



ECONOMIA CRIATIVA NA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA EM ADMINISTRAÇÃO: MAPEAMENTO BIBLIOMÉTRICO NAS BASES ANPAD, CAPES E SPELL.

Augusto Cezar de Aquino Cabral – Universidade Federal do Ceará

Patrícia G. G. de Oliveira – Universidade Federal do Ceará

William Brito Freitas Filho – Universidade Federal do Ceará

Sandra Maria dos Santos – Universidade Federal do Ceará

RESUMO

A economia criativa ganhou grande repercussão nos últimos anos, devido a seu forte papel dinâmico, onde sua principal característica é o impacto de seus bens e serviços em vários setores da economia, o que tem provocado processos de mudanças sociais, políticas, econômicas e organizacionais profundas. Contudo, na perspectiva da gestão, o tema tem sido pouco explorado. Este artigo visa mapear a produção científica brasileira sobre economia criativa, tema que tem se destacado cada vez mais, tanto por suas características voltadas para inovação, como por ser objeto de estudo na abordagem da teoria institucional e pelo papel de destaque na economia mundial. A metodologia utilizada foi a bibliometria, tendo sido analisadas produções sobre a economia criativa nos anais da ANPAD, no portal de periódicos SPELL e no banco de teses da CAPES, com o suporte do *software* Zotero. Tem-se como objetivo geral desta pesquisa catalogar e caracterizar das produções científicas nas bases mencionadas com identificação de suas temáticas. São objetivos específicos: classificar as produções conforme as principais dimensões sobre economia criativa; evidenciar as áreas de economia criativa, em que os estudos mais se concentram. Os resultados desta pesquisa apontam caminhos principais que a produção científica brasileira tem trilhado nos estudos sobre a economia criativa e o que ainda é necessário investigar nestas atividades que crescem cada vez mais.

Palavras-chave: economia criativa, bibliometria, anpad, spell, capes, Zotero

RÉSUMÉ

Au cours des dernières années, l'économie créative ont attiré l'attention en raison de son fort rôle dynamique, où sa caractéristique principale est l'impact de ses produits et services dans différents secteurs de l'économie, ce qui a causé les processus de changement social, politique, économique et organisationnel. Pourtant, du point de vue de la gestion, le sujet a été peu exploré. Cet article vise à cataloguer la production scientifique brésilienne sur l'économie créative, un thème qui a été mis en évidence de plus en plus en raison de ses caractéristiques liées à l'innovation, par être un objet d'étude de la théorie institutionnelle, et aussi a cause de son rôle dans l'économie mondiale. La méthodologie utilisée a été la bibliométrie, en analysant les publications sur l'économie créative dans les annales de ANPAD, dans le site SPELL, et aussi dans le banque de thèses CAPES, avec le support du *software* Zotero. Le objectif general de cette recherche est de cataloguer et caractériser les publications scientifiques avec l'identification de ses thèmes. Les objectifs spécifiques sont deux: classier les publications conformément aux principales dimensions de l'économie créative; mettre en evidence les domaines de l'économie créative, dans laquelle les études plus se concentrent. Les résultats de cette recherche indiquent les principaux chemins que la production scientifique brésilienne a prise dans les études sur l'économie créative, et ce qui est encore nécessaire d'investiguer dans ces activités.

Mots-clés: économie créative, bibliométrie, ANPAD, capes, Zotero.



1. INTRODUÇÃO

A economia criativa é um conceito novo e em evolução formulado na década de 90 no Reino Unido (PIRES; ALBAGLI, 2012), possui diferentes concepções conforme a época e a região considerada, assim como consta no relatório da economia criativa da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010). É possível afirmar que de forma geral a economia criativa é um campo em desenvolvimento caracterizado pelo impacto de seus bens e serviços em vários setores da economia, provocando no processo mudanças sociais, políticas, econômicas e organizacionais (REIS, 2008) e possui como seu centro as indústrias criativas que utilizam como diferencial e principal insumo para produção o capital intelectual que se traduz como capacidade criativa (UNCTAD, 2010).

Atualmente é apontado que tanto a economia, como a globalização, o uso do digital, o destaque do trabalho imaterial, o crescimento da propriedade intelectual e as mudanças no consumo, têm gerado significativas modificações no papel da cultura e da inovação nas atividades de produção. E os elementos criativos se transformaram em peças centrais para a produtividade e a competitividade. Como consequência ocorre à expansão dos setores que promovem os denominados bens simbólicos (TEPPER, 2002).

Dado a recente evidenciação do campo da economia criativa e seu destaque, atualmente existem poucas produções científicas e temáticas próprias relacionadas ao campo. De forma que o artigo parte da necessidade de mapeamento acerca do perfil da produção científica brasileira da economia criativa, na área científica de Administração, Contabilidade e Turismo. Acerca do tema, foram definidos os seguintes pressupostos teóricos: a economia criativa é constituída de quatro dimensões; as pesquisas sobre o tema são de natureza qualitativa, realizadas mediante estudos de caso e descritivas; e a produção científica na área é recente e escassa.

Quanto ao objetivo geral, o estudo visa mapear a produção científica brasileira sobre a economia criativa. Já os objetivos específicos são: (1) classificar as produções conforme as principais dimensões sobre economia criativa; (2) evidenciar as áreas de economia criativa, em que os estudos mais se concentram.

O mapeamento proposto contribuirá para uma compreensão mais clara das perspectivas fornecidas pelas produções científicas acerca da economia criativa e da dinâmica desse campo, colocando em evidência temas importantes, a serem exploradas em estudos futuros. Para o mapeamento, utilizou-se a pesquisa bibliométrica, por esta possibilitar, a partir do mapeamento e análise do conteúdo, uma nova organização e contextualização de dados levantados por outros pesquisadores, gerando-se, assim, uma nova visualização. Trabalhos com utilização de análise bibliométrica foram consultados para sugerir caminhos para este estudo, incluindo estudos nos contextos de pesquisa enfocados (ANPAD, SPELL e CAPES). Ademais, foram realizadas buscas de artigos sobre a economia criativa, sendo feita uma análise bibliométrica destes artigos, mediante a utilização de diversas técnicas como a catalogação de palavras-chaves e áreas temáticas.

