

## **As Indústrias Criativas no Porto Digital<sup>1</sup>**

Tatiane Gonçalves de LIMA<sup>2</sup>  
Rafaela Carine Soares de LIMA<sup>3</sup>  
Leonardo Sávio Lima Soares da SILVA<sup>4</sup>  
Rosa Cândida Nascimento de MIRANDA<sup>5</sup>  
Felippe Costa Arnoso LEITÃO<sup>6</sup>

Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP, Recife, PE  
Sociedade Pernambucana de Cultura e Ensino – SOPECE, Recife, PE

### **RESUMO**

Sendo as Indústrias Criativas modelos de negócios que estão dando certo em todo mundo, este trabalho se propõe a fazer uma análise sobre a relação das Indústrias Criativas e o Parque Tecnológico do Recife Porto Digital. O Porto Digital possui em sua estrutura várias empresas embarcadas cujo segmento se enquadram nas áreas das Indústrias Criativas. Por esse motivo se faz necessário uma investigação se de fato existe uma colaboração das Indústrias Criativas para o crescimento do Parque Tecnológico do Recife.

**PALAVRAS-CHAVE:** indústrias criativas; parques tecnológicos; Recife; Porto Digital.

### **AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS**

Antes de falarmos de Indústrias Criativas é importante contextualizar e conceituar a criatividade. São muitas as explicações sobre o que é criatividade, por exemplo, Mouchird e Lubard (2002) conceituam criatividade como um conjunto de capacidades que dão condições às pessoas a agirem de maneiras diferentes e de se adaptem com mais facilidades em determinadas situações. Outro conceito de criatividade é dado por

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na na DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Mestra em Indústrias Criativas – UNICAP. Professora do Curso de Administração da SOPECE, e-mail: [lima.sopece@gmail.com](mailto:lima.sopece@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduanda do curso de Publicidade e Propaganda 7º Período da UNICAP, e-mail: [rafaelasoares473@gmail.com](mailto:rafaelasoares473@gmail.com)

<sup>4</sup> Mestrando do Curso de Indústrias Criativas da UNICAP, e-mail: [lsaviolima@gmail.com](mailto:lsaviolima@gmail.com)

<sup>5</sup> Mestranda do Curso de Indústrias Criativas da UNICAP, e-mail: [mirandajornalista1975@gmail.com](mailto:mirandajornalista1975@gmail.com)

<sup>6</sup> Mestrando do Curso de Indústrias Criativas da UNICAP, e-mail: [arnoso88@yahoo.com.br](mailto:arnoso88@yahoo.com.br)

Sternberg e Lubart (1999) em que declaram a criatividade como a capacidade de um indivíduo criar uma solução que seja ao mesmo tempo apropriada e inovadora. Pelo fato de existirem muitas terminologias sobre criatividade, nos baseamos em três dimensões da criatividade que têm ligação direta com as Indústrias Criativas, segundo a UNCTAD conforme figura abaixo:

