



*Documento com orientações para atendimento aos empreendedores de
Economia Criativa*

SUMÁRIO

Introdução	03
1. O que é a Economia Criativa?	04
2. Quando surgiu o termo economia criativa?.....	04
3. E o Brasil no mundo da economia criativa?.....	05
4. Quais as principais características e o potencial de Brasília na Economia Criativa?.....	07
5. Quais as principais leis de incentivo à cultura e quais são as áreas atendidas pelas políticas públicas?.....	08
6. Quais são os segmentos da Economia Criativa atendidos pelo SEBRAE?.....	10
7. Como o SEBRAE apoia os pequenos empresários criativos?.....	11
8. Qual o objetivo do SEBRAE no atendimento dos segmentos da Economia Criativa?.....	12
9. Quais são os segmentos da Economia Criativa atendidos pelo SEBRAE/DF?.....	12
10. Quais são os principais parceiros ligados ao setor de Economia Criativa?.....	13
11. Quais as principais dificuldades encontradas na área da Economia Criativa no Distrito Federal?.....	14
12. Quais são os segmentos mais representativos da Economia Criativa no Distrito Federal?.....	15
13. Quais as ações mais interessantes que podem agregar valor aos negócios da Economia Criativa?.....	15
14. Quais são os principais eventos do segmento de Economia Criativa?.....	16
15. Existe uma literatura básica sobre o assunto?.....	20
16. Recomendações de leitura.....	24
Bibliografia.....	24

INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias evidenciado pela internet, computação móvel e difusão digital possibilitou a criação de novos produtos e formas de comunicação referente ao compartilhamento de conteúdos. Dessa revolução, inicialmente compreendida como economia digital, surgiram novos modelos de negócios e formas de competição por mercados, impulsionando a **economia criativa** – hoje, um assunto estratégico na pauta dos programas de modernização e desenvolvimento de muitos países. No Brasil, o tema passou a contar com atenção especial de uma secretaria de Estado vinculada ao Ministério da Cultura – Minc. Na era do conhecimento, o talento e a criatividade constituem ativos intangíveis cada vez mais importantes no âmbito das empresas. Entretanto, produtores e empreendedores que atuam no mercado dos negócios criativos no Brasil ainda precisam desenvolver a sustentabilidade de seus empreendimentos, adquirir independência dos recursos do estado, profissionalizar a gestão e buscar a longevidade de seus negócios. Há que se desenvolver competências para gerir o empreendimento de um modo que gere um fluxo de receitas constante e autônomo, visando tornar os pequenos negócios sustentáveis a médio e longo prazo. É preciso transformar a habilidade criativa natural em ativo econômico e recurso para o desenvolvimento de negócios duradouros. Torna-se imperioso, portanto, estimular modelos inovadores para o desenvolvimento da economia criativa brasileira. Segundo a UNCTAD, em seu relatório sobre o tema editado em 2010, economia criativa é um conceito em evolução, baseado no potencial dos recursos criativos para gerar crescimento econômico e desenvolvimento. Esses recursos tem um grande potencial de estimular a geração de renda, criação de empregos e receitas de exportação enquanto promovem a inclusão social, diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Abrangem os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade, cultura e capital intelectual como insumos primários.

1. O que é Economia Criativa?

A Indústria criativa tem um evidente caráter estratégico, em especial, um cenário de crise econômica, onde se cria oportunidades de empreender neste segmento. A criação de novos processos produtivos dentro das fábricas, o desenvolvimento de novas formas de escoamento da produção e a implantação de novos modelos de negócio constituem exemplos saudáveis de inovação criativa.

***Economia criativa é o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico.*¹**

A indústria criativa é um *front* de desenvolvimento econômico para o qual o Brasília demonstra evidente vocação, pois apresenta alto impacto na geração de renda, emprego e inclusão social e por outro lado baixo impacto ambiental.

2. Quando surgiu o termo economia criativa?

No período entre a Segunda Guerra e a metade dos anos 70, predominava na organização industrial o modelo fordista, caracterizado pela produção em massa de bens padronizados. As mudanças nas formas de organização da produção, após a crise desse modelo, abriram caminho propício para o desenvolvimento de uma economia baseada na criatividade e no conhecimento. O modo de organização do trabalho fordista foi abandonado para dar espaço a novos hábitos e arranjos de produção. Tais mudanças levaram ao advento de uma nova lógica, baseada no saber e na criatividade.

