



ECONOMIA CRIATIVA 4.0: a Integração dos elementos da Indústria 4.0 nas Quatro Grandes Áreas da Economia Criativa

Bianca Pinto Barros

Centro Universitário Tabosa de Almeida (ASCES-UNITA)

biancapbarros2020@gmail.com

Hannah Miranda Morais

Centro Universitário Tabosa de Almeida (ASCES-UNITA)

hannahmorais@asc.es.edu.br

Modalidade: (X) Texto Completo – GT 04 Empreendedorismo, Marketing e Transformação Digital

Resumo

A Economia Criativa emerge como um setor estratégico impulsionado pelas mudanças com as inovações da Indústria 4.0. este trabalho apresenta um caráter exploratório e natureza qualitativa, nesse sentido, realizou-se uma análise documental, baseada na análise de conteúdo dos relatórios da Economia Criativa da UNCTAD com o objetivo de analisar o impacto da Indústria 4.0 nas quatro grandes áreas da Economia Criativa, identificando as principais interações entre os avanços tecnológicos e os setores criativos. e identificar desafios e oportunidades gerados pela convergência entre a Economia Criativa e a Indústria 4.0. Os principais resultados encontrados foram que a Indústria Criativa 4.0 pode acelerar a transferência de tecnologia, eliminar as restrições do mercado interno no desenvolvimento de produtos e criar oportunidades em nichos de mercado. Além de que os elementos e princípios da Indústria 4.0 são amplamente utilizados na Indústria Criativa 4.0, havendo grande convergência entre seus elementos.

Palavras-chave: economia criativa; indústria 4.0; indústrias criativas; economia criativa 4.0

Abstract

The Creative Economy emerges as a strategic sector driven by the changes brought by Industry 4.0 innovations. This study has an exploratory nature and a qualitative approach. In this context, a documentary analysis was conducted, based on content analysis of UNCTAD's Creative Economy reports, aiming to assess the impact of Industry 4.0 on the four major areas of the Creative Economy, identifying the main interactions between technological advancements and creative sectors, as well as the challenges and opportunities generated by the convergence of the Creative Economy and Industry 4.0. The main findings indicate that Creative Industry 4.0 can accelerate technology transfer, remove domestic market constraints in product development, and create opportunities in niche markets. Additionally, the elements and principles of Industry 4.0 are widely applied in Creative Industry 4.0, demonstrating a strong convergence between their components.

Keywords: creative economy; industry 4.0; creative industries; creative economy 4.0

1. INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica em curso tem transformado profundamente a sociedade e a economia, impactando a forma como as atividades do cotidiano são realizadas. O professor Walter Longo (2018,



p. 304) refere-se a esse fenômeno como a Era Pós-Digital, caracterizada por uma intensa convergência entre inovação, conectividade e novos modelos de produção.

Nesse cenário, a Economia Criativa emerge como um setor estratégico, impulsionado por uma mudança de perspectiva global sobre seus arranjos e possibilidades. Sua integração com as inovações da Indústria 4.0 amplia o potencial de ação e favorece novas oportunidades, reforçando a importância da criatividade e da tecnologia como motores do crescimento e da competitividade.

A Economia Criativa é definida de diversas formas; para Howkins (2001), trata-se da comercialização de novas ideias, fundamentando-se principalmente no capital intelectual para gerar valor econômico e simbólico. Já para Hartley (2005), a Economia Criativa visa descrever a fusão conceitual e prática das artes criativas (talentos individuais) e das indústrias culturais (grande escala) no contexto das novas tecnologias de mídia (TI) e no âmbito da nova economia do conhecimento para uso de novos cidadãos consumidores interativos.

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) destacou que, apesar da crise econômica de 2008, as exportações globais de bens e serviços criativos alcançaram US\$ 592 bilhões, mais que o dobro do registrado em 2002. Segundo a UNCTAD (2010), a produção criativa abrange treze setores distintos, interligados em quatro principais áreas: patrimônio cultural, artes, mídia e criações funcionais. Esse crescimento econômico é impulsionado pela produção cultural, na qual os valores econômico-simbólicos desempenham um papel fundamental tanto na esfera produtiva, quanto em outras dimensões de valorização da produção.

Segundo a UNCTAD (2022), o conceito histórico da Economia Criativa já não é suficiente para explicar a contribuição da criatividade na produção e no consumo na era da Indústria 4.0. Essa nova revolução é impulsionada por avanços em tecnologia da informação, softwares, equipamentos de produção avançados, robótica e automação industrial, promovendo uma transformação significativa na maneira como as indústrias produzem e os consumidores acessam bens e serviços. Nesse cenário, a Indústria 4.0 também impacta a forma como as Indústrias Criativas produzem e distribuem seus produtos e serviços.

Diante do exposto, este trabalho tem como objetivo geral analisar o impacto da Indústria 4.0 nas quatro grandes áreas da Economia Criativa, identificando as principais interações entre os avanços tecnológicos e os setores criativos. Especificamente, busca-se compreender de que forma os elementos da Indústria 4.0 influenciam a dinâmica das quatro grandes áreas da Economia Criativa. Além disso, pretende-se investigar as transformações nos modelos de produção e consumo nos setores criativos decorrentes da integração com as tecnologias da Indústria 4.0. E identificar desafios e oportunidades gerados pela convergência entre a Economia Criativa e a Indústria 4.0. Dessa forma, indaga-se a seguinte questão de pesquisa: quais os impactos da Indústria 4.0 nas quatro grandes áreas da Economia Criativa?

Após esta introdução, o artigo está estruturado em mais quatro seções. A segunda seção apresenta a revisão de literatura, explorando conceitos e estudos relacionados ao tema. Em seguida, a terceira seção detalha a metodologia adotada para a condução da pesquisa. A quarta seção traz a análise e discussão dos resultados obtidos. Por fim, a quinta seção apresenta as considerações finais, incluindo conclusões, limitações do estudo e sugestões para futuras pesquisas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A economia criativa engloba uma ampla variedade de atividades e se destaca como um dos setores mais dinâmicos da economia global. A primeira iniciativa voltada para a formulação de



políticas públicas destinadas ao desenvolvimento da Economia Criativa surgiu há cerca de três décadas, por meio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Essa ação tinha como objetivo compreender as desigualdades nos “recursos culturais” entre os países do Norte e do Sul, além de reconhecer a contribuição econômica da cultura e propor métodos de análise (Girard, 1982).

