

# Indicadores para a análise da Indústria Criativa em Portugal: estruturação do observatório na Universidade do Porto

*Indicators for the analysis of the Creative Industry in Portugal: structuring an observatory at the University of Porto*

Cláudia Manuel Figueiredo Lima<sup>1i</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1383-9759>

Tiago Costa Martins<sup>2ii</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0927-7148>

Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto<sup>3iii</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7496-4134>

Recebido em: 28/07/2024. Aprovado em: 28/11/2024

## Resumo

O artigo explora a criação de um sistema de indicadores para um observatório da Indústria Criativa (IC) na Universidade do Porto. A pesquisa, de natureza exploratória, descreve e propõe um *framework* conceitual para a análise de indicadores na IC. Destaca a importância da interdisciplinaridade, integrando perspectivas económicas e infocomunicacionais. Aborda a complexidade na definição e classificação das atividades económicas deste setor. O artigo também apresenta uma proposta em desenvolvimento para o observatório e apresenta um modelo de ficha de indicador para a indústria criativa.

**Palavras-chave:** economia criativa; indicadores culturais; comunicação.

## Abstract

The article explores the development of an indicator system for a Creative Industry (CI) observatory at the University of Porto. The research, of an exploratory nature, describes and proposes a conceptual *framework* for analyzing indicators in CI. It highlights the importance of interdisciplinarity by integrating economic and infocommunicational perspectives. The complexity of defining and classifying economic activities in this sector is addressed. The article also presents a proposal in development for the observatory and introduces an indicator sheet model for the creative industry.

**Keywords:** creative economy; cultural indicators; communication.

<sup>1</sup> Universidade do Porto – Porto – Portugal. [clamafili@hotmail.com](mailto:clamafili@hotmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal do Pampa – Rio Grande do Sul – Brasil. [tiagomartins@unipampa.edu.br](mailto:tiagomartins@unipampa.edu.br)

<sup>3</sup> Universidade do Porto – Porto – Portugal. [mmpinto@letras.up.pt](mailto:mmpinto@letras.up.pt)



## 1 Introdução

O presente artigo procura abordar a configuração de indicadores para a indústria criativa no panorama nacional de Portugal. O estudo lança um olhar para os setores culturais e criativos a partir do objeto infocomunicação. É uma abordagem que subjaz este artigo, no qual a perspectiva econômica e a infocomunicacional se relacionam estreitamente, valorizando a dimensão infocomunicacional no âmbito da interdisciplinariedade das Ciências da Comunicação e da Informação (CCI) e áreas conexas, por meio do projeto em curso no Observatório das Indústrias Criativas de Portugal.

O conceito de indústrias criativas surgiu em 1994, em um relatório emitido pelo governo da Austrália, denominado de *Creative Nation* (Afriantari; Harikesa, 2020). Ele foi utilizado para designar setores que utilizam a criatividade como base do negócio, ou seja, indústrias em que a criatividade é essencial (ou até mesmo elemento central) e da qual é gerada propriedade intelectual (Bendassolli *et al.*, 2009). Por ser um conceito transversal em diferentes setores produtivos, as definições e as taxonomias são sempre colocadas em xeque para analisar tanto os aspectos econômicos quanto as implicações sociais e políticas relacionadas.

A problemática em tela, então, está na ausência de um conjunto de indicadores que possibilite uma análise sistematizada e comparativa da Indústria Criativa em Portugal. Desafio evidentemente relevante para o setor, cujo monitoramento e análise são essenciais para o planejamento de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento econômico. Por essa ordem, o artigo debate a estruturação de um sistema de indicadores para a configuração de um observatório, sediado no Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória da Faculdade de Letras (Universidade do Porto), a partir dos conceitos e *frameworks* para a Indústria Criativa e da proposição de uma estrutura de análise e construção de indicadores para o caso específico do projeto. Propõe-se, assim, o desenvolvimento de um esquema conceitual que possa servir de base para a mensuração de indicadores culturais e criativos específicos ao contexto português.

O estudo adota uma abordagem exploratória, descritiva e propositiva, estruturado em duas etapas: revisão documental e bibliográfica sobre os conceitos e *frameworks* existentes para o setor, utilizando fontes como os relatórios da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), da Conferência das Nações



Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e do *Department for Digital, Culture, Media and Sport*, do Reino Unido (DCMS); e a proposição de um conjunto de categorias e dimensões específico para os indicadores, elaborado a partir da análise dos sistemas de classificação de atividades econômicas usado pelo Instituto Nacional de Estatística de Portugal (INE) e pela UNCTAD.

A análise de conteúdo qualitativa das fontes documentais, complementada pela adaptação de taxonomias e categorias existentes permitiu apresentar, nos resultados e discussões, os elementos constitutivos do *framework* e a elaboração de uma ficha de indicador adequado ao contexto do observatório. Por fim, nas considerações finais, foram explicitadas algumas aprendizagens derivadas da configuração do referido *framework*.

## 2 Indicadores culturais

Para o presente artigo, também se considerou importante apresentar o conceito de indicadores, as propriedades que eles devem ter, os tipos de fontes e dados, a nomenclatura, as fórmulas e operações para serem calculados e, por fim, o processo de elaboração de uma ficha de indicadores.

Segundo Carrasco-Arroyo (2006), o indicador é a manifestação (geralmente) numérica da análise de um processo de identificação e medição de informação setorial. Por seu turno, Jannuzzi (2017, p. 22) entende que os indicadores capturam a realidade como uma “representação simplificada desta, tão melhor quanto mais específico o aspeto de interesse e quanto mais confiáveis e precisas forem as informações utilizadas para cômputo”.

Basicamente, pode-se afirmar que um indicador é um recurso metodológico que agrega, em si, informações referentes a algum elemento da realidade social (manutenção ou transformação dessa realidade), o que significa que os indicadores contribuem para a monitorização da realidade (Jannuzzi, 2017). Sinteticamente, podemos dizer que indicadores culturais agem como mecanismos de medição da realidade cultural para, posteriormente, decisões serem tomadas.