Essa passagem também caracterizou a alteração da função do trabalhador e o aumento da importância das habilidades intelectuais e artísticas de cada indivíduo para a formação de valor na economia.

1. Como o SEBRAE atua na Economia Criativa: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-economia-criativa.47e0523726a3c510VgnVCM1000004c00210aRCRD

O aumento relativo do setor de serviços e a diminuição da participação de trabalhadores industriais levou à desindustrialização, um processo natural de desenvolvimento nas economias avançadas.

Neste novo contexto econômico, o trabalhador cultural e criativo passou a ter importância crucial na formação dos componentes simbólicos de uma sociedade pós-industrial. As indústrias culturais, por sua vez, têm sido consideradas como uma maneira viável de resposta à desindustrialização.

De acordo com os trabalhos da Unctad (2010) e da Unesco (2013), é a partir dos anos 1960 e, com mais intensidade, depois dos anos 1980 que acadêmicos e formuladores de políticas públicas passam a reconhecer que a relação entre cultura e economia não precisaria, necessariamente, ser tão negativa. Nesse sentido, ao invés da degeneração, os mercados poderiam, também, se transformar em pontes para a preservação das diversas formas de expressão cultural. Com isso, as políticas públicas deveriam olhar com mais atenção para o potencial de geração de renda, ocupação e valorização social de artistas e artesãos, produtores de bens e serviços portadores de valores simbólicos.

3. E o Brasil no mundo da Economia Criativa?

No Brasil, o setor cultural é responsável por parte relevante da economia criativa, pois registra crescimento significativo, sendo considerado estratégico para o desenvolvimento interno e sua inserção internacional.

Dados do Ministério da Cultura informam que a Economia da Cultura corresponde a 5% das atividades econômicas no país, o mesmo percentual que o turismo, o que demonstra a relevância do setor.

A economia criativa é um conjunto de segmentos dinâmicos, cujo comércio mundial cresce a taxas mais elevadas do que o resto da economia. Produtos e

serviços que contêm criatividade e conhecimento não foram tão afetados, mesmo durante a crise. A economia criativa promove a diversificação econômica, de receitas, de comércio e inovação, e pode-se relacionar estreitamente com as novas tecnologias, notadamente as de informação e comunicação. Iniciativas baseadas na noção de economia criativa podem dinamizar a economia de localidades, promover o desenvolvimento de áreas urbanas ou rurais que dispõem de patrimônio cultural, criar um ambiente atrativo, do ponto de vista do entretenimento e da diversão, e promover um ciclo virtuoso, estimulando a criatividade e enriquecendo a cultura local. Outros aspectos favoráveis das iniciativas culturais estão em sua capacidade de promover a inclusão social e serem de baixo impacto ambiental.

O Banco Mundial identificou que as atividades culturais representam cerca de 7% do PIB mundial e formam um dos setores mais dinâmicos da economia.

Verifica-se a necessidade de políticas públicas que aumentem a participação dos setores criativos na economia, dado que elas representam ocupações de maior nível de instrução e de renda, com efeito multiplicador de geração de emprego e renda. Tais políticas públicas devem ser expandidas para todas as regiões, diminuindo assim a concentração territorial desse tipo de atividade.

O que mais influencia um produto cultural é seu sistema de financiamento, pois a atividade cultural exige agentes preparados e dispostos a pensar e atuar com base em novas possibilidades, mais complexas, múltiplas e coerentes com as questões colocadas pela sociedade contemporânea. Necessário pensar uma nova agenda para lidar com os desafios do mundo atual, articular setores governamentais, sociedade e mercado para compreender a cultura como ponto de partida, como eixo central dos novos paradigmas de desenvolvimento. Há grandes possibilidades de crescimento deste setor, gerando emprego, renda e tornando os territórios mais agradáveis, com maior atratividade e dinamismo.

A criatividade é fator fundamental na vida econômica contemporânea. Há no Brasil significativa capacidade criativa e inegável riqueza cultural. As atividades criativas que utilizam tais recursos não só permitem que os países realizem suas próprias histórias e projetem as suas próprias identidades culturais para si e para o mundo, mas também, lhes proporcionem crescimento econômico e criação de emprego.