A estrutura geral deste trabalho, além desta introdução, é constituída por outras quatro seções. A segunda seção trata do referencial teórico que consiste do levantamento dos conceitos ligados às características encontradas na economia criativa. A terceira seção refere-se à metodologia do estudo. A quarta seção traz o levantamento e análise dos dados. A quinta seção consiste de considerações sobre a pesquisa. Por último apresentam-se as referências utilizadas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A economia criativa e seus conceitos

As organizações criativas surgem na Austrália na década de 90 com o processo



revitalização do capital após a crise da década de 70, mas o conceito dessas organizações é abordado mais precisamente no Reino Unido no final da década de 90, e constitui as empresas que possuem como diferencial o uso da imaginação, da cultura, da inovação no processo produtivo e a agregação desses elementos no produto final simultaneamente (PIRES; ALBAGLI, 2012).

A economia criativa pode ser entendida de forma simplista como um conjunto de profissionais que realizam serviços baseados no conhecimento, relacionados as atividades nas áreas arquitetura, propaganda, design, publicações, moda, entretenimento, entre outras (FLORIDA, 2005).

Segundo o Bendassolli *et al.* (2009, p. 5) o conceito de Indústria criativa está relacionado a:

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual. As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais) (BENDASSOLLI *et al.*, 2009, p. 5).

Desta forma, grande parte do valor gerado pela economia criativa não está mais nos processamentos de matérias-primas, mas no processamento da própria informação (COSTA, 2001).

A economia criativa é um conceito em evolução baseado em potências criativas que possuem a capacidade de gerar crescimento e desenvolvimento econômico. Ela possui como características gerais: estímulos para geração de renda, processos de inclusão social e diversificação cultural, amplificação do desenvolvimento humano, interação dos aspectos econômicos, culturais e sociais com tecnologia e a geração de propriedade intelectual e possui como centro as indústrias criativas (UNCTAD, 2010).

Toffler (2000) constata que o conhecimento completo e estruturado da área é uma tarefa ainda distante dada à própria natureza do campo que é bastante complexa devido a constante adição de elementos na dinâmica da economia criativa e a diversidade encontrada dentre eles.

A grande distinção das indústrias criativas com relação às indústrias tradicionais é justamente a valorização da criatividade e do capital intelectual no processo produtivo e no fato de produzirem simultaneamente valor econômico e simbólico. (BENDASSOLI *et al.*, 2009; REIS 2008).

A diferença fica clara na nova perspectiva de produção no campo da economia criativa e de suas indústrias, pois a intenção é obter ideias e propostas que os consumidores dificilmente farão surgir nas pesquisas de mercado, e que fornecem as empresas materiais em sua luta diante da homogeneidade de produtos e da hiperconcorrência (KOTLER; DE BES, 2004).

Para Pires e Albagli (2012), o uso do capital intelectual pelas organizações criativas, torna-se uma característica vital. As transformações ocorridas com o surgimento dessa nova identidade nas organizações excede as relações de trabalho, mas compreendem o modo como o indivíduo é identificado por essas organizações. Surge uma nova cultura de consumo com elementos intangíveis trazendo os recursos intelectuais como diferencial competitivo.

2.2 As indústrias criativas sobre a ótica da teoria da institucionalização

A Teoria da Institucionalização é uma vertente das abordagens da Administração que busca levar em consideração no contexto organizacional, a ideia da organização funcionando como uma instituição que deverá buscar fundamentos normativos e valorativos, de crenças e de pressupostos, onde se inserem os indivíduos, os grupos e assim como demais organizações



(ROSSETTO, 2005).

Dessa forma a importância dada ao ambiente externo das organizações é marcada pela adequação dessas em relação aos valores sociais e culturais compartilhados que leva a legitimidade da organização enquanto instituição (MACHADO-DA-SILVA, GUARIDO FILHO E ROSSONI, 2006). E a adequação que garante a legitimidade ao funcionamento da organização não é algo imediato, mas resultado de um processo histórico singular para cada organização em função de suas especificidades e o meio em que está inserida (BEGER; LUCKMANN, 2005).

Dados os conceitos fundamentais sobre a Teoria da Institucionalização é preciso ressaltar sua importância nas abordagens e estudo das indústrias criativas que possui alta relação com o ambiente externo de onde importam o capital intelectual e retiram dos acervos culturais elencados no patrimônio, elementos que levam a inovação e criatividade.

2.3 A importância das indústrias criativas na economia.

Nos países de língua portuguesa, o crescimento da economia criativa vem se tornando mais nítido através das estratégias de desenvolvimento econômico e social. Este crescimento tem como principal insumo de inovação as políticas públicas. No caso do Brasil, o tema economia criativa aparece em 2004, na XI Conferência das Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), em um painel voltado às indústrias criativas nos países em desenvolvimento.

A UNCTAD (2010) demonstra o dinamismo e o crescimento das atividades ligadas à economia criativa, mostrando que mesmo com a redução de 12% no comércio internacional em 2008, as exportações de produtos criativos aumentaram e chegaram a um valor superior a R\$ 1 trilhão, e esse valor duplicou dentro do período de 6 anos com uma taxa de crescimento médio de 14%, dados que evidenciam a crescente importância da área e apontam perspectivas para o futuro.

No Brasil, a participação da economia criativa no Produto Interno Bruto (PIB) aumentou 0,1% entre 2006 e 2010, o que representa cerca de R\$ 3,7 bilhões. Entre as empresas do setor no país, 99,87% são de micro, pequeno e médio portes (FIRJAN, 2012). No âmbito social, constata-se que os setores criativos geram 3.763.271 de empregos, o que representa 8,54% do total de empregados formais e com renda média de R\$ 2.293,64 (MINC, 2011). É notável o crescimento e a atual importância da área tanto no panorama internacional quanto nacional.