Os indicadores, portanto, identificam situações, ou seja, “definem os problemas culturais e ajudam a orientar opções básicas dos planos nacionais para a consecução de objetivos culturais específicos” (Bohner, 1979, p. 5). Para Fukuda Parr (2000), os



indicadores são ferramentas necessárias para o diálogo político, pois fornecem informações relevantes para o acompanhamento das políticas culturais.

Para Tolila (2027), a existência dos indicadores culturais nos sugere uma estratégia que se expressa em diferentes objetivos, em regularidades conhecidas, na capacidade de interpretar a “mensagem” do indicador por assim dizer e a capacidade de reagir a tal mensagem em função da estratégia. O autor faz uma associação muito interessante entre a configuração dos indicadores e as estruturas de interpretação. Aqui, opera-se para passar da recepção de determinada informação à sua adequada organização para a ação — que pode ser precisamente a decisão da tomada de decisões (CITCEM, 2022a).

Desse modo, é possível entender que os indicadores, então, consistem em criar uma prática coletiva para estabelecer informações estruturadas reunidas em um dispositivo adequado, de modo a ser possível a leitura das estratégias, assim como da atuação de diferentes agentes nas indústrias culturais e criativas.

Como é de conhecimento geral, cada vez mais surgem dados e informações que necessitam ser tratadas, para, posteriormente, serem disponibilizadas ao público. Desse modo, é necessário estabelecer diferentes práticas (ou mesmo mecanismos) que articulem tais dimensões, por exemplo, no apoio à leitura, na monitorização e, claro, na avaliação das políticas culturais. Então, é estritamente necessário que a informação disponibilizada no âmbito do setor cultural e criativo seja perceptível tanto pelo cidadão comum quanto pelos diferentes agentes interessados e, para isso, a monitorização de diferentes indicadores se tornou essencial nos dias que correm. Por essa razão, é tão importante a existência dos indicadores e sua atualização, de modo que seja possível analisá-los e compreender, por meio de dados e de forma mais pormenorizada, por exemplo, quais indústrias que estão em crescimento/decrescimento, se vale a pena investir em determinar área, entre tantas outras informações relevantes (Martins; Pinto; Silva, 2022).

Atualmente, grande parte dos indicadores utilizados está relacionada a valores culturais instrumentais, concebidos com o uso de dados de diferentes fontes, tal como as Contas Satélites Culturais<sup>4</sup>. No entanto, não é por isso que deixa de haver um interesse

---

<sup>4</sup> As contas-satélites estão associadas com o Sistema de Contas de um país. Elas reúnem um conjunto de dados e informações sobre determinado setor, permitindo a elaboração de análises sobre o perfil e a sua evolução. No campo da cultura, a existência de contas-satélites possibilita a comparação entre o setor e o total da economia, como no caso do Produto Interno Bruto (PIB). Além disso, pode gerar mapeamentos qualificados sobre emprego, renda, consumo, produção no setor.

*Comunicação & Inovação* | v. 25 | e20249722 | jan.-dec. | 2024 | ISSN 2178-0145. <https://doi.org/10.13037/ci.vol25.e20249722>



— muito pelo contrário — por explorar diferentes maneiras de conseguir expressar e medir valores culturais intrínsecos e sociais.

Os dados fornecidos por essas contas apresentam informações em várias categorias individuais, mas essas informações e esses dados podem, muitas das vezes, ser difíceis de interpretar caso não existam indicadores compostos ou indicadores individuais organizados por temas que possam ser alinhados com os objetivos políticos (South African Cultural Observatory, 2016). Desse modo — e tal como foi reconhecido no *framework* da UNESCO para as Estatísticas Culturais de 2009 —, o próximo passo a ser seguido é a criação de bons indicadores culturais.

Bons, fiáveis e relevantes indicadores culturais, tanto em âmbito nacional como organizacional, necessitam medir as mudanças existentes ao longo do tempo; além disso, precisam ser facilmente interpretáveis (Hong, 2014). Em resumo, a construção e a utilização de indicadores culturais desempenham um papel fundamental na análise e na interpretação das realidades das indústrias criativas e culturais. A definição e a compreensão adequada desses indicadores permitem a monitorização eficiente das transformações culturais e a tomada de decisões informadas e estratégicas. A contínua atualização e o constante refinamento desses indicadores são essenciais para atender às crescentes demandas de informações, garantindo que tanto os cidadãos quanto os agentes culturais possam entendê-los e agir com base em uma representação clara e precisa da realidade cultural.

### 3 Modelos conceptuais para os *frameworks* da Indústria Criativa

A designação “indústria criativa” surge associada a movimentos ocorridos nos anos 1990 em alguns países industrializados. Tal como referem Bendassolli *et al.* (2009, p. 11), “mudanças econômicas e sociais fizeram com que se deslocasse o foco das atividades industriais para as atividades intensivas em conhecimento, localizadas no setor de serviços”.

O termo surgiu inicialmente na Austrália em 1994, quando, em um discurso intitulado *Creative Nation*, Paul Keating, então primeiro-ministro australiano, demonstrava sua preocupação com conseguir aproveitar todas as oportunidades geradas pela globalização e pelas mídias digitais, de forma a potencializar a economia do seu país



e, conseqüentemente, contribuir para o desenvolvimento da nação através da sua identidade cultural (Bitterncourt, 2019).

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (2013, p. 20), o conceito de indústrias criativas é “aplicado a um conjunto produtivo muito mais vasto, incluindo bens e serviços produzidos pelas indústrias culturais e as que dependem da inovação, incluindo muitos tipos de investigação e desenvolvimento de software”.

Assim, é importante salientar que existem diversas definições de indústrias criativas. O *Department for Digital, Culture, Media and Sport* – DCMS (2001, p. 04) as define como "indústrias que têm a sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm um potencial para a criação de riqueza e emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual".