A relevância da economia criativa no contexto histórico ganhou destaque a partir de 1997, quando o governo do Reino Unido inovou ao mapear as indústrias criativas. Esse estudo revelou o potencial do setor para a economia, evidenciando sua capacidade de gerar empregos e renda.

Segundo Volkerling (2001), a partir da década de 1990, a noção de que a Economia Criativa – também chamada de indústrias criativas – poderia servir como estratégia para revitalizar as economias nacionais pós-industriais ganhou força. Nesse contexto, a Inglaterra não foi a única a adotar essa perspectiva, pois países como Austrália, Canadá e Nova Zelândia também se dedicaram, ao longo dos anos 90, à implementação de políticas voltadas para as indústrias criativas (Corazza, 2013).

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) define a economia criativa como um conceito em constante evolução, baseado em ativos criativos capazes de impulsionar o crescimento econômico e o desenvolvimento. Esse setor promove a geração de renda, a criação de empregos e o aumento das exportações, ao mesmo tempo que fortalece a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano (UNCTAD, 2008).

A economia criativa engloba aspectos econômicos, culturais e sociais, interagindo com tecnologia, propriedade intelectual e turismo. Além disso, caracteriza-se como um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, com impacto tanto no nível macroeconômico quanto microeconômico. Como uma opção viável de desenvolvimento, exige políticas inovadoras e ações interministeriais coordenadas, tendo as indústrias criativas como seu principal motor econômico.

Pratt e Hunton (2013) definem as indústrias criativas, que constituem a base da cadeia criativa, como um conjunto específico de atividades fundamentadas na criatividade, no talento e na habilidade individual. Esses produtos e serviços possuem propriedade intelectual e vão desde práticas tradicionais, como o artesanato, até complexas cadeias produtivas, como as do setor da moda.

De acordo com a UNCTAD (2010), a Cadeia da Indústria Criativa engloba “os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários”. Nesse sentido, a UNCTAD (2010) define o núcleo da Economia Criativa como composto por 13 segmentos organizados em quatro grandes áreas, sendo elas:

I. Núcleo do patrimônio material e imaterial: abrange expressões culturais tradicionais, como artesanato, festas populares e manifestações da cultura popular; além de equipamentos culturais, como sítios históricos; e espaços culturais, incluindo museus, livrarias, teatros e exposições.

II. Núcleo das artes: inclui as artes performáticas, como música, dança, teatro, ópera e circo; além das artes visuais, abrangendo pintura, escultura, fotografia e antiguidades.

III. Núcleo da mídia (produção de conteúdo): abrange editoras e mídia impressa, como livros, jornais e outras publicações; além do setor audiovisual, incluindo cinema, TV, vídeo e rádio.

IV. Núcleo das criações funcionais: engloba diversas áreas do design, como interiores, gráfico, moda, joias, brinquedos, móveis e objetos; além de serviços criativos, incluindo arquitetura, publicidade, pesquisa e desenvolvimento criativo, e entretenimento. Também abarca o "edutainment" (fusão de educação e entretenimento, com amplo potencial para o futuro) e novas mídias, como softwares, videogames e conteúdos digitais.

Assim sendo, a UNCTAD classifica as indústrias criativas em quatro grandes grupos: (1) patrimônio cultural, (2) artes, (3) mídia e (4) criações funcionais. Essa categorização busca organizar



um campo amplo e diversificado, permitindo uma melhor compreensão das atividades por meio de subdivisões.

Assim, pode-se afirmar que a economia criativa se caracteriza pela predominância da dimensão simbólica, originada dos setores criativos. Dantas (2008) contribui com essa visão ao afirmar que:

As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas que, em parceria com gestores e, quando necessário, profissionais da área tecnológica, desenvolvem produtos e serviços comerciais cujo valor econômico reside nas suas propriedades intelectuais e culturais (Dantas, 2008, p. 4).

Nesse contexto, a produção se concentra menos no consumo de recursos materiais finitos e mais na mobilização de recursos imateriais inesgotáveis, como ideias, conhecimento e cultura. A economia resultante desse processo fundamenta-se na criatividade, habilidade e talento distribuídos na sociedade, pois “a produção é hoje diretamente uma produção de relação social, a ‘matéria-prima’ do trabalho imaterial é a subjetividade e o ‘ambiente ideológico’ no qual esta subjetividade vive e se reproduz” (Lazzarato; Negri, 2001, p.46).

2.1 Mercado Criativo no Brasil

No Brasil, do ponto de vista formal, o desenvolvimento da economia criativa ocorreu de forma tardia em comparação ao cenário global. Enquanto países como Reino Unido e Austrália já debatiam o tema na década de 1990, o Brasil demorou a avançar nessa área. O primeiro passo significativo ocorreu com a implementação do Plano Brasil Criativo, no governo da presidente Dilma Rousseff (BRASIL, 2012).

Elaborado pelo Ministério da Cultura desde o início de 2011 e coordenado pela Casa Civil da Presidência da República, o Plano Brasil Criativo busca integrar políticas e programas de diversos setores do governo. Seu objetivo é fortalecer a Economia Criativa no Brasil, inserindo os setores criativos nas estratégias governamentais de desenvolvimento, promovendo a articulação e o fortalecimento das políticas públicas (BRASIL, 2012).

Assim, o mercado criativo surge da conexão entre pessoas, ideias e projetos, tendo o capital intelectual como sua principal matéria-prima, o que dá origem às Indústrias Criativas (Filho; Lima; Lins, 2019). O caráter pioneiro desse estudo também se estendeu ao mapeamento de indústrias que, embora não sejam classificadas como essencialmente criativas, desempenham um papel fundamental nas cadeias criativas (Firjan, 2022).

De acordo com o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, realizado pelo sistema Firjan (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), que analisou dados socioeconômicos entre 2017 e 2020, a participação do PIB Criativo no PIB nacional cresceu de 2,61% para 2,91%. Como resultado, em 2020, o PIB Criativo alcançou R\$ 217,4 bilhões, um valor equivalente à produção total do setor da construção civil, que também representou cerca de 2,9% do PIB nesse ano (Firjan, 2022).