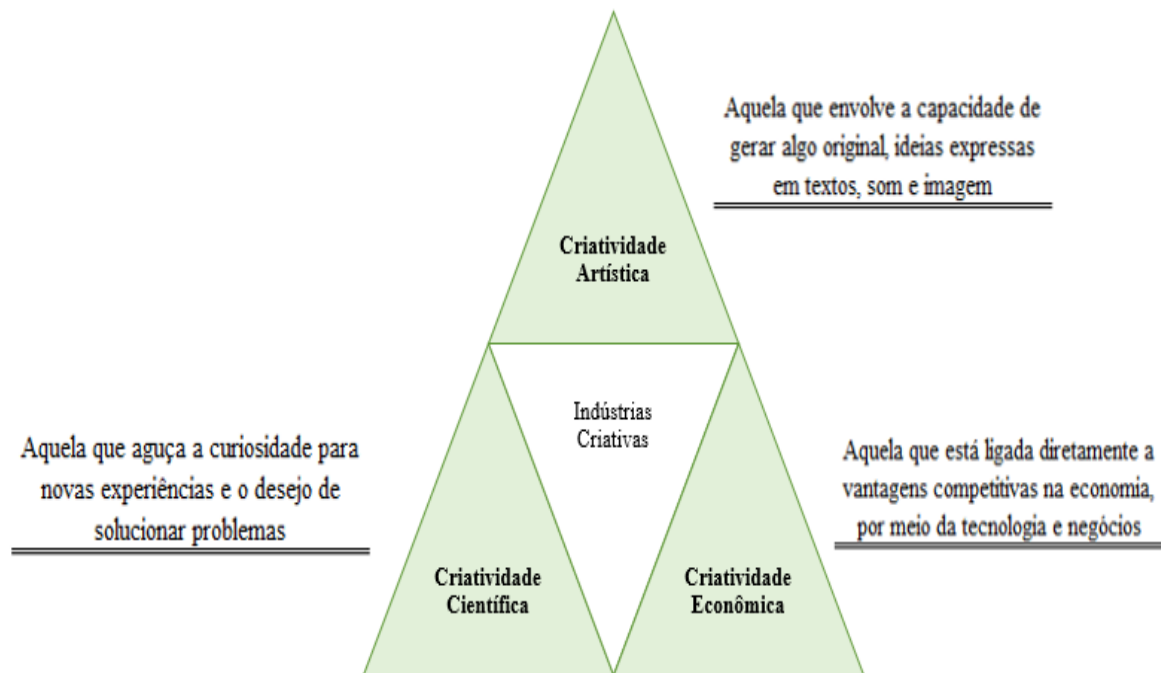


Figura 1 Tipos de Criatividade

Fonte: UNCTAD (2008)

Nos últimos anos, é notável o contínuo crescimento de novos segmentos de negócios, cujos produtos e serviços prestados não são mais aqueles que tinham por finalidade a satisfação das necessidades básicas do ser humano. Um novo mercado, que sempre existiu, emergiu, o da Economia Criativa e tudo que advém dela faz parte de nossas vidas, e hoje todos os segmentos juntos já representam uma grande fatia de negócios.

Sendo as Indústrias Criativas, produto dos negócios da Economia Criativa, é de suma importância compreendê-las. São várias as definições de Indústrias Criativas, dentre elas a de que são “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” (DCMS, 2005 apud BENDASSOLLI, 2009).

---

É possível afirmar que a Economia Criativa tem seu surgimento atrelado ao fato de movimentações comerciais incomuns, ocorridas na década de 1990, segundo Bendassolli et al.

...além de ser visto como um fenômeno econômico, relacionado a políticas públicas de desenvolvimento, o surgimento das indústrias criativas também deve ser associado ao que se chamou de virada cultural (BONNELL e HUNT, 1999; GIBSON e KLOCKER, 2005), uma transformação de valores sociais e culturais, ocorrida no final do século passado. A virada cultural surge da combinação de dois fenômenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas. (BENDASSOLLI *et al*, 2009, p.11)

A Economia Criativa decorre da junção de pessoas, ideias e projetos, o capital intelectual é a principal fonte de matéria-prima desse mercado, originando dessa maneira as Indústrias Criativas. Howkins (2013) conceitua as Indústrias Criativas como uma atividade em que o trabalho intelectual é o principal combustível para a execução de um serviço ou criação de um produto, sendo como resultado alcançado a propriedade intelectual. A Unesco de igual forma trata da Economia Criativa nos seguintes termos:

A economia criativa – que inclui os produtos audiovisuais, o design, os novos meios de informação, as artes do espetáculo, a produção editorial e as artes visuais – é um dos setores da economia de mais rápida expansão a nível mundial. Além disso, o setor é altamente transformador em termos de produção de ingressos, de criação de emprego e de ganhos obtidos na exportação: entre 2002 e 2011, as exportações de bens procedentes da economia criativa aumentaram em uma média anual de 12,1% nos países em desenvolvimento. (UNESCO, 2013)

Vale lembrar que é possível se relacionar as Indústrias Criativas a economia das ideias, posto que Jones (2000, p.38) argumenta, as ideias transformam e melhoram as tecnologias, concedendo permissão para que um determinado produto ou serviço gere algo maior e conseqüentemente melhor. Ainda seguindo o raciocínio de Jones (2000, p.38) uma nova ideia inevitavelmente gera um aumento no índice da tecnologia, o autor argumenta que as ideias não estão meramente ligadas apenas às novas tecnologias, pois grandes ideias podem ser usadas para áreas como a entretenimento, comércio, educação entre outras. Por conseguinte, é possível perceber como as Indústrias Criativas se encaixam nessa argumentação, visto que a sua principal matéria-prima é a criatividade, esta decorrente de novas e imprevisíveis ideias.