Já a Resolução legislativa do Parlamento Europeu, de 28 de março de 2019, que criou o programa Europa Criativa (2021-2027), sugere seguinte a noção de setores culturais e criativos:

[...] todos os setores cujas atividades se baseiam em valores culturais ou artísticos e noutras expressões e práticas criativas individuais ou coletivas, independentemente de essas atividades estarem ou não orientadas para o mercado. As atividades podem incluir a concepção, a criação, a produção, a divulgação e a conservação das práticas, dos bens e dos serviços que encarnam uma expressão cultural, artística ou qualquer outra expressão criativa, e funções conexas, como a educação ou a gestão. Muitas dessas atividades terão potencial para gerar inovação e emprego, em particular graças à propriedade intelectual. Os setores incluem a arquitetura, os arquivos, as bibliotecas e os museus, o artesanato, o audiovisual (em particular o cinema, a televisão, os jogos de vídeo e as atividades multimédia), o património cultural material e imaterial, a música, a literatura, as artes do espetáculo, os livros e a edição, a rádio, as artes plásticas, os festivais e o design, incluindo o design de moda. (PARLAMENTO EUROPEU, 2009)

Desses modelos teóricos e conceituais, surgem *frameworks* de análise das indústrias criativas. A abrangência desses setores é vasta e, ainda nos dias que correm, nem sempre é consensual, porque se trata de uma área dinâmica que vai acompanhando tanto a evolução tecnológica, como a digitalização (IDEA; KEA; IMEC-SMIT-VUB, 2017).

Considera-se, então, que esse setor engloba, em si, diferentes atividades que têm por base a cultura, a criatividade e a propriedade intelectual. Para além disso, criam bens e serviços com valor econômico e social, que têm reflexos no emprego e no crescimento.



Segundo a UNCTAD (2010), o carácter inovador e diferencial que está associado a esses setores tem se traduzido numa aposta competitiva, tanto para as economias desenvolvidas, quanto para as economias em desenvolvimento (Cortez, 2020). Estando as indústrias criativas entre os setores mais dinâmicos de toda a economia mundial, é necessário haver uma medição que possibilite uma visão benéfica e favorável tanto aos governos quanto aos seus decisores políticos, tanto para o planejamento, como para a implementação de diversas políticas direcionadas à economia e às indústrias criativas (UNCTAD, 2022).

Ademais, de todo o debate conceitual ao redor das indústrias culturais e criativas, podemos referir que “um entendimento em sentido amplo sugere a constituição de uma taxonomia para domínios substantivos de práticas culturais e criativas. Um enquadramento de setores compreendido pelo eixo criatividade/cultura para o universo em observação” (Martins; Pinto; Silva, 2021, p. 103-104).

Desse modo, diferentes taxonomias têm sido disponibilizadas por diferentes estudiosos, também influenciados por diferentes imperativos políticos (DISCE, 2020).

Tal como refere a UNCTAD (2022, p. 05),

[...] existem vários *frameworks* para medir a economia criativa com padrões de indústrias e produtos comuns cobertos (isto é, artes, audiovisuais, edição, música, artes performativas, fotografia), mas também diferenças devido a classificações nacionais ou regionais; cobertura de atividades ou produtos; metodologia e diretrizes; e tipos de atividades e produtos cobertos (isto é, culturais e relacionados, criativos, auxiliares, interdependentes).

Ou seja, cada vez mais existem estudos de diferentes organizações e/ou da responsabilidade de acadêmicos que propõem delimitações do setor e apresentam dados que comprovem a sua pertinência e relevância com base em propostas de definição dos conceitos de cultura e de criatividade.

As diretrizes mais comumente utilizadas incluem: o *Framework* de Estatísticas Culturais da UNESCO de 2009, o Guia da WIPO (*World Intellectual Property Organization*), intitulado *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, de 2015, e as diretrizes para as contas satélites culturais do *Andrés Bello Organization Agreement*, amplamente usado nos países da América Latina (UNCTAD, 2022). Além dessas, existem muitas outras, como os *frameworks* da UNCTAD, DCMS, ESSnet-Culture etc. Embora diferentes entre si, esses *frameworks*

consideram variados tipos de atividades culturais e criativas, frequentemente abordando áreas comuns.

Contudo, vale ressaltar que nenhuma definição existente está ajustada às necessidades de todos os países do mundo. Mesmo assim, os *frameworks* e as classificações existentes podem ajudar qualquer país a conceitualizar sua economia e suas indústrias criativas de uma forma mais conveniente e harmonizada — algo que certamente só trará vantagens (UNCTAD, 2022).

Enquanto isso não ocorre, é preciso dizer que grande parte dos *frameworks* existentes para estatísticas culturais foram criados com o objetivo de determinar qual é a contribuição financeira deste setor para o Produto Interno Bruto (PIB) da economia. Desse modo, tal como refere o South African Cultural Observatory (2016, p. 04),

A maioria dos *frameworks* começa por utilizar o sistema de contas nacionais, utilizando os sistemas de classificação de dados existentes, tais como o sistema de Classificação Internacional Tipo Industrial (ISIC), e a Classificação Internacional Tipo das Profissões (ISCO).

Essa abordagem, mesmo que seja muito boa, tem falhas que necessitam ser melhoradas, como o fato de não ter em consideração o valor não mercantil ou intrínseco da cultura. Vários *frameworks* têm trabalhado em relação a isso e, como tal, têm-se expandido, de modo a incluir não só o impacto econômico, mas também o impacto social das indústrias criativas. Porém, o que se entende por “social” é, sobretudo, a inclusão da dimensão do consumo ou da participação, em vez de objetivos sociais mais amplos. Desse modo, é fundamental compreender a quais *frameworks* as estatísticas podem responder, assim como às quais não podem, tal como conceder dados qualitativos associados à cultura sobre valores não mercantis.

A classificação dessas mesmas indústrias segundo a DCMS, UNESCO, UNCTAD, *ESSnet-Culture* e Conta Satélite da Cultura nos demonstra a complexidade dos diferentes setores criativos, os quais desempenham um papel fundamental na nossa sociedade, seja no âmbito da cultura ou mesmo da economia. Desse modo, a compreensão desses setores se tornou fundamental para desenvolver estratégias, novas abordagens e políticas capazes de promover e, acima de tudo, apoiar as indústrias criativas.