4. Quais as principais características e o potencial de Brasília na Economia Criativa?

Os setores da economia criativa são os que melhor se adaptam ao Distrito Federal por diversas razões, pois o DF abriga a Capital do Brasil onde deve-se preferencialmente desenvolver atividades de amplitude nacional e/ou regional deveria constituir-se em polo de irradiação de cultura para todo o país. As possibilidades de comunicação hoje disponíveis tornam possível a difusão de realizações culturais, de novas interpretações da realidade socioeconômica e cultural, de novas propostas para a integração das extensas partes do território brasileiro, ampliando o papel e a influência da Capital da República.

A arte e a cultura podem ser dinamizadas, fazendo de Brasília um ambiente rico, criativo, diversificado e atraente do ponto de vista do entretenimento, do conhecimento, da arte e da cultura. Brasília é um museu a céu aberto, segundo expressão frequentemente utilizada. É espaço único no mundo, com suas qualidades urbanísticas, paisagísticas e arquitetônicas. Apesar de pouco divulgada, a cidade recebe número significativo de visitantes. Tendo uma vida cultural mais viva, seus atrativos se multiplicarão em um processo virtuoso. Paris, o primeiro destino turístico do mundo, não é apenas uma área urbana com interesses espaciais. É uma cidade extremamente rica do ponto de vista cultural e do entretenimento.

O tipo de atividade econômica a ser incentivado no Distrito Federal deve procurar respeitar e valorizar as características da cidade, aproveitando seu potencial, entre elas:

- A condição de Capital do país;
- Um sítio urbano de grande qualidade urbanística, paisagística e arquitetônica;
- Um meio ambiente muito especial, resultado do encontro das três maiores bacias hidrográficas brasileiras, com importante potencial para o turismo ecológico e também para Pesquisa e Desenvolvimento;
- Importante biodiversidade que levou a Unesco a considerar o lugar um dos *hot spots* do planeta;
- População culturalmente diversificada, decorrente da presença de pessoas originárias de todas as regiões brasileiras. Sabe-se que o Brasil é um rico mosaico cultural, e Brasília representa essa diversidade;
- Alto nível de instrução de sua população. É o lugar com maior concentração de pessoas portadoras de doutorado no país;
- Setor de tecnologia de informação e comunicação bastante desenvolvido;
- Presença da alta administração nacional;
- Presença de representações diplomáticas;
- Numerosos profissionais de arte e cultura e principalmente vocação cultural;
- Grande potencial turístico, por todas as características culturais, políticas e geográficas.

5. Quais as principais leis de incentivo à cultura e quais são as áreas atendidas pelas políticas públicas?

A Lei Nº 7.505/86 - Lei Sarney, criada durante o governo do presidente José Sarney, foi a primeira experiência em nível federal de incentivo fiscal à cultura.

Após quatro anos de vigência essa lei foi revogada em 1990, durante o governo de Fernando Collor de Mello, que transformou o Ministério da Cultura em órgão de assessoria da Presidência da República.

Em 1991 o Congresso Nacional aprovou o projeto elaborado pelo então secretário de Cultura, Sérgio Paulo Rouanet. A Lei Nº 8.313/1991 ou Lei Rouanet, instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC para financiar a produção, distribuição e consumo de bens culturais, proteger o patrimônio cultural e promover a diversidade regional do país.

Em 1992 o Ministério da Cultura voltou a ter status de Ministério em 1992 no governo do Itamar Franco, onde a Lei Rouanet foi regulamentada pelo Decreto Nº 455/92. No entanto, o PRONAC começou a ser operado somente em 1993, devido a instabilidade e precariedade institucional no MinC.

Atualmente a Lei Rouanet é regulamentada pelo Decreto Nº 5.761/2006 e subsidiariamente pela Instrução Normativa Nº 01/2013. O PRONAC é composto por mecanismos de incentivos fiscais, pelo Fundo Nacional de Cultura – FNC e pelo Fundo de Investimento Cultural e Artístico – FICART, que ainda não foi regulamentada.

A Lei Rouanet possibilita às empresas e aos cidadãos contribuintes aplicarem, em ações culturais parte do Imposto de Renda tanto de pessoas físicas ou jurídicas. As pessoas físicas podem aplicar no máximo 6% do imposto de renda já a pessoa jurídica o teto estabelecido é de 4 pontos percentuais, sendo que no caso das empresas, sua participação no PRONAC fica condicionada as empresas tributadas com base no lucro real.