Identificada a explosão do setor criativo nas últimas décadas. O reconhecimento do governo brasileiro, através do Ministério da Cultura, veio no ano de 2012, quando foi criada a Secretaria da Economia Criativa. A Secretaria tem como missão, formular, implantar e monitorar as políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, e focar no apoio de profissionais e aos pequenos e microempreendedores criativos (UNCTAD, 2010).

Para que a economia criativa seja estimulada, os governos devem sempre avaliar as condições para aquisição e atualização tecnológica, através de políticas públicas, nos campos da ciência, tecnologia e inovação, visando o desenvolvimento. (UNCTAD, 2010).

2.4 Classificação da economia criativa segundo a UNCTAD

As indústrias culturais são compostas por um subconjunto das indústrias criativas que se dividem em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Esses grupos se dividem em nove subgrupos (UNCTAD, 2010).

O primeiro grupo apresentado é o patrimônio, refere-se ao patrimônio cultural, e é identificado como a origem das variadas formas de expressão artística e serve de referência as atividades das indústrias criativas. É o patrimônio que unifica e identifica elementos culturais quanto a seus aspectos históricos, antropológicos, étnicos, estéticos e sociais, influenciando a



criatividade e as atividades de produção das indústrias criativas. Esse grupo se subdivide em dois que são: expressões culturais tradicionais que diz respeito ao artesanato, festivais e celebrações, e os locais culturais que são entendidos como os sítios arqueológicos, museus, bibliotecas e exposições (UNCTAD, 2010).

Corroborando para o conceito anterior apresentado sobre patrimônio, Funari e Araújo (2009), apresentam o patrimônio cultural sob a esfera material que se refere aos bens tangíveis transmitidos e a esfera imaterial que se refere aos bens intangíveis, ideologias. Fato que converge para a ideia de que o patrimônio serve como origem e embasamento das atividades criativas e culturais dos indivíduos e do coletivo enquanto produtores e participantes de uma organização.

No segundo grupo têm-se as artes, no tocante a esse grupo a UNCTAD (2010) inclui as indústrias criativas que possuem atividades baseadas puramente na arte e na cultura. O trabalho artístico é inspirado por patrimônio, valores de identidade e significado simbólico.

O grupo subdivide-se em dois subgrupos que são: artes visuais que se referem a pinturas, esculturas, fotografia e antiguidades, e as artes cênicas que se referem às músicas ao vivo, teatro, dança, ópera, circo e ou outras. Coli (1995) apresenta um conceito que corrobora para o entendimento da categoria de artes presentes na UNCTAD, sendo a arte apresentada como manifestações da atividade humana diante das quais o sentimento é admirativo, isto é: a cultura possui uma noção que denomina solidamente algumas de suas atividades e as privilegia.

No terceiro grupo temos a mídia, que pode ser conceituado como o grupo de instrumentos capazes de produção e conteúdo criativo, com o objetivo de estabelecer um processo comunicativo com o público. Esse grupo divide-se em dois subgrupos sendo as editoras e mídias impressas o primeiro que diz respeito aos livros e a imprensa, e o grupo de audiovisuais que diz respeito a filmes, televisão, rádio e outras radiodifusões. No último grupo apresentado está as criações funcionais, conhecidas como as indústrias que não estão relacionadas com a cultura, mas que oferecem produtos ou serviços com conteúdos culturais (DUARTE, 2010).

O relatório da UNCTAD (2010) apresenta as criações funcionais são indústrias fomentadas pela demanda da prestação de serviços e criação de produtos com fins funcionais como design, novas mídias, serviços criativos e desenvolvimento criativo. Neste sentido, o conhecimento é inerente às criações científicas da mesma maneira que as criações artísticas.

2.5 A criatividade na economia criativa

Além dos grupos e subgrupos da categoria criada pela UNCTAD, cabe também a apresentação do conceito de criatividade que é um elemento intrínseco as atividades e ao funcionamento das indústrias criativas. Além de viabilizar a produção de bens intangíveis, a criatividade é o diferencial competitivo dessa espécie dinâmica de negócio.

Segundo a UNCTAD (2010), a criatividade pode ser dividida em algumas vertentes. A criatividade artística diz respeito à capacidade de gerar novas ideias e maneiras originais de interpretação do mundo, expressas em texto, som e imagens, a criatividade científica envolvendo a curiosidade e disposição para experimentar novas relações e conexões na tentativa de propor soluções para problemas. Já a criatividade econômica é um processo dinâmico aplicado aos negócios capaz de gerar vantagens competitivas. Todas elas são interligadas em maior ou menor grau pela criatividade tecnológica.

A criatividade enquanto conceito genérico pode ser definida como um processo de criação de ideias para produzir novas ideias, tendo em sua essência o aspecto da originalidade (UNCTAD 2010). Kazue (2000) apresenta a criatividade como a expressão de um potencial humano de realização que se manifesta através das atividades humanas e é capaz de gerar produtos nesse processo. Esse conceito é útil, pois evidencia a criatividade como característica humana e faz sua ligação com a produção de bens, processo esse que é



característico das indústrias criativas.

2.6 A economia criativa e o empreendedorismo

Outro conceito bastante ligado à prática evidenciada nos negócios criativos é o empreendedorismo que se mostra como uma ferramenta necessária para adequação das características dos negócios criativos com seus objetivos, sendo dessa forma o empreendedorismo é demandado de maneira crescente dentro da dinâmica organizacional das indústrias criativas.

Na UNCTAD (2010) apresenta-se o empreendedorismo como uma característica e um diferencial contido nos profissionais envolvidos no campo da economia criativa, ela apresenta o conceito de “empreendedores criativos” que caracteriza empreendedores de sucesso e talento que são capazes de transformar ideias em produtos ou serviços criativos para a sociedade.