Segundo o sistema Firjan, sob a ótica do mercado de trabalho, a economia brasileira contava com mais de 935 mil profissionais criativos formalmente empregados em 2020. Dessa forma, o valor gerado pelas indústrias criativas exerce um impacto significativo e direto na geração de renda dos trabalhadores e no fortalecimento da economia nacional (Firjan, 2022).



Assim, o valor absoluto da Economia Criativa em relação ao PIB brasileiro manteve-se superior ao longo dos três anos analisados, evidenciando o crescimento e a rentabilidade do setor. Além disso, as indústrias criativas representam áreas estratégicas com alto potencial econômico para impulsionar a economia nacional. O crescimento contínuo do PIB da Economia Criativa reforça que se trata de um mercado promissor e vantajoso para investimentos (Firjan, 2022).

Segundo Nyko e Zendron (2018),

A tendência futura é de que o crescimento da indústria criativa permaneça acima do crescimento mundial, e o Brasil demonstra potencial ainda maior de crescer, o que reflete a dimensão do mercado doméstico, a criatividade para geração de novos produtos, conteúdos e serviços e a notória riqueza cultural brasileira (Nyko; Zendron, 2018, p. 3)

Britto (2016) destaca que as iniciativas de economia criativa contribuem para a diversificação da economia regional, especialmente em países em desenvolvimento. No entanto, segundo a UNCTAD (2010), cidades e municípios têm se mostrado mais ativos na implementação de políticas de incentivo à economia criativa do que as autoridades em nível federal.

Por exemplo, durante a gestão do ex-governador Eduardo Campos (2007-2014), foi instituído o Programa Pernambuco Criativo, com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para a Economia Criativa. “[...] preparar as bases para um novo ciclo de crescimento econômico com inclusão social, inserção na economia do conhecimento e da inovação, fortalecendo a identidade cultural de nossa gente” (PERNAMBUCO, 2011, p. 10).

Atualmente, no estado de Pernambuco, a cidade de Recife oferece incentivos fiscais na região do Porto Digital, um dos mais importantes parques tecnológicos do país. Com foco em Economia Criativa e Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), o Porto Digital é fruto de uma política pública voltada para a inserção de Pernambuco no mercado global de tecnologia (Firjan, 2022).

As empresas situadas nessa região usufruem de benefícios tributários para impulsionar o desenvolvimento de suas atividades. Atualmente, o parque abriga 300 empresas, três incubadoras de negócios, duas aceleradoras, seis institutos de pesquisa e desenvolvimento, além de organizações de serviços associados e diversas representações governamentais (Firjan, 2022, p. 97).

O Porto Digital também conta com uma unidade avançada no Agreste de Pernambuco. Localizado em Caruaru, o Armazém da Criatividade foi inaugurado em setembro de 2015 e dispõe de incubadoras, infraestrutura e crédito próprios para impulsionar empresas em diversas áreas. A unidade gerencia projetos voltados para o fortalecimento da competitividade nos setores de TIC e Economia Criativa, além de promover iniciativas de desenvolvimento sustentável (França, 2022).

Graças a esses incentivos, Pernambuco representou 1,9% do PIB criativo brasileiro em 2017 e 2018, aumentando sua participação para 2,0% em 2020, o que equivale a aproximadamente R\$ 4,348 bilhões do PIB absoluto nacional (Firjan, 2022). Esses dados ressaltam a relevância dos incentivos, investimentos e políticas públicas no fortalecimento da Economia Criativa regional.

2.2 Indústria 4.0 e Economia Criativa 4.0

O termo Revolução Industrial 4.0 (abreviado para Indústria 4.0 ou i4.0) foi utilizado oficialmente pela primeira vez em 2011, quando um grupo de representantes do governo alemão



propôs pela primeira vez pensar em um novo modelo para as cadeias produtivas do país, denominado Estratégia de Alta Tecnologia 2020 (Oliveira, 2020).

Este grupo de intelectuais, políticos e cientistas, liderado por Henrik Von Scheel, criou o termo Indústria 4.0 como um novo movimento relacionado à interação humana com novos elementos da computação, baseado em parte na inserção de inteligência em dispositivos para que possam tomar suas próprias decisões com base em dados e em conjunto com outros dispositivos (Oliveira, 2020). As próprias máquinas e sistemas adaptam-se às suas necessidades e decisões específicas sem intervenção humana.

Scheel (2015) demarca 17 áreas que constituem os elementos tecnológicos da Revolução Industrial 4.0, sendo eles: robótica, bioinformática, nanotecnologia, comunicação via 6G, *blockchain* (cadeia de blocos), internet das coisas, cibersegurança, neurotecnologia, automação inteligente, computação quântica, impressão 3D, futuro da energia, materiais avançados, realidade aumentada, realidade virtual, inteligência artificial e análises avançadas. Formando assim uma junção tecnológica entre o mundo digital, físico e virtual.

Segundo Oliveira (2020), para garantir o funcionamento harmônico dos elementos da Indústria 4.0, é fundamental que determinados princípios sejam seguidos para a integração eficaz de seus sistemas. Esses princípios são seis: interoperabilidade, virtualização, descentralização, capacidade de operação em tempo real, modularidade e orientação a serviços, como demonstrado na Tabela 01 a seguir.

Tabela 01

Os Seis Princípios da Indústria 4.0

Princípios	Definição
Interoperabilidade	Os dispositivos devem estar conectados a outros equipamentos (IoT) e às pessoas (IoP) para que sua integração seja perceptível.
Virtualização	Sistemas e equipamentos devem ser capazes de simular ambientes reais, permitindo, por exemplo, a redução de desperdícios.
Descentralização	Sistemas e equipamentos precisam solucionar problemas de forma autônoma e compreender níveis de tarefas e objetivos. Com aprendizado de máquina, assimilam variáveis para evitar erros futuros.
Capacidade em tempo real	A "produção inteligente" realiza uma análise completa do ambiente. Os equipamentos compreendem demandas, analisam processos logísticos e ajustam sua execução para alcançar a melhor performance possível.
Modularidade	Os sistemas devem ser capazes de reconhecer que todo o processo é customizado conforme as necessidades do cliente, adaptando-se a fatores como sazonalidade ou exigências específicas.
Orientação a serviços	A personalização é fundamental para que o processo seja projetado de forma individualizada, atendendo às necessidades específicas de cada consumidor, o que ainda não é plenamente viável atualmente.