**Quadro 1 – Classificação das indústrias criativas segundo DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture e Conta Satélite da Cultura**

MODELO/Framework				
DCMS	UNESCO	UNCTAD	ESSNET-CULTURE	CONTA SATÉLITE DA CULTURA
SETORES CONSIDERADOS/CARACTERÍSTICAS				
<b>SETORES</b> - Publicidade - Arquitetura - Arte e antiguidades - Artesanato - Design - Moda - Filme e vídeo - Música - Artes cênicas - Edição - Software - Televisão e rádio - Videojogos e jogos de computador	<b>DOMÍNIOS CULTURAIS</b> - Património natural e cultural - Apresentações artísticas e celebrações - Artes visuais e artesanato - Livros e imprensa - Mídias audiovisuais e interativas - Design e serviços criativos  <b>DOMÍNIOS TRANSVERSAIS</b> - Património cultural imaterial - Educação e formação - Arquivos e preservação - Equipamentos e materiais de apoio  <b>DOMÍNIOS RELACIONADOS</b> - Turismo - Desporto e lazer	<b>PATRIMÓNIO</b> <u>Expressões culturais</u> <u>tradicionais:</u> - artesanato - festivais - celebrações <u>Locais culturais:</u> - locais arqueológicos - museus - bibliotecas - exposições - etc.  <b>ARTES</b> <u>Artes visuais:</u> - pinturas - esculturas - fotografia - antiguidades <u>Artes cênicas:</u> - música ao vivo - teatro - dança - ópera - circo - teatro de fantoches - etc.  <b>MÍDIA</b> <u>Editoras e média impresso:</u> - livros - imprensa e outras publicações <u>Audiovisuais:</u> - filmes - televisão - rádio - demais radiodifusões  <b>CRIAÇÕES FUNCIONAIS</b> <u>Design:</u> - interiores - gráfico - moda - joalheria - brinquedos <u>Novos media:</u> - software - videogames	<b>DOMÍNIOS CULTURAIS</b> - <u>Património</u> (Museus, Lugares históricos, Sítios arqueológicos, Património intangível) - <u>Arquivos</u> - <u>Bibliotecas</u> - <u>Livros e Imprensa</u> - <u>Artes visuais</u> (Artes plásticas, Fotografia, Design) - <u>Artes cênicas</u> (Música, Dança, Teatro, Artes combinadas e outros espetáculos ao vivo) - <u>Audiovisuais e Multimédia</u> (Cinema, Rádio, Televisão, Vídeos, Gravações de som, Obras multimédia, Videogames) - <u>Arquitetura</u> - <u>Publicidade</u> - <u>Artesanato</u>  <b>FUNÇÕES</b> - Criação - Produção/Publicação - Divulgação/Comércio - Preservação - Educação - Gestão/Regulamentação	<b>DOMÍNIOS</b> - Património, Arquivos e Bibliotecas - Livros e Publicações - Artes Visuais - Artes do Espetáculo - Audiovisual & Multimédia - Arquitetura - Publicidade - Interdisciplinar  <b>FUNÇÕES</b> - Criação - Produção / Divulgação - Difusão /Marketing - Preservação/ Conservação - Educação - Gestão / Regulação



		- conteúdo digital criativo		
		<u>Serviços criativos:</u>		
		- arquitetónico		
		- publicidade		
		- cultural e recreativo		
		- P&D criativo		
		- outros serviços criativos digitais		

Fonte: Lima, Martins e Pinto (2024).

A partir do Quadro 1 é possível ter uma visão abrangente das indústrias culturais, organizadas de acordo com os diferentes modelos/*frameworks*. Independentemente das diferentes classificações, sejam elas mais ou menos abrangentes, essas indústrias têm cada vez mais um impacto econômico, tornando-se, conseqüentemente, cada vez mais importantes e significativas no mundo em que vivemos (Ribeiro, 2020).

Assim, a análise dos modelos teóricos e conceituais das indústrias criativas revela a diversidade de abordagens e demonstra a complexidade e a relevância do setor na economia global. Esses *frameworks* não apenas delimitam e classificam as atividades culturais e criativas, mas também fornecem dados essenciais sobre políticas públicas e estratégias de desenvolvimento. Acredita-se que a adaptabilidade dos *frameworks* será fundamental para garantir que os setores culturais e criativos continuem a prosperar e a oferecer valor significativo às sociedades em todo o mundo.

#### 4 A Classificação das Atividades Econômicas na Indústria Criativa

Após o levantamento sobre os modelos teóricos e conceituais para os *frameworks* de análise das indústrias culturais e criativas, observou-se que cada modelo apresentava uma taxonomia diferente com base em um sistema específico, variando de acordo com o país onde o estudo foi desenvolvido.

A base de análise foram os códigos da Classificação Portuguesa de Atividades Econômicas (CAE), concebida pelo Instituto Nacional de Estatística (INE). A CAE é o código numérico que delimita as diferentes atividades econômicas de Portugal por ramos de atividade. Desse modo, todas as pessoas singulares e coletivas que desenvolvam qualquer atividade empresarial necessitam ter um CAE para a sua atividade (Instituto Nacional de Estatística, 2007).



Devido às transformações tecnológicas e económicas constantes que caracterizam o setor cultural e criativo, cada vez mais existem tentativas para delimitar o mesmo, medindo qual o seu contributo a nível económico com coerência estatística, não só a nível nacional, como foi referido anteriormente, mas também a nível internacional (Direção-Geral das Atividades Económicas, 2018). Para elucidar as classificações existentes, o Quadro 2 apresenta o *framework* da UNCTAD.