Corroborando para o apresentado pela UNCTAD, Dornelas (2008) define o empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que conjuntamente levam a transformação de ideias em oportunidades de negócio.

Segundo o SEBRAE (2012) o empreendedorismo tem relação íntima com o desenvolvimento do campo da economia criativa, pois é através dele que se transforma a habilidade criativa em ativo econômico e recursos precisos para o desenvolvimento dos negócios.

3 METODOLOGIA

Este estudo classifica-se como uma pesquisa exploratória descritiva, de abordagem qualitativa, realizada por meio de análise bibliométrica. O objetivo geral é catalogar a produção científica brasileira sobre a economia criativa na área de Administração, Contabilidade e Turismo. Diante do objetivo, a pesquisa foi dividida em três fases, a primeira de levantamento bibliográfico, a segunda de catalogação das produções encontradas nas bases e a terceira de estudo dos resultados encontrados.

Na primeira fase, foi realizada a pesquisa bibliográfica que consistiu na busca da literatura sobre economia criativa em livros, trabalhos monográficos e outras publicações em bibliotecas e portais acadêmicos online. Na segunda fase, a pesquisa bibliométrica, foram mapeadas publicações dos anais da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Administração (ANPAD), no portal de periódicos SPELL e no banco de teses da CAPES, usando como termo a palavra “economia criativa” para posterior análise e quantificação de palavras-chave. Na etapa de análise dos resultados, foram identificadas as principais vertentes da economia criativa e evidenciadas aquelas que tiveram maior frequência na análise em questão. Na etapa da análise dos resultados ainda foram identificados os aspectos metodológicos dos resultados analisados, e feita a categorização da produção científica disponível nos bancos ANPAD e SPELL de teses e dissertações da CAPES.

Em relação à pesquisa bibliográfica com base na relevância para a construção dos conceitos que envolvem economia criativa, mereceu destaque o relatório da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) de 2010 que contribuiu com o conceito das dimensões da indústria criativa que foram usadas como base no mapeamento dos resultados na fase da pesquisa bibliométrica. Os termos usados no mapeamento seguindo as dimensões fornecidas pela UNCTAD para as indústrias criativas foram “patrimônio”, “artes”, “criações funcionais” e “mídia”. Outros termos que apareceram com alta frequência nas bases foram “inovação” nos processos produtivos das indústrias criativas, “criatividade” como insumo principal para as indústrias criativas, “empreendedorismo” como diferencial requerido e apresentado pelas indústrias criativas frente às tradicionais e “impacto regional/local” que se ao impacto causado pelas indústrias criativas na dinâmica do contexto econômico e social que estão inseridas.



No mapeamento com auxílio do Zotero foram retiradas, dos títulos e dos resumos, palavras-chave associadas à dinâmica das indústrias criativas. Essas palavras foram representadas em um conjunto denominado nuvem que evidenciou os termos mais frequentes.

Para a análise bibliométrica, foi utilizado o *software* Zotero de auxílio à catalogação bibliográfica. O Zotero funciona como um gerenciador de artigos, sendo possível compartilhamento com outros pesquisadores. É uma ferramenta da web que auxilia na criação de bancos de dados abertos e interdisciplinares, com fontes e filtragem colaborativa dentre outros recursos disponíveis. (HENNING, REICHELDT, 2008).

Nesta pesquisa, os conjuntos de artigos sobre economia criativa mapeados nos anais ANPAD, no portal de periódicos SPELL e no banco de teses da CAPES tiveram suas referências construídas colaborativamente pelos autores e compartilhadas em um grupo bibliográfico *online* do Zotero <<https://www.zotero.org/groups/economiacriativa>>.

A análise dos dados constitui uma técnica de análise de conteúdo por temas (ou análise temática), que conforme Richardson et. al., (1999, p.243) “consiste em isolar temas de um texto e extrair as partes utilizáveis, de acordo com o problema pesquisado, para permitir sua comparação com outros textos escolhidos da mesma maneira”. Esta análise se deu através de categorias, a qual “pretende significar um elemento relevante da teoria” (DENCKER, 1998, p. 192).

Na catalogação com palavras-chave, foram atribuídas palavras em um procedimento de codificação que se referiam às dimensões da economia criativa, identificadas como sendo o patrimônio, as artes, a mídia e as criações funcionais.

Em consonância com o conteúdo, surgiram outros termos ligados aos quatro que se referem às características das indústrias criativas, sendo esses termos “produção cultural”, “criatividade”, “inovação”, “empreendedorismo” e “impacto local/regional”. Neste sentido, o mapeamento da produção científica brasileira sobre a dinâmica da economia criativa forneceu uma perspectiva desse campo, ainda em processo de amadurecimento, alçada na importância destes termos, apontando dessa forma determinados direcionamentos da produção científica.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Na discussão dos resultados da pesquisa, é realizada uma análise visando o mapeamento da economia criativa, nas áreas de Administração, Contabilidade e Turismo.

A atual pesquisa foi realizada a partir do mapeamento em três bases de dados nacionais, nos anais da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Administração - ANPAD, no portal de periódicos SPELL e no banco de teses da CAPES, usando como termo de busca “economia criativa”, a fim de catalogar e quantificar as palavras-chave. Para a realização do mapeamento e análise bibliométrica foi utilizado o *software* Zotero, para catalogação da produção científica encontrada.

4.1. Análise das Bases ANPAD e SPELL

Considerando-se a produção científica em forma de artigos, foram encontrados, inicialmente, 13 produções, sendo 5 nos anais da ANPAD e 8 no portal SPELL. Foram, então, aplicados critérios de filtragem, retirando-se, deste total, os artigos não relacionados a cenários relativos à economia criativa. Deste modo, foram excluídos artigos com termos “liderança”, “dividendos”, “demonstrativos financeiros”, cujos conteúdos fogem ao âmbito deste trabalho.