Os projetos culturais podem ser apresentados tantos por pessoas físicas que atuam na área cultural quanto por pessoas jurídicas públicas ou privadas de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos. As propostas aprovadas pelo Ministério da Cultura são enquadradas no artigo 18 ou 28 da Lei Rouanet. O

primeiro garante 100% de dedução do valor investido, enquanto o segundo assegura às pessoas jurídicas dedução de 30% para patrocínio e 40% para doação. Os limites de dedução aumentam, respectivamente, para 60% e 80% quando o proponente é pessoa física. Já as principais áreas culturais atendidas pela Lei Rouanet são:

ARTES CÊNICAS: teatro, dança, circo, mímica e outros;

AUDIOVISUAL: longa, média e curta-metragem; vídeo; CD Rom; rádio; TV; infraestrutura técnica; distribuição; exibição; eventos; multimídia;

MÚSICA: música em geral; erudita e instrumental;

ARTES VISUAIS: Plástica, gráficas, filatelia, gravura, cartazes, fotografia, exposição, exposição itinerante;

PATRIMÔNIO CULTURAL: Histórico, Arquitetônico (patrimônio material reconhecido pelas suas técnicas de construção) Arqueológico, Ecológico, Museus, acervo, acervo museológico, cultura indígena, artesanato, folclore;

HUMANIDADES: Edição de livros, Obras de referência, Acervo bibliográfico, biblioteca, arquivo, periódicos, história, filosofia, evento literário;

ARTES INTEGRADAS: O projeto que envolver mais de uma área cultural – um festival de arte e cultura ou oficinas de música e artes plásticas – é classificado na categoria de artes integradas.

6. Quais são os segmentos da Economia Criativa atendidos pelo SEBRAE?

Entre os segmentos da Economia Criativa as prioridades para o sistema SEBRAE estão as áreas:

- ✓ Arquitetura;
- ✓ Artes visuais;
- ✓ Cinema;
- ✓ Televisão;

- ✓ Publicidade e outras mídias;
- ✓ Design;
- ✓ Games;
- ✓ Editoração;
- ✓ Música;
- ✓ Moda; e
- ✓ Comunicação.

Os segmentos criativos podem ser alinhados de acordo com suas afinidades setoriais em quatro grandes áreas:

- ✓ Consumo - responde por quase metade dos profissionais criativos do Brasil e abrange os segmentos de Design, Arquitetura, Moda e Publicidade;
- ✓ Mídias – engloba 11% dos profissionais criativos em editorial e audiovisual;
- ✓ Cultura – representa 7% dos trabalhadores formais da Indústria Criativa com os segmentos de patrimônio e artes, música, artes cênicas e expressões culturais; e
- ✓ Tecnologia – 34% dos profissionais estão nesse grupo que responde por Pesquisa e Desenvolvimento, Biotecnologia e Tecnologia da Informação e Comunicação.

Os trabalhadores da indústria criativa possuem características semelhantes entre seus segmentos, com identificação de movimentos e tendências.

7. Como o SEBRAE apoia os pequenos empresários criativos?

O SEBRAE buscar subsidiar os pequenos negócios criativos na formação e fortalecimento de redes de empreendimentos criativos, da seguinte forma:

- ✓ Formar e fortalecer redes de empreendimentos criativos;
- ✓ Atender demandas de mercado;

- ✓ Inovar em processos;
- ✓ Valorizar a identidade local;
- ✓ Disseminar novos modelos de negócios;
- ✓ Atrair investimentos em novos segmentos de mercado, gerando novas oportunidades de negócios;
- ✓ Incentivar negócios (dentro dos segmentos) e gerar inovações e diferenciais competitivos nas cadeias produtivas (por meio da transversalidade);
- ✓ Promover a educação para as competências criativas por meio da qualificação de profissionais capacitados para a criação e gestão de empreendimentos criativos;
- ✓ Gerar conhecimento e disseminar informação sobre economia criativa;
- ✓ Identificar vocações e oportunidades de desenvolvimento local regional;
- ✓ Apoiar a alavancagem da exportação de produtos criativos; e
- ✓ Apoiar a maior circulação e distribuição de bens e serviços criativos.