**Quadro 2** – Mapeamento das Indústrias Criativas segundo a UNCTAD, com o respectivo CAE Rev.3<sup>5</sup>

UNCTAD			
Domínios <sup>6</sup>	Atividade Económica	CAE Rev.3 <sup>7</sup>	Designação
Artes visuais	Fotografia	7420	Atividades fotográficas
	Pinturas e esculturas	900	Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias
Artes Cênicas	Artes Cênicas	900	Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias
	Música	5920	Atividades de gravação de som e edição de música
		1820	Reprodução de suportes gravados
Serviços de Publicações	Serviços de Publicações	3220	Fabricação de instrumentos musicais
		5811	Edição de livros
		5812	Edição de listas destinadas a consulta
		5813	Edição de jornais
		5819	Outras atividades de edição
		5920	Atividades de gravação de som e edição de música
		582	Edição de programas informáticos
		1811	Impressão de jornais
Serviços Audiovisuais e Relacionados	Rádio e Televisão	1812	Outra impressão
		6391	Atividades de agências de notícias
		6010	Atividades de rádio
		6020	Atividades de televisão
		5912	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão

<sup>5</sup> Quadro adaptado de “Lista de desejos” proposta pela UNCTAD para serviços criativos baseados nos códigos EBOPS disponibilizada no “Relatório de Economia Criativa 2010” disponível on-line em: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_pt.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf) [acesso em julho de 2023], e utilizando a tabela de equivalência de CPC Ver. 2 para ISIC Rev. 4., disponível on-line em: [https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/tables/ISIC/ISIC4\\_CPC2/ISIC4-CPC2.txt](https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/tables/ISIC/ISIC4_CPC2/ISIC4-CPC2.txt) [acesso em julho de 2023]

<sup>6</sup> A seleção dos domínios foi baseada na “Tabela 1.1 Sistemas de classificação para as indústrias criativas derivados de diferentes modelos”, disponibilizada no “Relatório de Economia Criativa 2010”, disponível on-line em: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_pt.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf) [acesso em julho de 2023]

<sup>7</sup> A nomenclatura portuguesa CAE (Classificação das Atividades Económicas) Rev.3 tem correspondência direta com o ISIC Rev. 4.



	Filme	5920	Atividades de gravação de som e edição de música	
		6391	Atividades de agências de notícias	
		5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão	
		6020	Atividades de televisão	
		5913	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão	
		5914	Projeção de filmes e de vídeos	
Design	Interior	7410	Atividades de design	
		3100	Fabricação de mobiliário e de colchões	
	Joias	3211	Cunhagem de moedas	
		3212	Fabricação de joalheria, ourivesaria e artigos similares	
Brinquedos	3240	Fabricação de jogos e de brinquedos		
Artes Cénicas	Conteúdo digital <i>online</i>	5811	Edição de livros	
		5813	Edição de jornais	
		5920	Atividades de gravação de som e edição de música	
		5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão	
		582	Edição de programas informáticos	
Serviços Criativos	Serviços de Publicidade	731	Publicidade	
		5812	Edição de listas destinadas a consulta	
		5813	Edição de jornais	
		6010	Atividades de rádio	
		6020	Atividades de televisão	
		5813	Edição de jornais	
		5819	Outras atividades de edição	
	6311	Atividades de processamento de dados, domiciliação de informação e atividades relacionadas		
	6312	Portais Web		
	Serviços de Arquitetura	7111	Atividades de arquitetura	
		Serviços Culturais e recreativos	9101	Atividades das bibliotecas e arquivos
			9102	Atividades dos museus
	9103		Atividades dos sítios e monumentos históricos	
9321	Atividades dos parques de diversão e temáticos			
9329	Outras atividades de diversão e recreativas			
Royalties e Taxas de Licença	Royalties e Taxas de Licença	7722	Aluguer de videocassetes e discos	
		582	Edição de programas informáticos	
		5811	Edição de livros	
		5812	Edição de listas destinadas a consulta	
		5813	Edição de jornais	
		5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão	
		5912	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão	
		5913	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão	



	5920	Atividades de gravação de som e edição de música
	9000	Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias
	7740	Locação de propriedade intelectual e produtos similares, exceto direitos de autor

Fonte: Adaptado de UNCTAD (2010).

Destarte, há de se mencionar que o uso de *frameworks* padronizados possibilita uma análise comparativa das atividades culturais e criativas em diferentes contextos nacionais e internacionais. No entanto, para o apresentado em tela, é importante propor — mesmo que na forma de experimento — um refinamento desses *frameworks* a fim de capturar melhor as dinâmicas específicas de cada país.

## 5 Resultados e discussões

O debate conceitual dos indicadores, aliado à existência dos *frameworks*, são os elementos constitutivos para a definição e a proposição do Observatório das Indústrias Criativas da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Assim sendo, em relação ao *framework* do Obcrei, disponível de forma experimental no sítio web (<https://creialab-citcem.letras.up.pt/obcrei>), podemos referir que os indicadores culturais e criativos funcionam como um instrumento que realiza a ponte interdisciplinar entre a perspectiva econômica e a perspectiva infocomunicacional.

Desse modo, os indicadores são reconhecidos como uma síntese interpretativa que procura perceber, simultaneamente, a realidade cultural e criativa, tornando-as plausíveis de interpretação, mas também “para o interesse teórico (investigação académica), programático (formulação de políticas) ou democrático (exercício social de participação e fidelização das políticas culturais)” (CITCEM, 2022b).

O Obcrei.pt escolheu, então, optar por trabalhar com a estruturação constituída por categorias, dimensão, ciclo criativo, escalas administrativas e temporalidade, conforme Quadro 3.

**Quadro 3** – Componentes do *framework* do Obcrei.pt.

Componentes	Descrição	Contribuição no <i>framework</i>
Categorias	Conjunto de setores e subáreas da Indústria Criativa.	Descreve os setores específicos a serem analisados e permite uma categorização organizada dos indicadores.
Dimensão	Inclui os agentes e instituições envolvidos no Estado, mercado e sociedade.	Diferencia as atribuições de cada agente, facilitando uma análise multidimensional que reflete as interações econômicas, culturais e sociais.
Ciclo Criativo	Etapas do ciclo de desenvolvimento das manifestações criativas e culturais.	Orienta o monitoramento das atividades ao longo das etapas criativas, ajudando a mapear desde a concepção até o impacto no consumo e preservação, essencial para a mensuração dos dados.
Escalas Administrativas	Segmentação territorial definida pela Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS II) em Portugal.	Oferece uma base geográfica e administrativa para a coleta e comparação de dados.
Temporalidade	Sequência temporal de análise com intervalos definidos para comparação.	Visão longitudinal, identificando tendências, variações e mudanças estruturais ao longo dos anos.