---

Ferreira (2008) argumenta que o desenvolvimento tecnológico das empresas juntamente com ações coletivas vem fortalecendo, por meio, muitas vezes de interações entre elas, as chances de sua sobrevivência. Esse é o ambiente das empresas da Economia Criativa, onde muitas vezes a cooperação entre concorrentes auferem a elas, melhores resultados, contribuindo assim, para construção de novos serviços e produtos.

No fundo, devemos pensar o desenvolvimento, no momento atual, como sendo um processo relacionado à capacidade criativa associada a capacitações vinculadas ao novo paradigma das tecnologias de informação e comunicações. Algo que já nos dizia o Mestre Celso Furtado, em seu livro “Criatividade e dependência na civilização industrial”, de 1978, quando subordinava a noção de inovação à de criatividade e relacionava esta a processos de desenvolvimento: “Quaisquer que sejam as antinomias que se apresentem entre as visões da história que emergem em uma sociedade, o processo de mudança social que chamamos desenvolvimento adquire nitidez quando o relacionamos com a ideia de criatividade”. (FERREIRA, 2008, p.15)

Tendo em vista o contínuo crescimento do mercado das Indústrias Criativas, onde a propriedade intelectual toma proporções nunca antes vistas, é natural buscarmos o entendimento de quais são os serviços e produtos oferecidos por esse mercado. Se faz inescusável conceber como caminha a economia frente ao uso da criatividade como matéria prima principal na construção dos bens e serviços da Economia Criativa. Destarte buscar entender como está agindo o mercado de trabalho, as ações das empresas e a macroeconomia em relação a essa nova forma de fazer negócios. Cabe a reflexão de Hanson:

...a arte e a cultura entendidas como setor econômico são descritas em uma vasta literatura. Nessa visão, trata-se essencialmente de aplicar os conceitos da economia neoclássica a essas atividades. Vale destacar que a visão pessimista de Adorno e da Escola de Frankfurt foi suplantada por discussões posteriores, essencialmente nas décadas de 70 e 80, abandonando o que Garnham (1987) chamou de “a visão idealista”. Essa nova ótica levou a uma redefinição e rerrotulação das indústrias midiáticas – a música [a indústria fonográfica], o rádio, o cinema e a TV – inserindo-as na esfera da cultura, levando por sua vez a uma nova definição de políticas culturais nacionais que as incluíssem nos benefícios e subsídios concedidos às artes em geral. (HANSON, 2012, p.223)

As mudanças tecnológicas nos meios de comunicação têm relação direta com o surgimento das Indústrias Criativas, isto posto, a economia mundial do século XXI vem em uma contínua transformação, passando do incessante domínio da mecanização e produção industrial para o domínio dos setores criativos, sejam eles de empreendedores

individuais ou grandes e pequenas empresas. Segundo Barcellos, Botura e Ramirez (2015, p. 3) “A economia do século XXI baseada no conhecimento, em sua expansão, deu espaço aos serviços criativos que mantêm uma trajetória ascendente exercendo forte influência nos mercados globalizados.”

Assim, é possível asseverar que as Indústrias Criativas são atividades oriundas dos novos modelos de negócios que abrangem todos os segmentos da chamada economia da informação. Essa economia da informação pode ser compreendida como aquela em que a prestação de serviços e os produtos têm por base, muitas vezes a individualização, tornando-os únicos e pessoais, característica própria dos produtos das Indústrias Criativas.