8. Qual é o objetivo do SEBRAE no atendimento aos segmentos da Economia Criativa?

Promover o fortalecimento do setor, atuando como um conector entre os diferentes segmentos visando a ampliação da geração de negócios. A representatividade das atividades criativas e seu papel indutor de inovação na economia determina a importância da participação do SEBRAE como promotor do fortalecimento e conector da ampliação da geração de negócios, buscando atingir os objetivos estratégicos da instituição.

9. Quais são os segmentos da Economia Criativa atendidos pelo SEBRAE/DF?

Atualmente pelo Projeto Redes Criativas dá a chancela do SEBRAE/DF a atender os segmentos de Artes Visuais, Arquitetura, Audiovisual, Comunicação, Design, Música, Publicidade e Games. Porém com o início da execução do projeto obtivemos resposta dos segmentos de Audiovisual, Música, Design, Arquitetura, porém a intenção é fazer a aproximação com os outros segmentos no ano de 2019.

10. Quais são os principais parceiros ligados ao setor de Economia Criativa?

O SEBRAE atua em parceria com entidades representativas da Economia Criativa em âmbito nacional e local. As parcerias são negociadas e formalizadas conforme os normativos internos do SEBRAE e a metodologia de gestão de projetos.

Conheça as principais entidades parceiras do SEBRAE no segmento de Economia Criativa:

- [Apro](#) - Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais.
- [Abragames](#) - Associação Brasileira dos Desenvolvedores de Jogos Digitais.
- ADEPRO – Associação de Design de Produtos em Brasília
- [Bravi](#) - Brasil Audiovisual Independente.
- [ABMI](#) - Associação Brasileira da Música Independente.
- [Ancine](#) - Agência Nacional do Cinema.
- APEX Brasil– Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
- [Ministério da Cultura](#) - (MinC).
- [BMA](#) - Brasil Music exchange.
- [BGD](#) - Brasil Games Developers.
- [Brazilian Content](#).

- [BNDES](#) - Cultura e economia criativa.
- [EraTransmídia](#).
- [IAB](#) - Instituto Alvorada Brasil.
- [Idea](#) - Instituto de Direito, Economia Criativa e Artes.
- [Playbor](#).
- IBC – Instituto Bem Cultural
- IECAP - Instituto de Educação, Esporte, Cultura e Artes Populares
- SEC/DF – Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal
- SETUL/DF – Secretaria de Estado de Turismo e Lazer do Distrito Federal
- Rede Asta.

11. Quais são as principais dificuldades encontradas na área da Economia Criativa no Distrito Federal?

- Dificuldade na construção de um banco de dados, posto que muitos segmentos atuam na informalidade ou não possuem atividades econômicas reconhecidas na Classificação Nacional de Ocupações (CNAE);

- Dificuldade na seleção de profissionais para o levantamento de campo voltado a uma temática nova, o que exige compreensão, tanto de aspectos culturais quanto econômicos;

- Contexto de descrença do campo cultural brasileiro no aparato institucional que tem interface com as atividades desenvolvidas pelos agentes culturais;

- Ausência de pesquisas anteriores voltadas à análise de aspectos econômicos da maioria dos setores analisados.

- Falta de compreensão do conceito da Economia Criativa;

-Engajamento dos parceiros mantendo participação ativa, inclusive com contrapartida econômica e financeira até o final do projeto, pelo fato das entidades representativas estarem alocadas fora do DF;

- Alto índice de informalidade;
- Baixo nível de maturidade dos empreendimentos participantes do projeto;
- Baixo nível de soluções, produtos e serviços de parceiros ou do mercado em geral, que atendam às necessidades dos empresários;

12. Quais são os segmentos mais representativos da Economia Criativa no Distrito Federal?

De acordo com o Estudo dos Segmentos da Economia Criativa, os segmentos mais representativos do cenário de pequenos negócios que compõem as Redes Criativas no DF, considerando porte e CNAES os segmentos de Audiovisual, Design e Música, foram os mais expressivos.

13. Quais as ações interessantes que podem agregar valor aos negócios da Economia Criativa?

- **Meetup:** São encontros informais, onde as pessoas com objetivos comuns se encontram para fortalecer networking e gerar negócios.
- **Demoday:** É o "Dia da Demonstração", um dia totalmente inspirador e inovador, onde os negócios criativos demonstram seus produtos e serviços para o público, abrindo possibilidade de geração de negócios, tanto para potenciais clientes quanto para investidores e ecossistema.