Fonte: Lima, Martins, Pinto (2024).

## 5.1 Categorias

O observatório utilizou a base da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), especialmente por procurar gerar uma maior comparabilidade de indicadores em relação a outras escalas — a exemplo da União Europeia. Assim, de acordo com a UNCTAD, o Obcrei utiliza as seguintes categorias de forma sistematizada:

- Artes performativas (música, teatro, dança, outros).
- Artes plásticas visuais (pintura, escultura, fotografia, outros).
- Expressões culturais tradicionais (artesanato e festivais).
- Sítios culturais (monumentos, sítios, museus, bibliotecas e galerias).
- Audiovisual (filmes, TV, rádio).
- Edição e mídia impressa (livros, jornais e outros).
- Design (interiores, gráfico, produto, moda, joalheria, brinquedos).
- Serviços criativos (arquitetura, publicidade e outros).
- Novos mídias (*software*, videogames, conteúdos digitais).

## 5.2 Dimensão



Em relação ao componente dimensão, essa plataforma procura, no fundo, estabelecer um reconhecimento sociológico com todos os agentes envolvidos nas ICs. Para além disso, simultaneamente, pretende perceber que existem agentes e instituições do Estado, da economia (mercado) e da sociedade que constituem a estrutura de um ou mais domínios e perceber onde é que estes estão a atuar.

### 5.3 Ciclo Criativo

Uma vez que a inserção do ciclo se refere à necessidade de observar a estrutura de um determinado campo criativo, é importante referir duas entidades, já que elas foram essenciais para a criação deste observatório, sendo elas: a UNESCO e o INE. A partir dessas entidades, considera-se que um ciclo é constituído pelas seguintes funções:

- **Criação:** atividades relacionadas com a elaboração de ideias e conteúdos artísticos de produtos culturais.
- **Produção/Divulgação:** atividades que contribuam para a transformação de um trabalho original em um trabalho disponível.
- **Difusão/Marketing:** atividades que não só comunicam como também difundem conteúdos, de forma a tornar os produtos culturais disponíveis para todos os consumidores.
- **Preservação/Conservação:** atividades que conservam, protegem, restauram e mantêm o património cultural.
- **Educação:** inclui educação formal e não formal na área da cultura.
- **Gestão/Regulação:** atividades desenvolvidas por organizações, públicas ou privadas, cuja missão é disponibilizar os meios para um ambiente favorável para as atividades, operadores e espaços culturais.
- **Consumo/participação:** atividades e experiências das audiências/consumidores/participantes com a indústria criativa. Por exemplo: visitar galerias de arte, ler livros, escutar rádio etc.

### 5.4 Escalas administrativas

Em relação à escala utilizada para este projeto, optou-se por utilizar a Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS). Para o carácter experimental do observatório, este optou pelo nível NUTS II (Norte, Centro, Área metropolitana de Lisboa, Alentejo, Algarve, Região Autónoma dos Açores e Região Autónoma da Madeira).

### 5.5 Temporalidade

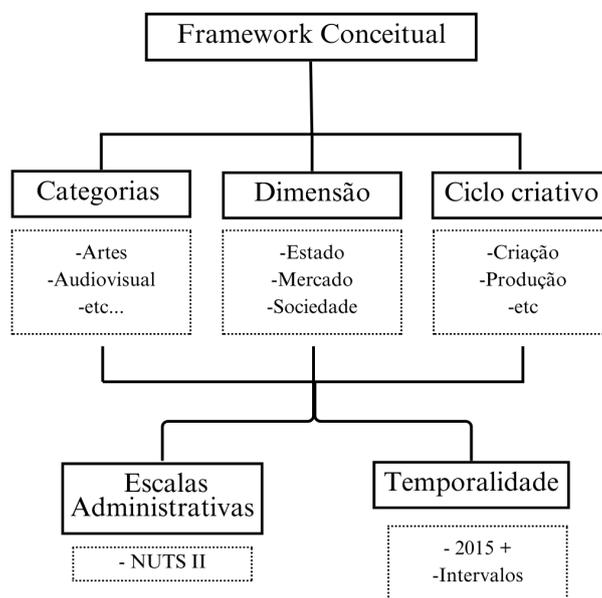
Quanto à temporalidade, o Obcrei escolheu apresentar os anos a partir de 2015, preocupando-se em criar uma estrutura de sequência temporal e de escala que possa ser

Comunicação & Inovação | v. 25 | e20249722 | jan.-dec. | 2024 | ISSN 2178-0145. <https://doi.org/10.13037/ci.vol25.e20249722>



equivalente e siga as revisões das Atividades Econômicas e das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos.

**Figura 1** – Representação do *framework* do Obcrei.pt.



Fonte: Lima, Martins, Pinto (2024).

Nesses termos, operacionalmente, é preciso apontar duas ações realizadas no projeto que levaram em conta a configuração das Indústrias Criativas em termos de *framework*, representado pela Figura 1: a equivalência dos CAEs para a sequência temporal; e a elaboração da ficha prévia de indicadores a partir da base de dados do Instituto Nacional de Estatística de Portugal.

Através de indicadores já existentes (do INE), foi possível obter sequências temporais, criando correlações entre indicadores. Quando eles estavam para ser tratados, reparou-se que havia indicadores que eram basicamente iguais, a única coisa que os distinguia era a diferença da NUTS utilizada (NUTS I, NUTS II ou NUTS III) ou o CAE utilizado (Rev. 2.1 ou Rev.3). Desse modo, torna-se importante apresentar o Quadro 4 de equivalência para apresentar, aos leitores, a ideia de que é possível, dentro do Obcrei, realizar a continuidade intemporal dessas informações a partir de uma equivalência das revisões. Isso significa que, por exemplo, mesmo que no CAE Rev. 2.1 um domínio tenha um determinado código, mas no CAE Rev. 3 tenha um código diferente, ainda assim apresentam equivalência entre si, o que acaba por se definir que são o mesmo indicador.