Fonte: Adaptado Oliveira (2020)



Nesse sentido as organizações se veem na necessidade de se posicionar em relação às seis dimensões da Indústria 4.0, que são: tecnologia, pessoas, finanças, segurança, processos e redes (Oliveira, 2020). Tendo isso em vista, a integração de tecnologias em diferentes áreas da Economia Criativa pode impulsionar significativamente o desenvolvimento do setor, especialmente considerando que os elementos da Indústria 4.0 já estão incorporados ao cotidiano das organizações.

Para a UNCTAD (2022) o conceito tradicional de Economia Criativa já não é suficiente para explicar a contribuição da criatividade para a produção e o consumo na era da Indústria 4.0. Esta nova revolução é impulsionada por avanços na tecnologia da informação, software, equipamento de produção avançado, robótica e automação industrial, conduzindo grandes mudanças na produção industrial e na forma como os consumidores acedem a bens e serviços. Neste contexto, a Indústria 4.0 também traz impactos na forma como as indústrias criativas produzem e distribuem os seus produtos e serviços.

Dois elementos essenciais da Quarta Revolução Industrial terão implicações significativas na definição da Indústria Criativa 4.0. O primeiro é a crescente acessibilidade, inteligência e adaptabilidade dos sistemas de automação, que tornam os robôs uma alternativa técnica e economicamente viável à mão de obra humana. O segundo é a redução de custos e o aumento da flexibilidade na programação, o que, por sua vez, diminuiu o limite mínimo de produção para que seja economicamente viável (UNCTAD, 2022).

Nesse sentido, a Economia Criativa 4.0 é a evolução da Economia Criativa tradicional na era da Indústria 4.0, que se caracteriza pela integração de tecnologias avançadas como inteligência artificial, automação, Internet das Coisas e realidade aumentada no processo de criação, produção e distribuição de produtos e serviços criativos. Essa nova fase potencializa a inovação, reduz os custos operacionais, amplia a personalização e acessibilidade do consumo, além de redefinir modelos de negócio, tornando a criatividade mais estratégica para o crescimento econômico.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo apresenta um caráter exploratório e natureza qualitativa, nesse sentido, realizou-se uma análise documental, baseada na análise dos relatórios da Economia Criativa da UNCTAD. A pesquisa documental consiste no exame sistemático de materiais escritos, a fim de interpretar e contextualizar as informações apresentadas nos documentos selecionados (GIL, 2008).

Dentro das premissas apresentadas por Pimentel (2001) sobre a utilização da análise documental como metodologia de pesquisa, o presente estudo optou por examinar relatórios institucionais da UNCTAD, que possuem caráter qualitativo e metodologias similares. A seleção dos documentos seguiu uma amostragem intencional e não probabilística, visando revisar relatórios sobre a Economia Criativa 4.0. A análise dos dados foi conduzida por meio de uma abordagem documental, com escopo limitado e sem aplicação de métodos estatísticos, permitindo uma interpretação aprofundada das informações apresentadas nos relatórios.

Os relatórios do *Panorama da Economia Criativa* são documentos da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) que oferecem uma visão abrangente sobre a Economia Criativa e o comércio internacional de bens e serviços criativos. O documento analisa as tendências recentes e os avanços nas indústrias criativas, bem como no comércio global de produtos criativos. A edição deste ano destaca o impacto da digitalização e da inteligência artificial na economia criativa (UNCTAD, 2024).



A seleção dos relatórios seguiu o critério de representatividade, conforme o princípio estabelecido por Flick (2009), levando em consideração os seguintes aspectos: (1) institucionalidade; (2) credibilidade e relevância no campo do conhecimento analisado; (3) precisão, confiabilidade, objetividade, atualidade e abrangência. A tabela 02 apresenta o banco de dados utilizado para a coleta de informações, assim como o descritor de busca empregado.

Tabela 02

Delimitações para Coleta de Dados

Coleta de Dados em UNCTADstat

Banco de Dados

Descritores de busca	Economia + Criativa + 4.0 Indústria + Criativa + 4.0 (Utilizado para título; resumo, palavras-chave e texto)
----------------------	--

Fonte: Autoral, 2025.

No que concerne aos procedimentos da pesquisa, o objetivo foi, primeiramente, realizar a seleção dos relatórios, de acordo com a questão norteadora e a utilização dos descritores, resultando na seleção dos artigos para posterior classificação e categorização dos impactos da Indústria 4.0 na Economia Criativa. Nesse sentido, a Tabela 03 estabelece os critérios para coleta de dados.

Tabela 03

Crítérios para Seleção do Escopo

Crítérios de Inclusão	- Alusão ao tema; - Relatórios publicados sobre a temática nos últimos três anos; - Publicações no idioma português e inglês; - Textos gratuitos e completos;
-----------------------	--

Crítérios de Exclusão	- Alusão ao tema apenas como teoria; - Ensaio Teóricos; - Textos pagos; - Publicações anteriores ao ano 2022; - Resumos. - Estudos empíricos - Publicações que não são documentos institucionais.
-----------------------	---

Fonte: Elaboração própria, 2025.

Dessa maneira, de um total de seis relatórios encontrados, foram selecionados dois após aplicação dos critérios de seleção, o *Panorama da Economia Criativa 2024* e o *Indústria criativa 4.0: Rumo a uma nova economia criativa globalizada 2022*. A análise dos dados se deu por meio da técnica de análise de conteúdo, segundo as indicações de Bardin (2006), a qual foi utilizada para identificar categorias e padrões nas informações extraídas dos relatórios, possibilitando uma interpretação aprofundada sobre o tema.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram analisados os relatórios da UNCTAD intitulados: *Panorama da Economia Criativa*,



2024 e Indústria criativa 4.0: Rumo a uma nova economia criativa globalizada, 2022. As categorias são apresentadas de forma separada para facilitar a compreensão didática, embora estejam profundamente interligadas nas práticas organizacionais.

A Economia Criativa opera de maneira diferente em um mundo digital impulsionado pela inteligência artificial, transformando a produção, distribuição e consumo de produtos criativos. Nesse cenário, o trabalho criativo torna-se mais eficiente em termos de custos e alcança um público mais amplo.