Como resultado desta primeira filtragem foi, então, considerado para a pesquisa bibliométrica um total de 10 produções científicas, aproximadamente 77% do total inicialmente mapeado, conforme a tabela abaixo.



TERMO DE BUSCA	BASES DE DADOS	NÚMERO DE PRODUÇÕES CIENTÍFICAS			
		INICIAL	%	FINAL	%
Economia Criativa	Anais ANPAD	5	38%	5	50%
	Portal de periódicos SPELL	8	62%	5	50%
Total	-----	13	100%	10	100%

Tabela 1 – Quantidades de produções nas bases ANPAD e SPELL

Fonte: Elaborado pelos autores

Os artigos das bases da ANPAD e do SPELL foram catalogados no *software* Zotero com marcadores (*tags*), que são palavras-chave sobre assuntos e temas abordados nas produções, que auxiliam na identificação e separação dessas produções em grupos. As bases foram denominadas, respectivamente, “ANPAD” e “SPELL”.

Baseados na leitura dos títulos e resumos das produções científicas das bases ANPAD e SPELL, foram criadas palavras-chave, utilizadas como marcadores de catalogação. Estas palavras-chave foram incluídas como *tags* ou marcadores, criando nuvens de *tags*.

Essas *tags* foram criadas com base no conceito de economia criativa da UNCTAD (2010), segundo a qual as indústrias criativas se dividem em quatro dimensões. Utilizando também outros temas que são abordados no relatório da ONU.

Como resultados do levantamento das produções. Foram identificados nove termos como sendo os mais frequentes na literatura. Notadamente, dentre estes nove termos, os que mais apareceram no mapeamento das palavras-chaves foram “economia criativa” representando 20% das produções encontradas na bases ANPAD e SPELL, que para “produção cultural”, representando 15%, “criatividade”, com 15%, “inovação” possuindo a representatividade de 13% e “gestão”, com 10%. Foram detectadas outras *tags*, porém com menores representatividades. Conforme mostra a tabela abaixo:

TERMOS DE CATALOGAÇÃO FREQUENTES	TOTAL DE ARTIGOS POR TERMO DE CATALOGAÇÃO					
	ANPAD	%	SPELL	%	AMBAS	%
Economia Criativa	4	25%	4	17%	8	20%
Institucionalização	2	13%	0	0%	2	5%
Desenvolvimento	0	0%	3	13%	3	8%
Indústria Cultural	0	0%	3	13%	3	8%
Inovação	3	19%	2	8%	5	13%
Gestão	2	13%	2	8%	4	10%
Criatividade	2	13%	4	17%	6	15%
Indústria Criativa	0	0%	3	13%	3	8%
Produção Cultural	3	19%	3	13%	6	15%
TOTAL	16	100%	24	100%	40	100%

Tabela 2 – Frequência dos termos de catalogação nas bases de dados ANPAD e SPELL outras



tags.

E abaixo, as *tags* apenas com base no conceito de economia criativa da UNCTAD (2010), segundo a qual as indústrias criativas se dividem em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais.

TEMAS	SPELL	%	ANPAD	%	TOTAL	%
PATRIMÔNIO	1	20%	1	20%	2	20%
ARTES	1	20%	2	40%	3	30%
MÍDIA	1	20%	0	0%	1	10%
CRIAÇÕES FUNCIONAIS	2	40%	2	40%	4	40%
TOTAL	5	100%	5	100%	10	100%

Tabela 3 – Frequência dos termos de catalogação nas bases de dados ANPAD e SPELL segundo UNCTAD (2010)

Como resultados deste levantamento bibliométrico das produções nas bases ANPAD e SPELL, nos revelou termos importantes para entendermos melhor a economia criativa, e quais caminhos as produções estão seguindo nas bases citadas. Sendo identificadas evidências e ligações que merecem maior atenção, por serem mais significativos no desenvolvimento deste setor e nas produções científicas realizadas no Brasil. Nove termos podem ser citados como sendo os mais frequentes na literatura. Notadamente, dentre estes nove termos, quatro deles de acordo com os grupos citados no relatório da UNCTAD, que são: patrimônio, artes, mídias e criações funcionais. Os outros termos mais relevantes no mapeamento das palavras-chaves foram “economia criativa”, “produção cultural”, “criatividade” e “inovação” e “gestão”, que estão relacionados diretamente com a atividade em estudo.

4.2 Análise da base CAPES

O mapeamento na base da CAPES foi feito objetivo de explorar as produções científicas disponíveis já concluídas acerca do tema da economia criativa que estão agrupadas no banco de teses da plataforma.

Como método de busca utilizou-se o termo “economia criativa” na ferramenta de pesquisas do próprio banco de teses na área de Administração, Contabilidade e Turismo, resultando em 29 resultados, desses foram descartados 12 resultados, com base na adequação ao tema, ou seja, como a produção científica analisada fazia a exposição, dos métodos de criações funcionais, uso do capital intelectual e das mídias, da produção cultural e artes envolvidas e no impacto que esses processos poderiam gerar na economia local, regional e nacional. Foram considerados resultados que indicavam estes conceitos como relevantes e procuraram incluí-los na organização do conteúdo dos trabalhos monográficos.

Dessa forma o levantamento feito organiza e reproduz aqueles resultados que tinham como temas centrais ou de relevância questões pontuais ligadas ao que se entende como economia criativa, sendo retirados aqueles resultados que tratavam do tema de maneira tangencial.

O filtro ocorreu por meio do título das produções, das palavras-chaves fornecidas pelos autores, pelos resumos e a visita integral dos resultados para sanar as incertezas sobre a adequação dos trabalhos monográficos com a temática da economia criativa, ocorrendo dessa forma o levantamento.



TERMO DE BUSCA	BASE DE DADOS	NUMERO DE RESULTADOS			
		Inicial	%	Final	""%
Economia Criativa	Banco de teses da CAPES	29	100	17	58,60%

Tabela 4 – Quantidade de produções mapeadas no banco de teses da CAPES.