Foi na Inglaterra por volta da década de 1990, que as Indústrias Criativas passaram a ter um papel mais efetivo na economia local e global. Isso ocorreu uma vez que o departamento de Cultura, Mídia e Esportes do governo da época, tendo em vista o desenvolvimento econômico que poderia ser tomado por esses novos modelos de negócios que surgiam, buscou investimentos e estudos específicos para fomentar o setor das Indústrias Criativas, gerando grandes ganhos e fazendo com que outros países, assim como o Brasil, buscassem entender e criar políticas públicas que viabilizassem o mercado do setor.

Esse potencial econômico atraiu, posteriormente, outros países – o Brasil, inclusive – a incorporar o termo às suas políticas públicas. Para alguns autores, o termo surgiu como uma decorrência da evolução da chamada nova economia, razão pela qual não pode ser tomado de maneira desconexa de suas bases históricas (onde estão presentes, além da economia criativa, os conceitos de sociedade pós-industrial e sociedade da informação). (JAMBEIRO; FERREIRA, 2012, p.180)

O advento da internet também pode e deve ser considerado como um dos propulsores para o progresso do mercado das Indústrias Criativas, ela é a grande responsável pela difusão mais rápida das informações contribuindo para o desenvolvimento mais acentuado das Indústrias Criativas, principalmente daquelas voltadas para os segmentos de tecnologia, como relata Castells:

Numa sociedade em que firmas privadas são a principal fonte de criação de riqueza não é de surpreender que, depois que a tecnologia da internet se tornou disponível na década de 1990, a difusão mais rápida, mais abrangente de seus usos tenha ocorrido no domínio dos negócios. A internet está transformando a prática das empresas em sua relação com fornecedores e compradores, em sua administração, em seu processo de produção e em sua cooperação com outras firmas, em seu financiamento e na avaliação de ações em mercados financeiros. (CASTELLS, 2003, p.56).

Para Florida (2011), o contínuo aumento da geração de ideias e da criatividade não pode ser considerado algo trivial, o aumento da propriedade intelectual se dá em praticamente todos os segmentos da economia. Assim, a convergência entre tecnologia e criatividade são fatores fundamentais também, para o fomento das Indústrias Criativas. Esse fenômeno vem colaborando para que aqueles que conseguem criar e se reinventar consigam a longo prazo alcançar o sucesso. E isso é o que vem acontecendo com os setores criativos no Brasil. Em um momento em que é preciso reorganizar aspectos corporativos e as estratégias das empresas, elas passam agora a identificar na Economia Criativa um potencial para alavancar seus negócios e fugir da crise financeira que o país passa.

Tendo em vista as mudanças tecnológicas que vêm ocorrendo ao longo dos últimos 20 anos, as contínuas transformações na maneira de fazer negócios e o crescimento em grande escala de serviços e produtos advindos da Economia Criativa, é importante atentar para questões relacionadas ao empreendedorismo local. Ferreira (2008, p.149) comenta que “a quantidade de empreendimentos que se instalaram no Porto Digital nos últimos anos vislumbra um ambiente econômico favorável à criação ou incorporação de novas empresas”. Isso nos mostra que o incentivo à inovação e a criação de novos empreendimentos, pode ser bastante favorável para o surgimento de novos tipos de negócios, como no caso do Porto Digital do Recife. Tal pensamento fica claro no trecho a seguir:

Um ambiente econômico com tais características é propício à imbricação de novos empreendimentos, sem que o tecido empresarial local ou a empresa entrante sofram impactos negativos resultantes da nova configuração econômica. Além disso, um ambiente em que não há relações de concorrência predatória facilita ações colaborativas, que incluem desde a capacitação da mão - de - obra do arranjo de forma sistêmica até a elaboração de acordos pré-competitivos. (FERREIRA, 2008, p.149)

De acordo com Howkins (2013) a Economia Criativa mundial, que abarca as Indústrias Criativas, em 2005 valia cerca de 2,706 trilhões de dólares, ainda segundo estudos, Howkins (2013) sustenta que no ano de 2013 esse valor chegou a aproximadamente 4 trilhões de dólares, mostrando um crescimento exponencial a uma taxa de 6% ao ano. Em termos de comparação vale salientar que em 2005 o PIB mundial foi de 44,385 trilhões de dólares, desses 6,1% referentes aos produtos e serviços da

---

Indústria Criativa. Howkins (2013, p.143) ainda afirma que “o tamanho da Economia Criativa depende tanto da forma como os produtos são administrados e distribuídos quanto do que é produzido”.