Na produção de conteúdo, a acessibilidade a ferramentas digitais de baixo custo reduz barreiras de entrada e possibilita que criadores individuais inovem de forma colaborativa. Na distribuição de conteúdo, diversas plataformas e sites permitem que artistas alcancem audiências globais. E no consumo de conteúdo, a digitalização amplia o acesso do público a uma variedade de bens e serviços criativos, facilitando a personalização e a interatividade na experiência do usuário (UNCTAD, 2024).

As indústrias da Economia Criativa utilizam ferramentas digitais e inteligência artificial para aumentar a eficiência de custos e expandir seu alcance. A digitalização dessas indústrias revolucionou a criação, distribuição e consumo de conteúdos como livros, filmes, música e videogames. Além disso, os agentes desse setor estão entre os mais rápidos na adoção de tecnologias digitais, impactando significativamente seus modelos de negócios.

Novos modelos de negócios devem combinar a vitalidade das atividades criativas e o empreendedorismo com inovações em tecnologia da informação. Segundo a UNCTAD (2024), as mudanças introduzidas pelas novas tecnologias podem ser resumidas da seguinte forma: *abundância*, o vasto e diversificado conteúdo disponível é algo já esperado pelos consumidores de hoje. *Personalização*: as Indústrias Criativas atendem à demanda por conteúdo e consumo cada vez mais personalizados.

Além de: *agregação*, o surgimento de plataformas como Google e Facebook impulsionou a segmentação de mercado, possibilitada pelos grandes dados, e a busca por relevância. *Comunidade*: as redes sociais e a digitalização da economia são baseadas em comunidades. *Envolvimento*: o papel dos consumidores mudou, agora eles contribuem para a produção, difusão e comercialização de obras culturais e criativas. E um fator negativo, o *conteúdo ilegal*: cópias e disseminação ilegais privam os criadores de receita, dificultando a criação em alguns casos.

Nesse sentido, os seis princípios da Indústria 4.0 – interoperabilidade, virtualização, descentralização, capacidade em tempo real, modularidade e orientação a serviços – estão diretamente ligados às mudanças impulsionadas pelas novas tecnologias nas Indústrias Criativas. A *abundância* de conteúdo se alinha com a *interoperabilidade*, pois a conectividade entre dispositivos permite o acesso a uma vasta gama de conteúdos de diferentes fontes e plataformas, tornando a diversificação de opções uma realidade para os consumidores. A *personalização*, por sua vez, está relacionada à *orientação a serviços*, já que a capacidade de adaptar produtos e experiências às necessidades individuais do consumidor é essencial para os novos modelos de negócios.

Já a *agregação*, representada pelo uso de grandes dados para segmentação de mercado, conecta-se com a *descentralização*, onde as plataformas autônomas utilizam dados para personalizar e automatizar ofertas. O conceito de *comunidade* reflete a *capacidade em tempo real*, uma vez que as interações em plataformas digitais permitem respostas e ajustes instantâneos. O *envolvimento* do consumidor, que agora participa da criação, difusão e comercialização de conteúdos, se conecta com a *modularidade*, pois as plataformas permitem que os usuários moldem e compartilhem conteúdo. E o problema do *conteúdo ilegal* está relacionado à *virtualização*, já que a criação e distribuição de conteúdo digital em ambientes virtuais aumenta a vulnerabilidade a cópias e disseminação não autorizada, o que desafia a proteção da propriedade intelectual.

O relatório da UNCTAD (2024) agrupa exemplos do uso da Inteligência Artificial (IA) nas



indústrias criativas em cinco categorias principais: criação de conteúdo, aprimoramento e pós-produção, extração e melhoria de informações, compactação de dados e análise de informações, como descritos na Tabela 04 a seguir.

Tabela 04

Usos da Inteligência Artificial nas Indústrias Criativas.

Criação de conteúdo	Geração de roteiros, filmes, textos jornalísticos, músicas, imagens, legendas, animações e conteúdo em realidade virtual. Na música, algoritmos analisam padrões para sugerir melodias, enquanto na geração de imagens, redes neurais transformam fotos alterando características como idade e cor. Além disso, a IA interpreta imagens e vídeos para criar legendas automáticas e animações, modelando movimentos com base em cenas estáticas. Tecnologias como realidade aumentada e virtual também utilizam IA para criar experiências imersivas e interativas.
Aprimoramento e pós-produção	Aprimorar contraste, colorização, restauração e efeitos visuais. Técnicas de IA adicionam cores a imagens em preto e branco, restauram filmes antigos e criam animações 3D realistas combinando modelos físicos e rastreamento facial.
Extração e melhoria de informações	Segmentação de conteúdo, detecção de objetos, combinação de imagens e criação de modelos 3D. Utilizando aprendizado profundo, redes neurais analisam e transformam sinais, tornando imagens mais interpretáveis e convertendo ações reais em animações.
Compactação de dados	A compactação de dados, como áudio e vídeo, melhora a qualidade e a experiência do usuário. Além disso, a demanda por conteúdos visuais de alta qualidade, interatividade e imersão cresce e atrai mais usuários.
Análise de Informações	Categorização de textos, recuperação e avaliação de conteúdo, recomendação e assistentes inteligentes. Sistemas de aprendizado resumem textos, classificam temas, detectam spam e preveem tendências. Além disso, monitoram o comportamento online para otimizar anúncios e sugerir conteúdos alinhados às preferências do usuário.

Fonte: Autoral, 2025

Nesse sentido, a UNCTAD (2024) também ressalta a necessidade de uma regulamentação clara e transparente para o uso da Inteligência Artificial nas indústrias criativas. Essa estrutura deve proteger os direitos dos artistas, assegurar responsabilidades morais e comerciais, estabelecer diretrizes eficazes e equilibrar a inovação com ética. Além disso, evita a proliferação descontrolada de conteúdos gerados por IA. Sem regulamentações, o setor pode enfrentar desafios legais, morais e comerciais que comprometem seu crescimento e sustentabilidade.

Ademais, os elementos da Indústria 4.0 também são utilizados nas quatro grandes áreas da Economia Criativa, conforme segue na Tabela 05.