Fonte: Elaborado pelos autores

Aos 17 resultados mantidos foram dadas novas palavras-chaves para identificar as temáticas e criar grupos de convergência para o levantamento em questão. Aos retirados pelo filtro da adequação.

Foram definidas quatro palavras-chaves temáticas referentes à construção do conceito de indústrias criativas fornecidas pelo relatório das Nações Unidas por meio da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010), assim como ocorreu nas demais bases, as palavras chaves temáticas adotadas foram igualmente: patrimônio, mídias, artes e criações funcionais. Outras palavras-chaves além das quatro relativas as dimensões foram dadas assim como nas bases anteriores tendo em vista outros temas tratados pelo relatório da UNCTAD e avaliados na pesquisa bibliográfica.

Assim como nas bases anteriores com o levantamento realizado na base CAPES foram identificados termos que auxiliam na compreensão da produção científica relacionada à economia criativa, e foram identificados oito termos com alta frequência e correspondência entre os resultados e a literatura. Os termos dotados de maior frequência foram “Impacto regional/local” contando com uma frequência de presença de 47,06% nos resultados e o termo “empreendedorismo” estando presente nos resultados com uma frequência de 29,41%. Os demais termos tiveram uma frequência de presença menor nos resultados e sua distribuição foi semelhante quanto ao seu valor. Conforme mostra a tabela abaixo:

TERMO DE CATALOGAÇÃO	TOTAL DE RESULTADOS POR TERMO DE CATALOGAÇÃO	
	Quantidade	%
Aprendizagem	3	17,64%
Competitividade	3	17,64%
Contexto Sociocultural	3	17,64%
Design	2	11,76%
Empreendedorismo	5	29,41%
Impacto regional/local	8	47,06%
Políticas públicas	3	17,64%
Profissionalização	2	11,76%

Tabela 5 – Frequência dos termos de catalogação na base CAPES.

Fonte: Elaborado pelos autores

E segue abaixo o levantamento na base CAPES restringido as palavras-chaves baseadas nas dimensões das indústrias criativas fornecidas pela UNCTAD (2010):

TERMOS	QUANTIDADE	FREQUÊNCIA
PATRIMÔNIO	5	29,40%



ARTES	2	5,80%
MÍDIA	3	17,60%
CRIAÇÕES FUNCIONAIS	8	47,20%
TOTAL	17	100%

Tabela 6 – Frequência dos termos de catalogação na base CAPES segundo as dimensões da UNCTAD (2010).

Fonte: Elaborado pelos autores

Nos resultados do mapeamento da base CAPES evidencia-se que 29,4% dos resultados são relacionados à dimensão do patrimônio, 5,8% a dimensão das artes, 17,6% a dimensão da mídia e por fim 47,2% a dimensão das criações funcionais que assim como nas bases anteriores deteve a maior representatividade nas produções mapeadas.

Assim como nas bases anteriores, a pesquisa bibliométrica realizada no banco de teses da CAPES, contribuiu com termos fundamentais para que se possa compreender a dinâmica da economia criativa, e as perspectivas da produção científica nesse campo. Além dos quatro termos relativos às dimensões da UNCTAD, é evidenciado a forte presença nas produções, elencadas na base CAPES, de mais dois termos “Impacto local/regional” e “Empreendedorismo” que convergem com as características dos negócios criativos apurados na fase de pesquisa bibliográfica, como ressaltam Coelho (2012) e Silva (2012), nas próprias produções catalogadas.

4.3 Análise dos resultados das bases ANPAD, SPELL e CAPES

Ao analisarmos os resultados das três bases, foram encontrados, inicialmente, 42 produções, sendo 5 nos anais da ANPAD, 8 no portal SPELL e 29 no banco de teses da CAPES. Depois de aplicados critérios de filtragem, retirando-se, deste total, as publicações que não tinham como temas principais ou de relevância questões ligadas à economia criativa.

Como resultado desta primeira filtragem foi, então, considerado para a pesquisa bibliométrica um total de 27 produções científicas, aproximadamente 64,28% do total inicialmente mapeado, os resultados da base CAPES, representam 63% do número de produções final, seguidos das bases ANPAD e SPELL com 19% cada, conforme a tabela abaixo:

TERMO DE BUSCA	BASES DE DADOS	NÚMERO DE PRODUÇÕES CIENTÍFICAS			
		INICIAL	%	FINAL	%
	Anais ANPAD	5	12%	5	19%
Economia Criativa	Portal de periódicos SPELL	8	19%	5	19%
	Banco de teses da CAPES	29	69%	17	63%
Total	-----	42	100%	27	100%



Tabela 7 – Quantidade de produções mapeadas nas bases ANPAD, SPELL e CAPES.

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme citado nos itens anteriores, após o levante foi realizado a identificação de termos para criarmos grupos de convergência, esses termos auxiliam na compreensão da produção científica relacionada à economia criativa, no geral foram identificados 19 termos com alta frequência. Os termos com maior frequência foram “Impacto regional/local” contando com uma frequência de presença de 12% nos resultados e o termo “economia criativa”, com uma frequência de 12%, seguidos de “produção cultural” e “criatividade”, cada um com 9% de representatividade.

