. Suas delimitações e suas características trazem benefícios para uma melhor compreensão holística, através dos inúmeros serviços atribuídos e ligados direta e indiretamente nos setores de atuação, que podem ser no aspecto público em: turismo, economia, política entre outros. No aspecto privado como: gestão de recursos, inovação, valorização de produtos ou serviços entre outros. Com isso, auxiliará melhor aplicação de gestão de seus recursos e suas estratégias organizacionais.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa tem caráter exploratório descritivo, considerada quantitativa. O estudo da bibliometria, auxilia no conhecimento e entendimento científico produzido, a partir de: delimitar um recorte temporal em concordância das produções catalogados em seus bancos de dados específicos.

Os dados, quando bem estruturados se tornam uma fonte de filtro ao qual o pesquisador pode relacionar os indicadores através de dados como: países, citações, autoria, coautoria,

idiomas, áreas de pesquisa, fonte, entre outros. Gerando filtros adequados que permitem identificar uma finalidade de estudo na área ao qual quer elevar seu conhecimento.

O tema da pesquisa, atual é a: Indústria Criativa que dará suporte a tese de dissertação do Doutorado. Utilizou-se a plataforma do *Web of Science (Clarivate Analytics)* no dia 03 de setembro de 2021, cujo domínio da pesquisa obedeceu aos seguintes parâmetros: *Creative Industry*, no Título, buscando publicações no modelo de artigos que contivessem trabalhos completos e referenciais com resumo. O período compreendido buscou publicações entre os anos de 2016-2021.

Após realizar um filtro, realizou-se o critério próprio de maior citação e tema/resumo com maior aderência para redação de um artigo. Com isso, escolheu-se apenas 3 artigos acima de 2016 e 1 artigo de 2010. São eles: *Are the creative industries meritocratic? Na analysis of the 2014 British Labour Force(2016)* com 66 citações, *From creative industries to the creative place brand: some reflections on city branding in Poland(2019)* com 4 citações *Diversifying the creative: Creative work, creative industries, creative identities (2017)* com 10 citações e *Creative Industries after the First Decade of Debate (2010)* com 147 citações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Recorreu-se a uma ferramenta do *Clarivate Analytics* do *Web os Science*. Com isso, os mapas de árvore e gráficos de barra são gerados, permitindo descrever indicadores de critérios de categorias, anos de publicação dando ênfase nos anos de 2016 contém as maiores quantidades de trabalhos publicados.

Na análise de dados pelo *Clarivate Analytics* apontam no item *Management (27)*, logo a seguir em *Envirommental Studies (21)*, *Culture Studies (17)* como o três primeiros. Com a utilização o *VosViwer* como ferramenta, resultou em 13 países e 13 Clusters.

Existem 47 autores que publicaram sobre o tema de Indústria criativa nos últimos 5 anos, sendo que quando aplicamos um segundo filtro de autores com mais de 5 citações o resultado é de apenas 7 principais autores.

Das primeiras 140 palavras chaves mais utilizadas dentro do tema ou associação com a *Creative Industry*, separei algumas que estão entre as primeiras, são elas: Dinâmica, Gestão, Impacto, Capacidade de Absorção, Performance. Estas palavras corroboram na aceitação de

que a área de maior publicação é a de gestão, pois são palavras de fácil associação com programas de gestão.

No Quadro 2, consta um breve resumo do artigo mais citado do autor Lee (2017) e mais 3 outros autores apenas com o título de sua obra.

Quadro -2 – Os 4 Autores mais citados

TÍTULO DO ARTIGO	AUTOR
<i>Politics of the 'creative industries' discourse and its variants.</i>	(LEE 2016)
<p>Resumo: O foco do artigo são as variantes sul-coreanas do discurso das indústrias criativas. São eles: O discurso das 'indústrias de conteúdo' do país serviu como um cavalo de Tróia para a narrativa despolitizante da economia do conhecimento, que impulsionou o setor cultural discursiva e financeiramente. E a 'economia criativa' emergiu muito recentemente como a narrativa econômica dominante do governo conservador atual.</p> <p>Palavras-chave: política cultural; indústrias criativas; indústrias de conteúdo; economia criativa; nova economia; Coreia do Sul</p> <p>Conclusão: Este artigo propõe que uma avaliação crítica do discurso seja mais ampla e realizada na intersecção do discurso com o discurso da nova economia e políticas públicas relacionadas.</p>	
<i>Factors influencing the integration of external evaluations in the open innovation process A qualitative study in micro-firms in the 'creative industries.'</i>	(MULLER et al 2017)
<i>The effects of knowledge management and risk taking on SME financial performance in 'creative industries' in an emerging market: the mediating effect of innovation outcomes.</i>	(GAMES et al 2019)
<i>Intellectualization of the Phased Assessment and Use of the Potential for Internationalizing the Activity of Clusters of Cultural and 'Creative Industries' of the Baltic Sea Regions.</i>	(PROKOPENKO et al 2020)