## **INDÚSTRIAS CRIATIVAS NO RECIFE – O CASO DO PORTO DIGITAL**

Compreendendo mais sobre o mercado das Indústrias Criativas no Brasil, exposto no capítulo anterior, se faz importante a análise sobre o Porto Digital do Recife, haja vista o Parque Tecnológico ser um dos objetos de estudo deste trabalho. Uma vez que analisaremos mais adiante as empresas de Economia Criativa embarcadas no Porto Digital.

A dinâmica do mercado empresarial mundial, vem a cada dia cobrando que as empresas se adequem aos os novos padrões exigidos nos negócios, como eficiência e qualidade, fazendo crescer assim, exigências por uma reformulação profunda da cultura e da filosofia que orientam as ações institucionais. A sociedade, consciente e conhecedora de seus direitos, exige das empresas um reestudo do seu papel nesse novo cenário. Para as empresas, passa a ser um diferencial a sua atuação moldada sob referências, conceitos e valores atualizados, apontando para uma nova postura no desenvolvimento de seus negócios e no relacionamento com seu meio de atuação. Nesse contexto, é importante entendermos como funciona e o que é essa nova economia que vem continuamente tomando posições importantes nos negócios do mundo atual. As Indústrias Criativas crescem à medida em que as tecnologias e o conhecimento humano tomam proporções nunca antes imagináveis.

O Porto Digital do Recife vem em um contínuo crescimento, atuando nas áreas de Tecnologia da Informação e da Economia Criativa, colaborando ativamente para o desenvolvimento tecnológico do nosso estado. O Porto Digital do Recife é classificado como uma OS (Organização Social) nos termos da Lei Estadual/PE nº 11.743/2000 e da Lei Municipal do Recife nº 17.875/2013, tem como objetivo a concepção, a gestão sustentável e a estruturação de um ambiente propício aos negócios, reconhecido assim como Porto Digital, esse sendo capaz de consolidar e criar novos empreendimentos de classe mundial, através da cooperação e interação entre universidades, organizações não governamentais, empresas e o governo do estado de Pernambuco, bem como de outros estados e do Distrito Federal. Tendo como áreas de atuação a requalificação do espaço

---

urbano e a gestão de projetos para criações, atração e fortalecimento de empreendimentos inovadores de Tecnologia da Informação e da Economia Criativa.

O surgimento do Porto Digital do Recife partiu por meio de um grupo de professores do CIN (Centro de Informática) da Universidade Federal de Pernambuco juntamente com um grupo de empreendedores da área de TI (Tecnologia da Informação). Essa interação buscava fortalecer a ligação entre empresa e universidade, visando o desenvolvimento tecnológico local por meio da transferência de tecnologia entre ambos. Contudo, para que a relação universidade e empresa obtivesse êxito, foi preciso a participação do Governo do Estado de Pernambuco, que atuou subsidiando as condições essenciais para que o projeto do Porto Digital realmente progredisse (MACÊDO, 2017, p.18).

Em seu livro, Ferreira (2008, p.149) comenta que “a quantidade de empreendimentos que se instalaram no Porto Digital nos últimos anos vislumbra um ambiente econômico favorável à criação ou incorporação de novas empresas”. Consequente, podemos destacar que o ambiente econômico criado no Porto Digital é bastante favorável para o surgimento de novos tipos de negócios, como é o caso das empresas dos segmentos das Indústrias Criativas instaladas no Parque Tecnológico.

Para falar do Porto Digital se faz necessário também compreender o conceito de Parque Tecnológico e Científico. O conceito de Parque Tecnológico e Científico, também denominado como Parque de Ciência no Reino Unido e Parque de Pesquisa nos Estados Unidos, pode ser concebido como uma corporação administrada por especialistas, cujo principal intento seja o de criar uma nova cultura de inovação e competitividade das empresas, por meio da interação com instituições baseadas no conhecimento, aspirando o desenvolvimento local e a geração de riqueza de sua comunidade. Por conseguinte, Laimer (2013) afirma que um parque tecnológico e científico tende a estimular e consequente coordenar o avanço nas interações entre instituições de ensino e pesquisa, órgãos governamentais e empresas. Dessa maneira colaborando ativamente na criação de empresas da área de tecnologia por meio de incubação sendo um fornecedor de infraestrutura adequada para o desenvolvimento daquelas empresas.