Os outros termos tiveram uma frequência menor nos resultados. Conforme mostra a tabela abaixo:

TERMOS DE CATALOGAÇÃO FREQUENTES	TOTAL DE ARTIGOS POR TERMO DE CATALOGAÇÃO							
	ANPAD	%	SPELL	%	CAPE S	%	TOTAL	%
Economia Criativa	4	25%	4	17%	0	0%	8	12%
Institucionalização	2	13%	0	0%	0	0%	2	3%
Desenvolvimento	0	0%	3	13%	0	0%	3	4%
Indústria Cultural	0	0%	3	13%	0	0%	3	4%
Inovação	3	19%	2	8%	0	0%	5	7%
Gestão	2	13%	2	8%	0	0%	4	6%
Criatividade	2	13%	4	17%	0	0%	6	9%
Indústria Criativa	0	0%	3	13%	0	0%	3	4%
Aprendizagem	0	0%	0	0%	3	10%	3	4%
Competitividade	0	0%	0	0%	3	10%	3	4%
Contexto Sociocultural	0	0%	0	0%	3	10%	3	4%
Design	0	0%	0	0%	2	7%	2	3%
Empreendedorismo	0	0%	0	0%	5	17%	5	7%
Impacto regional/local	0	0%	0	0%	8	28%	8	12%
Políticas públicas	0	0%	0	0%	3	10%	3	4%
Profissionalização	0	0%	0	0%	2	7%	2	3%
Produção Cultural	3	19%	3	13%	0	0%	6	9%
TOTAL	16	100%	24	100%	29	100%	69	100%

Tabela 8 – Frequência dos termos de catalogação nas bases ANPAD, SPELL e CAPES.

Fonte: Elaborado pelos autores

TEMAS	SPELL	%	ANPAD	%	CAPES	%	TOTAL	%
-------	-------	---	-------	---	-------	---	-------	---



PATRIMÔNIO	1	20%	1	20%	5	28%	7	25%
ARTES	1	20%	2	40%	2	11%	5	18%
MÍDIA	1	20%	0	0%	3	17%	4	14%
CRIAÇÕES FUNCIONAIS	2	40%	2	40%	8	44%	12	43%
TOTAL	5	100%	5	100%	18	100%	28	100%

Tabela 9 – Frequência dos termos de catalogação nas bases ANPAD, SPELL e CAPES segundo as dimensões da UNCTAD (2010).

Fonte: Elaborado pelos autores.

O levantamento realizado restringido as palavras-chaves baseadas nas dimensões das indústrias criativas fornecidas pela UNCTAD (2010), identificamos no mapeamento que 25% dos resultados estão relacionados à dimensão do patrimônio, 18% a dimensão das artes, 14% a dimensão da mídia e por fim 43% a dimensão das criações funcionais que deteve a maior representatividade nas produções mapeadas.

4 CONCLUSÕES

A economia criativa tem se destacado pela grande repercussão na últimas décadas, devido ao seu papel forte e dinâmico, provocando um processo de mudanças amplas e significativas.

Ressalta-se que apesar da relevância do tema, a economia criativa, tem sido pouco explorada em pesquisas acadêmicas. Desta forma, esta pesquisa contribui para diminuir esta lacuna de conhecimento, ao abordar o tema de forma sistêmica. Deste modo, o estudo teve como objetivo mapear a produção científica brasileira sobre economia criativa, na área científica de Administração, Contabilidade e Turismo. Foi realizada uma revisão bibliográfica, como ponto de partida para a realização de uma pesquisa bibliométrica.

As conclusões desta análise bibliométrica foram baseadas nos resultados, inicialmente, do processo de catalogação de palavras-chaves de artigos dos anais da ANPAD e de periódicos do SPELL, seguidos por uma análise das produções no banco de teses da CAPES, evidenciando-se, assim, como uma literatura recente e escassa.

A questão de pesquisa deste trabalho visou à necessidade de mapeamento acerca do perfil da produção científica brasileira da economia criativa, na área científica de Administração, Contabilidade e Turismo. Os objetivos visam (1) classificar as produções conforme as principais dimensões sobre economia criativa; (2) evidenciar as áreas de economia criativa, em que os estudos mais se concentram.

As limitações para este estudo estão na quantidade de produções encontradas e que possuíam a adequação necessária ao tema da pesquisa, nas bases ANPAD e SPELL, contando com 10 resultados, e no banco de teses da CAPES contando com 17 resultados. Totalizando 27 resultados, o que ainda podem ser considerados um número pequeno face à importância e crescimento do setor para a economia brasileira, como afirma Lugoboni *et al.* (2014, p.154), as indústrias criativas estão entre os setores mais dinâmicos da economia mundial oferecendo novas oportunidades de crescimento nos países em desenvolvimento. A tendência é o crescimento dessas produções e análises futuras poderão mostrar outros resultados com um universo temático mais amplo.

A pesquisa revelou termos importantes para entendermos melhor a economia criativa, e quais caminhos as produções estão seguindo nas bases citadas. Sendo identificados temas e ligações entre eles que merece destaque pela sua significância no desenvolvimento do setor e nas produções científicas elencadas tanto nas bases ANPAD, SPELL e CAPES relativos às



quatro dimensões da UNCTAD.

As indicações da investigação apontaram como principais termos da economia criativa, nas bases ANPAD e SPEEL, os termos “inovação” e “produção cultural” respectivamente. As empresas possuem áreas específicas de inovação, com processos claros e transparentes, metodologia de trabalho que são fontes importantes de criação de valor e até mesmo novos negócios (LUGOBONI *et al.*, 2014).

Já na base CAPES, podemos destacar mais dois termos, que são “impacto local/regional” seguido pelo “empreendedorismo” que tiveram uma alta expressividade no universo dos temas elencados.

De maneira geral após uma análise e enquadramento dos termos, a dimensão das criações funcionais apresentou a maior representatividade com 43% do total das produções, essa dimensão nos estudos representam indústrias fomentadas pela demanda da prestação de serviços e criação de produtos com fins funcionais como design como aponta Campos (2011), novas mídias e serviços criativos. Seguido da dimensão patrimônio com 25%, que se refere ao patrimônio cultural, e é identificado como a origem das variadas formas de expressão artística e serve de referência e embasamento das atividades das indústrias criativas como coloca Alves (2011) na influência do contexto cultural da cidade de Salvador. Dessa maneira podemos evidenciar que as produções atuais tem um foco maior na exploração dos elementos culturais que propiciam os processos criativos e a inovação, como demonstra Rolim (2011), na aplicação desses dispositivos nas dinâmicas organizacionais, e no perfil ligado ao conceito de empreendedorismo que é demandado das organizações e profissionais envolvidos para acompanhar esses processos e no impacto que causam na economia local e regional, em detrimento de outras temáticas.