- **Pitch:** É uma rápida apresentação do produto/serviço que deve durar entre 03 a 05 minutos ao investidor onde este poderá fazer uma réplica sobre o produto/serviço ofertado.

14. Quais são os principais eventos do segmento de Economia Criativa?

SWSX

Dedicado a ajudar pessoas criativas a fazerem gols. Fundada em 1987 em Austin, Texas, o SWSX é o melhor em termos de conhecimento em conferência e festivais que celebra a convergência de interatividade, filmes e indústria de música. A conferência do SWSX fornece a oportunidade para profissionais globais em todos os níveis participar, aprender e network. Protagonizando a variedade de faixas que permitem que os participantes explorem o que próximo nos mundos do entretenimento, cultura e tecnologia. SWSX prova que o melhor de experiências inesperadas acontece quando a diversidade e pessoas andam juntas.

FESTIVAL PATH

O Festival Path é um festival de inovação e criatividade que promove encontros inspiradores entre a comunidade criativa, transformando a forma sua de pensar, agir e de se relacionar com temas diversos. Tudo isso por meio de múltiplos formatos como: palestras, shows, filmes e mais atividades (feiras gastronômica, maker, de games e de startups, sessões literárias, yoga, festas, exposição de arte, workshops e mais conteúdos)

BIG FESTIVAL

O **BIG Festival (Brazil's Independent Games Festival)** acontece desde 2012 e é considerado o mais importante festival de jogos independentes da América Latina. Com a missão de fortalecer o ecossistema de games no Brasil, o evento abrange competição entre jogos nacionais e internacionais com prêmios em dinheiro, exposição ao público dos jogos selecionados, cerimônia de premiação, palestras e rodadas de negócios. Em 2018, o BIG teve **mais de 36 mil visitantes, mais de 180 palestras gratuitas, e mais de 3000 reuniões de negócios**. Além disso, a sexta edição do festival contou com a estreia de diversas categorias, como o **BIG Brands**, que busca fomentar a competição entre os jogos *on-demand*, o **Panorama Brasil**, que cativou o público com 30 vagas exclusivas para a exposição de jogos brasileiros (incluindo estudantes), além da nova categoria **Melhor Multiplayer** que premiou as melhores experiências multi-jogador.

DW! DESIGN WEEKEND | SEMANA DE DESIGN DE SÃO PAULO

O DW! São Paulo Design Weekend é um festival urbano que tem o objetivo de promover a cultura do design e suas conexões com arquitetura, arte, decoração, urbanismo, inclusão social, negócios e inovação tecnológica. São diversos eventos independentes, simultâneos e integrados por um programa oficial. O DW! compreende palestras em instituições educacionais, visitas guiadas em galerias e ateliês, exposições, instalações, intervenções artísticas e urbanas, circuitos temáticos, concursos, festas e lançamentos de produtos em lojas e showrooms.

MAX - MINAS GERAIS AUDIOVISUAL EXPO

A MAX é um evento de fomento ao audiovisual, que reúne rodadas de negócios, capacitações, exibição de conteúdos e programação cultural, com representantes do mercado nacional e internacional, o objetivo da Max é fortalecer a cadeia produtiva do setor.

RD SUMMIT

Maior evento de Marketing Digital e Vendas da América Latina. A feira se supera ano a ano em número de participantes, palestrantes e expositores.

PIXEL SHOW

Referência em arte e criatividade, o PX atrai artistas de renome nas áreas de ilustração, animação, quadrinhos, 3D, artes visuais, moda, design e outros. É o maior evento brasileiro de Economia Criativa. A partir de 2018 o PX passa a contar com salas de conteúdos criativos, focados em determinados segmentos (Voice, Video & Animação, Visionários, Tech & Inovação, Empreendedorismo & Business, Arte & Design, Publicidade & Música) com o objetivo de atingir cada vez mais as necessidades e ansiedades dos participantes que buscam se atualizar, inspirar e crescer pessoal e profissionalmente.

EXPOMUSIC

A mais importante feira de instrumentos musicais, áudio, iluminação e acessórios do País também é a maior e mais completa plataforma B2B e B2C do setor.