**Quadro 4 – Equivalência CAE Rev.2.1. para CAE Rev.3 das Indústrias Criativas.**

Designação	CAE Rev.2.1	CAE Rev.3	Designação
Atividades fotográficas	74810	7420	Atividades fotográficas
		900	Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias
Edição de gravações de som	22140	5920	Atividades de gravação de som e edição de música
Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas	74872		
Atividades técnicas de pós- produção	92112		
Atividades de rádio e televisão	92200		
Reprodução de gravações de som	22310	1820	Reprodução de suportes gravados
Reprodução de gravações de vídeo	22320		
Reprodução de suportes informáticos	22330		
Fabricação de instrumentos musicais	36300	3220	Fabricação de instrumentos musicais
Edição de livros	22110	5811	Edição de livros
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		
Edição de jornais	22120		
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	5813	Edição de jornais
Edição, n.e.	22150	5819	Outras atividades de edição
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		
		582	Edição de programas informáticos
Impressão de jornais	22210	1811	Impressão de jornais
Fabricação de artigos de pasta de papel, de papel e de cartão, n.e.	21250	1812	Outra impressão
Impressão, n.e.	22220		
Atividades de agências de notícias	92400	6391	Atividades de agências de notícias
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	6010	Atividades de rádio
Atividades de rádio e televisão	92200		
Telecomunicações	64200	6020	Atividades de televisão
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		



Atividades de rádio e televisão	92200		
Atividades técnicas de pós- produção	92112	5912	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
Atividades de agências de notícias	92400	6391	Atividades de agências de notícias
Produção de filmes e de vídeos	92111	5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
Atividades de rádio e televisão	92200		
Distribuição de filmes e de vídeos	92120	5913	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
Projeção de filmes e de vídeos	92130	5914	Projeção de filmes e de vídeos
Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas	74872	7410	Atividades de design
		310	Fabricação de mobiliário e de colchões
Cunhagem de moedas	36210	3211	Cunhagem de moedas
		3212	Fabricação de joalheria, ourivesaria e artigos similares
Fabricação de jogos e brinquedos	36500	3240	Fabricação de jogos e de brinquedos
		731	Publicidade
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	5812	Edição de listas destinadas a consulta
Edição de livros	22110		
Processamento de dados	72300	6311	Atividades de processamento de dados, domiciliação de informação e atividades relacionadas
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	6312	Portais Web
Atividades de arquitetura	74201	71110	Atividades de arquitetura
Atividades de bibliotecas e arquivos	92510	9101	Atividades das bibliotecas e arquivos
Atividades de museus e conservação de locais e de monumentos históricos	92520	9102	Atividades dos museus
Atividades de museus e conservação de locais e de monumentos históricos	92520	9103	Atividades dos sítios e monumentos históricos
Parques de diversão	92330	9321	Atividades dos parques de diversão e temáticos
Outras atividades de diversão e espetáculos diversos, n.e.	92342	9329	Outras atividades de diversão e recreativas
Outras atividades recreativas, n.e.	92720		
Outras atividades de diversão e espetáculos diversos, n.e.	92342		
Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n.e.	71400	7722	Aluguer de videocassetes e discos
Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas	74872	7740	Locação de propriedade intelectual e produtos similares, exceto direito de autor

Fonte: Lima, Martins, Pinto (2024).



A elaboração da ficha prévia de indicadores, exemplificado no Quadro 5 e baseada nos dados do Instituto Nacional de Estatística de Portugal, possibilitou estabelecer correlações entre indicadores existentes no instituto, viabilizando sua utilização no Obcrei. O objetivo foi implementar temporalidade e espacialidade, integrando indicadores que são separados no INE, mas que podem ser unificados para a indústria criativa.

**Quadro 5** – Exemplo de ficha de indicadores no INE para uso no Obcrei.

Indicador/Definição	Custo das mercadorias vendidas (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas Indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Custo das mercadorias vendidas (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem fórmula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade econômica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão

Fonte: Lima, Martins, Pinto (2024).

Assim, a estruturação temporal articulada com as revisões das Atividades Econômicas e das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos garante a comparabilidade e a consistência dos indicadores ao longo do tempo. A proposta da estrutura do *framework* poderá permitir que a base de informações já existente seja adaptada, torne-se relevante e seja capaz de responder às necessidades dinâmicas do campo das indústrias criativas em Portugal.

## 6 Considerações finais

A proposição de um *framework* enquanto artefato resultado de uma pesquisa exploratória e propositiva revelou várias aprendizagens importantes. Inicialmente, destaca-se que a interdisciplinaridade do desenvolvimento do *framework*, integrando perspectivas econômicas e infocomunicacionais, salientou a complexidade das indústrias criativas. A configuração de indicadores vai além das medidas econômicas tradicionais

para incluir dimensões culturais e sociais. A colaboração entre diferentes áreas do conhecimento, portanto, deve ser empreendida para a criação de um sistema de indicadores na Indústria Criativa.

Em segundo lugar, é preciso mencionar a complexidade inerente à definição e à classificação das atividades econômicas deste setor. As reflexões teóricas e os debates empreendidos ponderam constantemente a necessidade de um modelo flexível e adaptável, capaz de capturar as dinâmicas específicas de cada contexto. No entanto, sabe-se que isso é um contraponto e, até mesmo, um dilema para o desenvolvimento de indicadores. De toda forma, a utilização de *framework* padrão, como o da UNCTAD, torna-se necessário para garantir a comparabilidade, ao passo que também revela a importância de refinamentos para melhor refletir as particularidades nacionais.

Por fim, como uma prospecção para futuros trabalhos, o *framework* pode avançar para uma integração com pesquisas qualitativas e quantitativas que explorem elementos de coesão social, identidade cultural e bem-estar comunitário. Ademais, pode incorporar as tecnologias digitais, como inteligência artificial, para ampliar a capacidade de análise da realidade, usando de modelos descritivos, preditivos e prescritivos.