Tabela 05

Elementos da Indústria 4.0. nas Quatro Grandes Áreas da Economia Criativa

Patrimônio	Algoritmos auxiliam no design e na produção, aumentando a eficiência ao
------------	---



material e imaterial (artesanato)	automatizar tarefas repetitivas e complexas. A IA possibilita a criação digital por meio de ferramentas generativas, como também facilita o desenvolvimento de galerias e exposições virtuais, permitindo que artistas criem mostras imersivas acessíveis globalmente, ampliando o alcance e democratizando o acesso à arte. Além do uso de impressões 3D, que por meio da modelagem computacional, estão sendo desenvolvidos diversos tipos de materiais compostos com novas propriedades físicas e químicas.
Artes (música e artes performáticas)	Na indústria musical, a IA é utilizada na criação, produção e distribuição, gerando novas composições a partir de vastos bancos de dados, combinando músicas existentes e desenvolvendo faixas originais. Também aprimora a experiência do usuário com recomendações personalizadas em plataformas de streaming. Nas artes performáticas, a IA auxilia na pesquisa e análise de textos, tradução, sugestão de roteiros, narrativas e personagens. Além disso, otimiza a redação de propostas para financiamento e reduz custos na produção. Também contribui para o design de cenários, criando ambientes interativos gerando elementos visuais, realidade aumentada e efeitos sonoros em tempo real. Além disso, pode analisar reações do público para aprimorar o engajamento.
Mídias (publicidade, cinematografia e notícias)	Na publicidade a IA é usada para otimizar a coleta, análise e organização de grandes volumes de dados. No setor cinematográfico, auxilia na criação e análise de roteiros, no aprimoramento da pré-produção, na identificação de preferências do público e na geração de efeitos especiais mais realistas. E influencia decisões de estúdios ao analisar dados financeiros, de roteiro e audiência. Na indústria de notícias e mídia, a IA contribui para a automação de resumos, conversão de texto em fala, reconhecimento de imagens, legendagem e transcrição automática. Também é utilizada para recomendações de conteúdo, automação de páginas, otimização de manchetes e definição dos melhores horários para publicação. Além de possibilitar a criação de artes ilustrativas para posts e artigos.
Criações funcionais (arquitetura e vídeo game)	A arquitetura utiliza cada vez mais a inteligência artificial para otimizar estética, normas construtivas, eficiência estrutural e integração sociocultural, atuando desde o planejamento até a manutenção. No setor de videogames, a IA aprimora design, interatividade e tomada de decisões, criando experiências mais realistas e imersivas com visualização 3D, realidade aumentada e realidade virtual.

Fonte: Autoral, 2025

Considerando os elementos listados, percebe-se que, dentre as 17 áreas que constituem as tecnologias da Indústria 4.0, sete delas obtiveram destaque por uso na Economia Criativa, segundo os relatórios da UNCTAD, que foram: Inteligência Artificial, análises avançadas, impressão 3D, automação inteligente, realidade virtual, materiais avançados e realidade aumentada.



Dessa forma, a digitalização reduz custos nas Indústrias Criativas ao aumentar a eficiência e impulsionar a receita por meio da inovação em produtos e processos, gerando maior alcance ao público e novos modelos de negócios. Para os países em desenvolvimento, essas oportunidades fortalecem a competitividade do setor e favorecem sua integração em cadeias de valor regionais e globais.

De acordo com o relatório *Indústria criativa 4.0: Rumo a uma nova economia criativa globalizada* até as atividades criativas mais tradicionais, culturais ou dependentes do patrimônio estão sendo transformadas pela evolução das tecnologias (UNCTAD, 2022).

Pois a Quarta Revolução Industrial também diz respeito à comunicação e cooperação nas Indústrias Criativas. Ela cria um ambiente de fabricação ciberfísico que permite a comunicação e interação entre todos os participantes da cadeia de criação de valor criativo. As novas redes de 5G e 6G possibilitam o compartilhamento oportuno de informações e a integração de entidades que não seriam capazes de se conectar com as tecnologias informáticas anteriores. Abrindo portas para uma produção mais cooperativa em locais geograficamente diversificados, além de criar novas formas de marketing e canais de distribuição de bens e serviços criativos.

Além disso, a Indústria 4.0 na Economia Criativa vai além da produção: ela também está transformando a forma como os produtos são distribuídos e comercializados. Ao "nivelar" o mundo, a tecnologia alterou a compreensão do comércio internacional. A globalização envolve mais do que cadeias de suprimento e comércio internacionais; inclui também o comércio de ideias incorporadas em propriedade intelectual. Isso facilitou a coexistência de diversos modelos de negócios, oferecendo a empresas menores oportunidades de nicho para competir em um mundo dominado por grandes corporações. Esse aspecto da Indústria 4.0 é particularmente relevante quando se trata da Economia Criativa, caracterizada pela heterogeneidade.

Ademais, a Indústria 4.0, juntamente com tecnologias associadas como a Internet 5G e 6G, é uma estrutura promissora para a Economia Criativa, pois será utilizada para integrar e expandir os processos de design, fabricação e distribuição, tanto em níveis intra como inter organizacionais. As novas tecnologias abrem o acesso ao conteúdo digital, reduzem os custos de produção e aumentam a visibilidade. Por exemplo, a prototipagem necessária para testar novos designs ou produtos pode ser facilitada e acelerada com impressoras 3D. A economia digital também cria maneiras inovadoras de financiar pequenos e microprojetos, como o *crowdfunding* (financiamento coletivo). Além de poder integrar os negócios no *e-commerce* (comércio digital) e *e-entertainment* (entretenimento digital) (UNCTAD, 2022).

Diante disso, a Indústria Criativa 4.0 também pode criar novas oportunidades de trabalho ao abrir novos mercados e aumentar a produção. Muitos países em desenvolvimento, especialmente os de menor porte, precisam explorar os novos canais de exportação criados pelo e-commerce para expandir os mercados de seus produtos criativos, pois os profissionais criativos que atuam na economia digital podem diminuir sua desvantagem de escala ao alcançar clientes em todo o mundo.

A Economia Criativa 4.0 não é uma questão exclusiva para economias desenvolvidas. Países em desenvolvimento, como o Brasil, reconhecem a Economia Criativa como um potencial para a descoberta de novos mercados emergentes, especialmente para pequenas e médias empresas que têm acesso à tecnologia adequada. Além disso, espera-se que a Indústria 4.0 reduza as barreiras para a entrada no mercado para os negócios. A disponibilidade de ferramentas digitalizadas menores e mais baratas pode beneficiar os países em desenvolvimento.