É um evento antenado com as tendências dos novos tempos, é um espaço confluyente de ideias, lugar onde o conhecimento difunde novidades, o entretenimento reúne tribos, o relacionamento e os negócios se amplificam e reverberam em todos os ambientes.

Reconhecida internacionalmente, promove o encontro entre toda a cadeia produtiva. Aquece e fomenta o mercado, conectando empresas e compradores em um ambiente propício e convidativo a negócios e networking. Profissionais e apaixonados por música interagem e consomem conteúdo, inovação e entretenimento. Uma experiência completa e inesquecível para todos os públicos.

BGS - BRASIL GAME SHOW

Realizada pela primeira vez em 2009 na capital carioca como Rio Game Show, a Brasil Game Show (BGS) consagrou-se a maior feira de games da América Latina e realizou a sua 11ª edição. O evento reúne as principais empresas do setor, que apresentam as novidades do mercado de PC, console, mobile, realidade virtual (VR), card games e jogos de tabuleiro. Além disso, na BGS os visitantes podem conferir alguns dos maiores lançamentos em jogos, ou seja, games que ainda nem foram lançados no mercado e que podem ser conferidos e testados no evento.

A feira conta ainda com diversos campeonatos, inclusive de eSports, com grandes premiações. Desta forma, a Brasil Game Show é um evento referência no segmento e oferece conteúdo para diversos gostos.

Mais uma grande atração, e que destaca a BGS no cenário, é a presença de grandes personalidades do mundo dos games, que participam do evento e interagem, autografam e tiram fotos com os fãs. Esta é, muitas vezes, uma oportunidade única para os visitantes ficarem cara a cara com seus ídolos, sejam eles produtores de franquias consagradas mundialmente, jogadores renomados ou influenciadores de sucesso.

RIO2C

O Rio2C já nasce como o evento de referência da indústria criativa na América Latina, pois abraça e amplia a estrutura do RioContentMarket, plataforma mais importante para debates, tendências e negócios relacionados ao segmento audiovisual desde 2010. Em 8 anos, mais de 38 mil executivos de mídias digitais, broadcasting e mobile, programadores, publicitários, distribuidores, criadores, produtores e compradores de conteúdo de mais de 36 países participaram do evento.

Toda a comunidade de criadores que consolidou o RioContentMarket no calendário mundial do Audiovisual agora se amplia para os mercados de Inovação e Música. Como Rio2C, o evento afirma seu potencial de conectar a criação, a realização e a audiência da indústria criativa, a cada edição celebrando o presente e reinventando o futuro.

15. Existe uma literatura básica sobre o assunto?

www.sebrae.com.br - Site do SEBRAE.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. **TERMO DE REFERÊNCIA DE ECONOMIA CRIATIVA**, 2012.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. **Plano Estratégico 2019**. Estratégia Nacional de Atuação – Economia Criativa, 2018.

[Projetos culturais: como elaborar, executar e prestar contas](#)

[Mecanismos de fomento à cultura - cartilha](#)

[Catálogo do Mecenato](#)

[50 dicas de marketing cultural](#)

[A atuação do Sebrae na Economia - Termo de Referência](#)

[Guia do empreendedor criativo](#)

[Mapeamento da indústria criativa no Brasil - 2016](#)

[Inovação nas indústrias criativas](#)

[Relatório de economia criativa - 2010](#)

[A Economia Criativa: um guia introdutório](#)

[Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas](#)

[Atlas Econômico da Cultura Brasileira](#)

[Atlas Econômico da Cultura Brasileira - II Metodologia](#)

Audiovisual

[Estudo de inteligência de mercado audiovisual](#)

[Mapeamento e impacto econômico do setor audiovisual no Brasil](#)

[Guia audiovisual: Gestão e Empreendedorismo](#)

[Bíblia Transmídia - guia audiovisual](#)

[O impacto do setor audiovisual brasileiro - 2016](#)

[O impacto do setor audiovisual brasileiro - 2014](#)

[Guia para Film Commissions no Brasil](#)

[Turismo cinematográfico brasileiro](#)

[Relatório de inteligência competitiva - Turismo cinematográfico](#)

Música

[Estudo de inteligência do mercado de música](#)

[Formalização do negócio da música](#)

[Música tocando negócios](#)

[10 dicas para o músico de sucesso](#)