## Referências

AFRIANTARI, Rini; HARIKESA, I. Wayan Aditya. Industry Revolution 4.0: Strengthening the Creative Economy Sectors through BEKRAF Implementation Programs. **Transborder**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 28–43, 2020.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BITTERN COURT, Luiza. **Cidades criativas e desenvolvimento territorial**: uma perspectiva de Amarante como “Cidade da Música”. 2019. 235 f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

BOHNER, Louis. **Indicators of Cultural Development Within the European Context**. França: Unesco, 1979.

CARRASCO-ARROYO, Salvador. Una tarea inacabada. Medir la cultura. **Periferica**, [S. l.], n. 7, p. 140–168, 2006.

CITCEM. **Oficinas de Investigação CITCEM 2021/22 «Observatórios e indicadores em indústria criativa: subsídios para análises transdisciplinares» Apresentação de Tiago Comunicação & Inovação** | v. 25 | e20249722 | jan.-dec. | 2024 | ISSN 2178-0145. <https://doi.org/10.13037/ci.vol25.e20249722>



**Costa Martins.** 2022a. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=ET849bKzOh4&list=PLKq-kiPmlWY9LpE9mRKqjuVqbZhvOBAX&index=3>. Acesso em: 29 jan. 2023.

**CITCEM. Oficinas de Investigação CITCEM 2021/22 «Obcrei.pt - Um observatório para as Indústrias Criativas em Portugal» Apresentação de Maria Manuela Pinto e Armando Malheiro da Silva.** 2022b. Disponível em:

[https://www.youtube.com/watch?v=DIFey6W6G\\_4&list=PLKq-kiPmlWY9LpE9mRKqjuVqbZhvOBAX&index=5](https://www.youtube.com/watch?v=DIFey6W6G_4&list=PLKq-kiPmlWY9LpE9mRKqjuVqbZhvOBAX&index=5). Acesso em: 17 jan. 2023.

**CORTEZ, Maria Raquel Mendes Guerra Marques. O setor cultural e criativo em Portugal - 20 anos de desenvolvimento.** 2020. 113 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas) — Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2020. Disponível em:

[https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/33611/1/Dissertação Final.pdf](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/33611/1/Dissertação%20Final.pdf). Acesso em: 29 jan. 2023.

**DCMS. Creative Industries Mapping Documents 2001.** 2001. Disponível em:

<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>. Acesso em: 29 jan. 2023.

**DIREÇÃO-GERAL DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS. Indústrias Culturais e Criativas.** [S. l.], p. 20, 2018.

**DISCE. Measuring creative economies: a critical review of CCIs.** [s.l: s.n.]. Disponível em:

<https://disce.eu/wp-content/uploads/2019/12/DISCE-Report-D2.1.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2023.

**HONG, Bev. National cultural indicators in New Zealand.** *Cultural Trends*, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 93–108, 2014. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09548963.2014.897450>. Acesso em: 29 jan. 2023.

**IDEA; KEA; IMEC-SMIT-VUB. Mapping the Creative Value Chains.** [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4737f41d-45ac-11e7-aea8-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF>. Acesso em: 29 jan. 2023.

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. Classificação Portuguesa das Actividades Económicas, Revisão 3.** [s.l: s.n.].

**JANNUZZI, Paulo de Martino. Indicadores Sociais no Brasil: conceitos, fontes de dados e aplicações.** Campinas.

**MARTINS, Tiago Costa; PINTO, Maria Manuela Gomes de Azevedo; SILVA, Armando Manuel Barreiros Malheiro Da. Políticas culturais, indicadores e Comunicação Pública.** *Redes*, [S. l.], v. 26, p. 9–28, 2022. DOI: 10.17058/redes.v26i0.15769.

**PARLAMENTO EUROPEU. \*\*\*I POSIÇÃO DO PARLAMENTO EUROPEU 2009.**

**PARR, Sakiko Fukuda. En busca de indicadores de cultura y desarrollo: avances y propuestas:** Informe Mundial sobre la cultura 2000-2001. Informe Mundial sobre la cultura 2000-2001.

**PINTO, Maria Manuela Gomes de Azevedo; MARTINS, Tiago Costa; SILVA, Armando Malheiro Da. Um observatório das indústrias criativas em Portugal: o obcrei.pt.** [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10216/133118>.

*Comunicação & Inovação* | v. 25 | e20249722 | jan.-dec. | 2024 | ISSN 2178-0145. <https://doi.org/10.13037/ci.vol25.e20249722>



PNUD. **Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways**. New York. Disponível em: <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>. Acesso em: 29 jan. 2023.

RIBEIRO, Beatriz dos Santos Gonçalves. **O impacto da Humanize Produções e o Desenvolvimento sustentável na estratégia da cultura como negócio social**. 2020. [S. l.], 2020.

SOUTH AFRICAN CULTURAL OBSERVATORY. **Towards the development of a framework for cultural towards the development of a framework for cultural statistics for South Africa**. [s.l.: s.n.].

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: Problemas, hipóteses, pistas**. [s.l.] : Itaú Cultural, 2007. Disponível em: <http://www.santoandre.sp.gov.br/pesquisa/ebooks/355430.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2023.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option**, 2010.

UNCTAD. **Creative Economy Outlook 2022**. [s.l.: s.n.], 2022. Disponível em: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf). Acesso em: 29 jan. 2023.

## Agradecimentos

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela subvenção ao projeto de pesquisa (processo: 405088/2023-0) e pela concessão de bolsa produtividade em pesquisa (307567/2022-2).

---

<sup>i</sup> Licenciada em Ciência da Informação, Universidade do Porto, Portugal. Mestre em Comunicação e Gestão das Indústrias Criativas, Universidade do Porto, Portugal.

<sup>ii</sup> Professor no Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Pampa (Unipampa) e no Programa de Pós-Graduação em Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Brasil. Pesquisador de Produtividade em Pesquisa – PQ2 pelo CNPq, Brasil. Investigador colaborador no Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória (CITCEM) da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal.

<sup>iii</sup> Professora Associada na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal. Docente nos programas de Mestrado em Ciência da Informação, Mestrado em Museologia, Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, e no Doutorado em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais. Investigadora integrada no Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória (CITCEM) da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal.