Segundo dados da ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores) até o ano de 2018 existiam no Brasil 62 Parques Tecnológicos como demonstrado no mapa abaixo:





Figura 2 Mapa de Distribuição dos Parques Tecnológicos no Brasil.

Fonte: ANPROTEC 2018

O Porto Digital do Recife, até o ano de 2017, continha 32 empresas da área das Indústrias Criativas. Em seu *website* é possível encontrar empresas classificadas em “Empresas de TI” ou “Empresas de Economia Criativa”. Por conseguinte, as Indústrias Criativas ali instaladas se dividiam entre os quatro grandes grupos das Indústrias Criativas segundo a FIRJAN (2016). No quadro abaixo são apontados os grupos das Indústrias Criativas juntamente com os respectivos segmentos:

Quadro 1- Grupos Indústrias Criativas X Segmentos Criativos	
Consumo	Design, Arquitetura, Moda e Publicidade.
Mídias	Editorial e Audiovisual.
Cultura	Patrimônio e Artes, Música, Arte Cênicas e Expressões Culturais.
Tecnologia	P&D, Biotecnologia e Tecnologia da Informação e Comunicação

Fonte Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAN 2016

Vale ressaltar que as empresas classificadas como Economia Criativa no site do Porto Digital, não englobam empresas de tecnologia, estas ficaram situadas na área reservada para empresas de tecnologia da informação.

## RELAÇÃO ENTRE INDÚSTRIAS CRIATIVAS E SITUAÇÃO FINANCEIRA DO PORTO DIGITAL DO RECIFE

---

Neste capítulo são apresentadas as relações entre número de empresas e resultados financeiros. O objetivo aqui foi compreender se o crescimento do Porto Digital possui correlação com o desenvolvimento das Indústrias Criativas. Assim, a partir do tratamento dos dados relativos às empresas embarcadas no Porto Digital e os relatórios financeiros do Parque Tecnológico, chegamos às conclusões que seguem abaixo:

No quadro abaixo foi realizada um diagnóstico de confronto entre o ano de surgimento das empresas classificadas na área das Indústrias Criativas em relação ao Patrimônio Social do Porto Digital. Observando em aspectos gerais o patrimônio do Porto Digital, identificamos que até o ano de 2016 houve um aumento real de R\$ 17.643.249,25 representado pelo percentual de aproximadamente 234% de aumento. Do ano de 2010 até o ano de 2016 surgiram no Porto Digital 22 empresas, nesse mesmo período verificamos um crescimento contínuo nos valores do patrimônio social do Parque Tecnológico. Esses dados representaram as seguintes variações:

- Do ano de 2010 para 2011 houve uma variação positiva de aproximadamente 6,77%;
- Do ano de 2011 para o ano de 2012 a variação foi positiva em aproximadamente 28,96%;
- Entre 2012 e 2014 a variação ficou mais uma vez positiva em 3,17%. Esse foi o período com a menor variação positiva encontrada;
- Do ano de 2014 para o ano de 2015 a variação voltou a subir, ficando em aproximadamente em 29,55%;
- Por fim, a variação ocorrida entre os anos de 2015 e 2016 foi a maior vista dentro do universo estudado, chegando ao patamar de uma variação positiva de aproximadamente 66,77%.

Não foi possível fazer análise contando com o ano de 2017, pois não foram encontrados no momento desta pesquisa, os relatórios financeiros necessários para a realização da análise.