Identifica-se também que no universo das produções científicas pesquisadas os resultados relacionados à institucionalização são pouco expressivos no mapeamento. Visto que é um elemento de alta afinidade com a dinâmica das indústrias criativa e de grande relevância na adequação desses negócios com as demandas por legitimidade e continuidade que envolve o reconhecimento do ambiente e a sua correspondência sobre o ambiente institucional (LIMA, 2012), sendo esses fatores essenciais para as atividades desempenhadas nas indústrias criativas dadas suas singularidades.

5 REFERÊNCIAS

- ALVES, R. M. **O centro antigo da cidade de Salvador como território criativo**. 2011. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Gestão Social) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.
- BARDIN, I. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.
- DARIO, N. CARVALHO, J. Uma introdução à temática das indústrias criativas: definições, características e panorama brasileiro In: Anais XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Bauru, São Paulo. 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1406-1.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2014.
- BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. Rev. adm. empres., São Paulo, v.49, n.1, Mar. 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003475902009000100003&lng=en&nrm=iso>. Acessado 28. Out. 2014
- BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis, Vozes, 2005.
- CAMPOS, R. B. M. **Comunidades criativas: O papel estratégico do designer**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.



- COELHO, D. P. **Aprendizagens, orientação por erros e perfil do empreendedor: Um estudo em empreendedores de PME de Gastronomia de Fortaleza-CE.** 2011. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2011.
- COLI, J. **O que é arte** 15. ed. São Paulo, Brasiliense, 1995.
- COSTA, A. D.; DE SOUZA; SANTOS, E. R. Economia criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas. **Rev Eco& Tec, Curitiba**, v. 7, n. 4, p. 151-159, Out./Dez 2011. Disponível em: <<http://migre.me/ewgQh>> Acessado 03. ago.2014.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios** Rio de Janeiro, Elsevier, 2008.
- FIRJAN. Indústria criativa: mapeamento da indústria criativa no Brasil. 2012. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/economicriativa/pages/default.aspx>> Acessado 03. Ago. 2014.
- FLORIDA, R. **Cities and the creative class.** 2005. Ed. Routledge, New York. Disponível em :<<http://www.economicriativa.com/ec/pt/ec/conceito.asp>> Acessado 03. ago.2014.
- FUNARI, P. P. A.; ARAÚJO, S. S. C.. **Patrimônio histórico e cultural.** Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2009.
- JEFFCUTT, P. Management and the creative industries. *Studies in Culture, Organizations and Society*, v.6, n.2, p.123-127, 2000. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10245280008523543#.VFE3IfnF9XU>> Acessado 03. Ago. 2014.
- LIMA, B. C. C. **Economia Criativa no estado do Ceará: estudo da institucionalização do campo do humor.** 2012. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2012.
- KOTLER, Philip; DE BES, Fernando Trias. **Marketing lateral: uma abordagem revolucionária para criar novas oportunidades em mercados saturados.** São Paulo : Campus, 2004.
- LUGOBONI, L. F.; ZITTEI, M. V. M.; MORAES, C. F. M.; KAVESKI, I. D. S. Economia criativa: aplicação nas empresas de TI. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 6, n. 1, p. 152-171, 2014.
- MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L.; GUARIDO FILHO, Edson R.; ROSSONI, Luciano. Campos organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação. *Rev. adm. contemp.*, Curitiba, v.14, n.spe, Sept. 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141565552010000600006&lng=en&nr=iso>. Acessado 03. Ago. 2014.
- MINC - MINISTÉRIO DA CULTURA. **Cultura em Números: Anuário de Estatísticas Culturais.** Brasília: Ministério da Cultura, 2010.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014.** Brasília: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: <<http://migre.me/ewgUu>> Acessado em 03. Ago. 2014.
- NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. O talento jovem, a internet e o mercado de trabalho da "economia criativa". *Psicol. Soc.*, Florianópolis, v.23, n.3, Dec. 2011. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010271822011000300013&lng=en&nrm=iso>. Acessado 03. Ago. 2014.
- PIRES, Vladimir Sibylla; ALBAGLI, Sarita. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. *Perspect. ciênc.inf.*, Belo Horizonte, v.17, n.2, Jun 2012. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362012000200008&lng=en&nrm=iso> Acessado em: 03. Ago. 2014.
- REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento.** São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- ROLIM, G. F. **Os resultados da inovação e o desempenho das empresas inovativas cearenses.** 2011. 99 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2011.



ROSSETTO, C. R.; ROSSETTO, A. M. Teoria institucional e dependência de recursos na adaptação organizacional: uma visão complementar. **Revista de Administração de Empresas - RAE-eletrônica**, v. 4, n. 1, Art. 7, jan./jul. 2005.

SAKAMOTO, C. K. **Criatividade: uma visão integradora**. 2000, 58f. Tese (Doutorado em psicologia) Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000.

SEBRAE. Termo de referência Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa. 2012. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/A-atuacao-do-Sebrae-na-Economia-Criativa>> Acessado em: 02. ago. 2014.

SELZNICK, Philipe. **Liderança e administração**. Rio de Janeiro: FGV, 1974. pp.1-52.

SILVA, J. S. **O capital social como ativo nas redes interorganizacionais: a visão de empreendedores sobre a inovação no setor de games de Pernambuco**. 2012. 139 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012.

TEPPER, S. J. **Creative Assets and the Changing Economy**. *Journal of Arts Management, Law & Society*. v. 32 n. 2. 2002.

UNCTAD- *United Nations Conference on Trade and Development*. **Creative Economy Report 2010**. a feasible development option. Genebra: UNCTAD/ DITC, 2010. Disponível em: http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf> Acesso em: 31 nov. 2012.

VERGARA, S.V. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.