Fonte: Autor

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o estudo mais aprofundado, verifica-se que o Tema: Indústria Criativa é considerado amplo, pois, ele atinge inúmeros setores, como: gestão, economia, turismo, cultura, ecologia, ambiente e educação ao qual tem como principal aspecto a produção de conteúdo criativo.

Portanto, com base no estudo bibliométrico da indústria criativa, observa-se que o impacto pode ser expresso do seguinte modo:

- a) Os 3 segmentos mais citados pelos autores levantados são: Gestão com 27 artigos, depois vem os Estudos Ambientais com 21 artigos e logo em seguida os Estudos Culturais com 17 artigos;
- b) Os países asiáticos foram os mais citados nas publicações levantadas neste estudo bibliométrico em termos de avanço da indústria criativa

Conclui-se que o impacto maior está na economia local, devido a geração de renda e tributos dos serviços e dos produtos gerados. Nos principais artigos resumidos, destacasse a região, empresa e a gestão desta economia. Apesar da não conformidade de uma definição o amplo entendimento de seu alcance, proporciona uma reflexão de seu valor. Lee (2017), retrata que na Coreia do Sul a Indústria criativa permeia a economia, sugerindo uma nova economia e políticas públicas para este conceito, e afirma que existe variações na terminologia, como: Brasil, Coria e China, mas o proposito se aproxima em concordância com interpretações da criatividade, políticas relacionadas e países.

REFERÊNCIAS

- BENDASSOLLI, PEDRO F. ET AL. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.
- DALLE NOGARE, CHIARA; MURZYN-KUPISZ, MONIKA. Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries?. **Journal of Cultural Economics**, v. 45, n. 4, p. 671-704, 2021.
- DUDEK-MAŃKOWSKA, SYLWIA; GROCHOWSKI, MIROSLAW. From creative industries to the creative place brand: some reflections on city branding in Poland. **Place Branding and Public Diplomacy**, v. 15, n. 4, p. 274-287, 2019.
- FINKEL, REBECCA ET AL. Diversifying the creative: Creative work, creative industries, creative identities. **Organization**, v. 24, n. 3, p. 281-288, 2017.
- GAMES, DONARD; RENDI, RANGGI PUTRI. The effects of knowledge management and risk taking on SME financial performance in creative industries in an emerging market: the mediating effect of innovation outcomes. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 9, n. 1, p. 1-14, 2019.
- JEFFCUTT, P. Management and the creative industries. **Studies in Culture, Organizations and Society**, v. 6, n. 2, p. 123-127, 2000.

LEE, HYE-KYUNG. Politics of the 'creative industries' discourse and its variants. **International journal of cultural policy**, v. 22, n. 3, p. 438-455, 2016.

LEW, TERRY; CUNNINGHAM, STUART. Creative industries after the first decade of debate. In: **Creative industries and urban development**. Routledge, p. 76-86. 2013

MUELLER, JULIA; ABECASSIS-MOEDAS, CELINE. Factors influencing the integration of external evaluations in the open innovation process: A qualitative study in micro-firms in the creative industries. **Journal of Strategy and Management**, 2017.

O'BRIEN, Dave et al. Are the creative industries meritocratic? An analysis of the 2014 British Labour Force Survey. **Cultural Trends**, v. 25, n. 2, p. 116-131, 2016.

PROKOPENKO, OLHA; OMELIANENKO, VITALIY. Intellectualization of the phased assessment and use of the potential for internationalizing the activity of clusters of cultural and creative industries of the Baltic Sea Regions. **TEM Journal**, v. 9, n. 3, p. 1068, 2020.