Assim sendo, as novas tecnologias oferecem ferramentas inovadoras para a indústria criativa, permitindo aproveitar talentos individuais ou compartilhar e desenvolver novas ideias. Além disso, essas tecnologias abrem novos canais para alcançar os consumidores. No entanto, também apresentam desafios significativos para alguns segmentos da indústria criativa. Aspectos da Indústria 4.0 podem representar um desafio existencial para alguns segmentos de atividades criativas, como os



artesanatos. A tecnologia e as inovações podem permitir que quase todos os artesanatos utilitários feitos à mão sejam produzidos de forma automatizada e em larga escala. Além de que a disponibilidade de tecnologias para muitos produtores criativos ainda é insuficiente.

Desse modo, a transformação digital das Indústrias Criativas também apresenta desafios, especialmente no que diz respeito ao uso da inteligência artificial. A digitalização é um fator essencial para impulsionar a economia criativa, e a IA desempenha um papel fundamental na transformação das Indústrias Criativas. Embora essas tecnologias promovam crescimento e eficiência, elas também geram preocupações relacionadas à qualidade, direitos autorais, proteção ao consumidor e empregos (UNCTAD, 2024).

A qualidade do conteúdo produzido por inteligência artificial precisa de mais avaliação. Ela depende do desempenho dos algoritmos e dos dados usados, que podem ser selecionados de forma a priorizar certos padrões para atender aos objetivos comerciais dos promotores. Além disso, muitas pessoas consomem imagens, músicas, vídeos e notícias por meio de plataformas centralizadas, cujos algoritmos de seleção ou recomendação de conteúdo não são transparentes ou auditáveis, podendo ser influenciados pelos interesses comerciais dessas plataformas. Isso pode privilegiar conteúdos de artistas já conhecidos, em detrimento da inovação e de novos talentos (UNCTAD, 2024).

Os direitos de propriedade intelectual ganham destaque ao se discutir a inteligência artificial na Economia Criativa. Os direitos autorais, originalmente desenvolvidos para um ambiente analógico, enfrentam desafios com novos modelos de negócios, como o streaming. Especialistas em direitos autorais precisam abordar questões como direitos autorais para artistas em plataformas de streaming, revenda de livros digitais e a responsabilidade das plataformas por conteúdo não autorizado.

Já a proteção do consumidor continua sendo uma questão crucial na digitalização da Economia Criativa. Muitos consumidores fornecem dados pessoais e informações de pagamento ao comprar produtos criativos online, mas muitos países ainda não possuem legislações nacionais adequadas para regular as transações eletrônicas e proteger o consumidor na internet. A manipulação de mídias e o uso de ferramentas geradoras de texto, como as que produzem conteúdos falsos, também representam riscos à privacidade e à ética. O uso de dados pessoais para esses fins coloca em risco a proteção do consumidor, sendo necessário um marco regulatório que balanceie a privacidade com a utilização de dados pelas empresas para aumentar sua competitividade.

No que se refere ao trabalho na Economia Criativa, os empregos estão sendo impactados pelo aumento do uso da inteligência artificial, com a automatização de algumas funções e o crescimento de empregos relacionados ao desenvolvimento da automação. Uma pesquisa da Organização Internacional do Trabalho aponta que a inteligência artificial generativa transfere a competição para postos mais qualificados, sendo que funções criativas são mais resistentes à automação. Um desafio futuro é encontrar profissionais capazes de usar a inteligência artificial e gerenciar mudanças.

Diante do exposto, a UNCTAD (2022, 2024) sugere mitigações a esses impasses. Os formuladores de políticas devem acompanhar os avanços tecnológicos e adaptar as regulamentações para diminuir riscos e aproveitar as oportunidades nas indústrias criativas. É essencial garantir a transparência dos algoritmos e a proteção do consumidor online, estabelecendo regulamentações que cubram o uso ético de dados, como no caso de falsificações. Já as leis de propriedade intelectual precisam ser atualizadas para lidar com a digitalização, considerando a distribuição online e o conteúdo gerado por usuários. As políticas devem equilibrar os direitos dos criadores, consumidores e plataformas, enquanto promovem inovação e criatividade.

Além disso, referente à qualidade, originalidade e empregos, é fundamental garantir a qualidade dos conteúdos criados digitalmente, regulamentando o uso da inteligência artificial de forma ética e responsável, além de incluir transparência, marca d'água digital e diretrizes morais. É investir na capacitação dos profissionais criativos para que utilizem as ferramentas de IA de forma eficiente, permitindo que eles se adaptem às novas tecnologias e avancem junto com o



desenvolvimento da Economia Criativa 4.0.

Nesse contexto, a Economia Criativa 4.0 exige que as empresas se adaptem cada vez mais rápido para se manterem no mercado. Pois o ritmo da inovação está acelerando a tal ponto que até pesquisadores e formuladores de políticas têm dificuldade em acompanhar as rápidas mudanças nos modelos de negócios. E as preferências e comportamentos dos consumidores estão em constante mudança que superam as respostas de produção dos criadores de conteúdo.

5. CONCLUSÕES

Para tanto, conclui-se que a Indústria Criativa 4.0 pode acelerar a transferência de tecnologia, eliminar as restrições do mercado interno no desenvolvimento de produtos e criar novas oportunidades em nichos de mercado.

Ao considerar as características da Economia Criativa 4.0, percebe-se que, das 17 áreas que compõem as tecnologias da Indústria 4.0, 10 se destacaram pelo uso nas Indústrias Criativas, que segundo os relatórios da UNCTAD foram: Inteligência Artificial, análises avançadas, impressão 3D, automação inteligente, realidade virtual, realidade aumentada, cibersegurança, comunicação via 6G, internet das coisas e materiais avançados.

Os elementos da Indústria 4.0 que não foram identificados na Economia Criativa incluem robótica, bioinformática, nanotecnologia, blockchain, neurotecnologia, computação quântica e o futuro da energia. Isso se deve ao fato de que essas tecnologias, embora altamente inovadoras, ainda estão em estágios iniciais de aplicação ou são mais associadas a setores industriais e científicos específicos, como a manufatura avançada, biotecnologia e pesquisa científica. Além disso, essas tecnologias exigem um nível elevado de especialização e infraestrutura que, atualmente, não estão amplamente disponíveis ou não são relevantes para as demandas imediatas das Indústrias Criativas.