[Boletim Música: Feiras e Festivais](#)

[Formalização de negócio da música - Boletim Música](#)

[Streaming - Boletim Música](#)

Games

[Manual orientativo do Canvas para o segmento de Games](#)

[Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais - Relatório Final](#)

[Manual de questões jurídicas de empresas de games](#)

[Manual de direitos autorais para games](#)

[Mapeamento da indústria brasileira e global de jogos digitais - 2014](#)

[Proposição de políticas públicas direcionadas à indústria brasileira de jogos digitais](#)

[1º Censo da indústria brasileira de jogos digitais](#)

[Relatório do método Delphi aplicado na avaliação da proposta de políticas públicas para a indústria brasileira de jogos digitais](#)

[Notas sobre sites e publishers no Brasil](#)

[Multinacionais no Brasil: Minicases](#)

[Mapa preliminar da Indústria de Games - Incubadoras e Aceleradoras](#)

[Relatório de apoio - Jogos Digitais para Formação Profissional](#)

[Relatório de Análise Comparativa e Detalhada dos Ecossistemas de Games](#)

[Arranjos Institucionais na Indústria de Videogames](#)

[Relatório de Apoio - Aspectos Culturais e Sociais: entraves à adoção dos jogos digitais](#)

[Relatório Formação de Profissionais em Jogos Digitais](#)

[Infográfico Monetização do Segmento Mobile - Pesquisa Game Brasil 2015](#)

[Infográfico Pais, Filhos e Games - Pesquisa Game Brasil 2015](#)

[Infográfico Mercado de Consoles Raio X - Pesquisa Game Brasil 2015](#)

[Pesquisa Game Brasil 2017](#)

[Global Games Market Report](#)

Design

[O design no contexto da economia criativa - Panorama geral do Design no Brasil](#)

[Diagnóstico do Design Brasileiro](#)

[Conheça também o calendário de eventos e feiras ligadas à Economia Criativa.](#)

16. RECOMENDAÇÕES DE LEITURA

- Livro [The Creative Economy](#), de John Howkins.
- Livro [Empreendedorismo Criativo](#), de Mariana Castro, que traz nove histórias completas sobre novos empreendedores brasileiros e seus empreendimentos criativos.

Documentário [PressPausePlay](#), que discute as mudanças da arte e da criatividade na era digital.

- A [entrevista que John Howkins](#) concedeu ao DRAFT.
- O [guia](#) que a Amcham acaba de publicar para investidores estrangeiros, sobre a economia criativa no Brasil.

BIBLIOGRAFIA

VALIATI Leandro e FIALHO Ana Letícia do Nascimento, **Atlas Econômico da Cultura Brasileira – Vol. I**, UFRGS Editora, 2017. www.ufrgs.br/.../CEGOV%20-%202017%20-%20Atlas%20volume%201%20digital.pdf

CODEPLAN, **Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal**, 2015. www.codeplan.df.gov.br/.../Panorama-da-Economia-Criativa-no-Distrito-Federal.pdf

SEBRAE/NA, **Plano Estratégico 2019**. Estratégia Nacional de Atuação ECONOMIA CRIATIVA. 2018.

SEBRAE/NA. **Termo de Referência - Atuação do Sistema SEBRAE na Economia Criativa**. 2012
www.sebrae.com.br;

Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local. Organização: Ana Carla Fonseca Reis e Lala Deheinzelin e outros, SEBRAE e Secretaria de Cultura do Espírito Santo;

Cadernos FGV Projetos. Março 2012, ano 7, n.o 19; **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento:** uma visão dos países em desenvolvimento. Organização: Ana Carla Fonseca Reis. São Paulo: Itaú Cultural, 2008, 267 p.;

FIRJAN, Nota Técnica. **A cadeia da indústria criativa no brasil.** Out. 2011. Disponível em: www.firjan.org.br/economia;

HOWKINS, John. **The creative economy.** The Penguin Books, London, 2004;

Plano da secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011;

Termo de referência para atuação do Sistema Sebrae na cultura e entretenimento. Décio Coutinho, Glauber Almeida, Heliana Marinho, Rosirene Aires, Valéria Barros e Vinicius Lages. Brasília: SEBRAE, 2007;

www.culture.gov.uk/about_us/creativeindustries/default.htm;

www.economiacriativa.sp.gov.br.