No entanto, à medida que essas tecnologias evoluem e se tornam mais acessíveis, é possível que venham a ter um impacto crescente na Economia Criativa. Portanto, é crucial que as Indústrias Criativas acompanhem de perto o desenvolvimento dessas tecnologias, adaptando-se conforme necessário para explorar novas oportunidades que possam surgir. A integração dessas inovações no futuro pode ampliar ainda mais as possibilidades da Economia Criativa, tornando as indústrias ainda mais dinâmicas e interconectadas.

Com os objetivos geral e específicos respondidos, observa-se que, dentre os relatórios analisados o impacto da Indústria 4.0 gera tanto oportunidades, quanto desafios à Economia Criativa. Logo, as descobertas desta pesquisa representam um avanço significativo no campo do conhecimento, merecendo atenção tanto na esfera acadêmica quanto no ambiente organizacional de criatividade e inovação.

Sugere-se que futuras pesquisas examinem mais documentos institucionais e expandam a pesquisa para diferentes setores da economia. Com o objetivo de facilitar comparações com os resultados deste estudo e contribuir para a consolidação do conhecimento nessa área. Visando formar uma base de conhecimento sólida para beneficiar tanto a academia, quanto as organizações.

REFERÊNCIAS

Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA.



Brasil. (2012). Ministério da Cultura. *Plano Brasil Criativo em discussão*. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/plano-brasil-criativo-em-discussao-555683/10913. Acesso em: 31 fev. 2025.

Britto, J. N. P. (2016). Economia criativa no Brasil: uma perspectiva regional. *Rev. Econ. Contemp.* vol.20, n.3, pp.458-491. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-98482016000700458&script=sci_abstract&tlng=pt Acesso em: 23 jan. 2025.

Corazza, R. I. (2013). Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. *Revista Brasileira de Inovação*, Campinas, v. 12, n. 1, p. 207-231, jun.

Dantas, Vera (2008). *Dossier de economia criativa*. In [www.cultdigest.pt] acesso em 25 jan 2025.

Filho, F. J. A.; Lima, T. G.; Lins, A. J. C. C. (2019). Economia Criativa: uma análise sobre o crescimento do mercado das indústrias criativas. *Comunicação & Inovação*, [v. 20 n. 42](#).

FIRJAN (2022) *Mapeamento da Indústria criativa 2022*, Casa Firjan. Disponível em: <https://casafirjan.com.br/pensamento/ambientes-de-inovacao/mapeamento-da-industria-criativa-2022>. Acessado em: 26 abr. 2025.

FIRJAN (2012). FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO. *Indústria Criativa: Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro.

Flick, U. (2009). *Qualidade na pesquisa qualitativa*. Coleção Pesquisa Qualitativa (Coordenação de Uwe Flick). Porto Alegre: Bookman, Artmed.

França, D. (2022). Outros Projetos do Porto Digital: Rec'n'play, Portomídia, Programa Minas, Armazém da criatividade – caruaru e mais..., *Inovação & Desenvolvimento: A Revista da FACEPE*. Disponível em: <https://revistainovacao.facepe.br/index.php/revistaFacepe/article/view/21>. Acessado em: 26 fev. 2025.

França, D. (2022). Outros projetos do Porto Digital: REC'n'Play, Portomídia, Programa MINAs, Armazém da Criatividade – Caruaru e mais. *Inovação & Desenvolvimento: A Revista da FACEPE*, v. 1, n. 2, p. 26-27.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6ª ed.). Atlas.

Girard, A (1982). Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development? *Cultural Industries: a challenge for the future of culture*. Paris: Unesco.

Hartley, J. (Ed.). (2005). *Creative industries*. London: Wiley-Blackwell. 436 p.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: how people make money from ideas*. London: Penguin Books.

Lazzarato, M; Negri. T. (2001). *Trabalho imaterial*. Tradução de Mônica Jesus. Introdução de Giuseppe Cocco. Rio de Janeiro: LP&A.



Longo, W. (2018). *Marketing e Comunicação na Era Pós-Digital : as regras mudaram*. São Paulo: Alta Books. 304 p.

Nyko, D.; Zendron, P. (2018). Economia criativa = Creative Economy. In: PUGA, F. P.; CASTRO, L. B. (Org.). *Visão 2035: Brasil, país desenvolvido: agendas setoriais para alcance da meta*. 1. ed. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. p. 259-288.

Oliveira, V. (2020) *Economia Criativa 4.0: o mundo não gira ao contrário*. João Pessoa.

PERNAMBUCO. (2011). Secretaria de Desenvolvimento Econômico. *Seminários: Todos por Pernambuco, gestão democrática e regionalizada com foco em resultados*. Página web. [s. l.]: [s. n.]. Disponível em: http://www.linkpropaganda.com.br/wp-content/uploads/caderno-proposta-todo_por_pe.pdf. Acesso em: 10 de fev. 2025

Pimentel, A. (2001). *O método da análise documental*. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, 7(2).

Pratt, A. C., Hutton, T. A. (2013). Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. *Cities*, v.33, p. 86-95.

Scheel, V. H. (2015). *Fourth Industrial Revolution 4.0*. Industry 4.0 Council. Acesso em 31 de fevereiro de 2025. Disponível em: <https://von-scheel.com/fourth-industrial-revolution/>

UNCTAD. (2008). United Nations Conference on Trade and Development Creative Economy. *Creative Economy Report: A Feasible Development Option*. UN.

UNCTAD. (2010). United Nations Conference on Trade and Development Creative Economy; Creative Economy Report 2010. *Creative Economy: A Feasible Development Option*. UN.

UNCTAD. (2022). United Nations Conference on Trade and Development Creative Economy. [*Creative industry 4.0: Towards a new globalized creative economy*](#). UN.

UNCTAD. (2024). United Nations Conference on Trade and Development Creative Economy. [*Creative Economy Outlook 2024*](#). UN.

Volkering, M. (2001). From cool Britannia to hot nation: creative industries policies in Europe, Canada and New Zealand. *International Journal of Cultural Studies*, v. 7, p. 437-455.