<b>Quadro 2– Comparativo quantidade de Empresas Indústrias Criativas por Ano X Patrimônio Social do Porto Digital</b>		
<b>Ano de Criação das Empresas</b>	<b>Quantidade de Empresas</b>	<b>Patrimônio Social do Porto Digital</b>
2002	0	R\$ 7.526.177,75
2003	2	R\$ 8.206.079,38
2004	0	R\$ 11.665.599,45
2005	0	R\$ 10.889.680,66
2006	1	R\$ 9.693.794,27
2007	0	R\$ 8.767.024,01
2008	0	R\$ 9.128.158,36
2009	1	R\$ 8.852.478,62
2010	4	R\$ 8.200.015,05
2011	5	R\$ 8.755.155,47
2012	2	R\$ 11.290.659,79
2013	3	R\$ 11.329.068,48
2014	3	R\$ 11.649.861,73
2015	3	R\$ 15.092.671,59
2016	2	R\$ 25.169.427,00
2017	2	Informação não disponível

Fonte: Elaboração própria do autor (2018)

No quadro abaixo foi realizada um diagnóstico de confronto entre o ano de surgimento das empresas classificadas na área das Indústrias Criativas em relação ao Grau de Endividamento do Porto Digital. Analisando a relação quantidade de empresas que surgiram no período de 2002 a 2016, pois os relatórios necessários para a composição da análise do ano de 2017 não estavam disponíveis, pudemos observar que nos 7 primeiros anos investigados, com um número pequeno de empresas da Indústria Criativa, apenas três, o grau de endividamento do Parque Tecnológico obteve seus maiores números. Ou seja, é possível afirmar que com poucas empresas da área das Indústrias Criativas o Porto

Digital esteve mais dependente financeiramente de terceiros. Em contrapartida, a partir de um maior número de empresas das Indústrias Criativas houve uma redução em seu grau de endividamento. Embora em alguns anos como o ano de 2013 em que houve o surgimento de mais três empresas o grau de endividamento tenha sido alto, ainda podemos afirmar que com mais empresas das Indústrias Criativas houve uma relevante diminuição nesse indicador.

<b>Quadro 3– Comparativo quantidade de Empresas Indústrias Criativas por Ano X Grau de Endividamento do Porto Digital</b>		
<b>Ano de Criação das Empresas</b>	<b>Quantidade de Empresas</b>	<b>Grau de Endividamento</b>
2002	0	235%
2003	2	212%
2004	0	263%
2005	0	349%
2006	1	169%
2007	0	312%
2008	0	262%
2009	1	258%
2010	4	114%
2011	5	116%
2012	2	167%
2013	3	288%
2014	3	146%
2015	3	150%
2016	2	203%
2017	2	Informação não disponível

Fonte: Elaboração própria do autor (2018)

---

De posse das informações acima, chegamos ao resultado de que a relação entre o surgimento de empresas no âmbito das Indústrias Criativas no Porto Digital, em comparação com as informações financeiras, demonstra que de fato houve uma certa melhoria no aspecto financeiro/contábil no que tange os dois indicadores aqui investigados.

À medida que surgiram as empresas de Indústrias Criativas no Porto Digital, foi identificada uma melhoria financeira no Parque Tecnológico, seu Patrimônio Social, por exemplo passou a ter um crescimento mais acentuado à medida que surgiam mais empresas da Indústria Criativa. Já no que tange o Grau de Endividamento, houve um certo recuo, apesar de não ser um número alto, ainda é correto dizer que sim, com mais Indústrias Criativas no Porto Digital esse indicador demonstrou uma queda em relação com anos anteriores.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As Indústrias Criativas são empresas em que seus negócios são baseados na criatividade humana e a propriedade intelectual é o produto principal dessas empresas. Investigar seu crescimento e identificar como se manifestam esses modelos de negócios foi importante para a realização desta pesquisa. O fato do Recife possuir um Parque Tecnológico que também é voltado a embarcar empresas criativas, foi um dos impulsionadores para a realização do trabalho.

Além da pesquisa sobre as empresas, buscou-se uma investigação preliminar sobre a saúde financeira do Porto Digital, para tal foram coletados documentos contábeis/financeiros disponibilizados no site oficial do Parque Tecnológico. Com esses materiais foram feitos levantamentos e analisados dois indicadores financeiros com intuito de apontar a evolução do Porto Digital com o passar dos anos. Juntamente com os dados sobre as empresas embarcadas no Parque, foram feitas análises para a verificação da existência de relação da saúde financeira do Porto Digital em comparação com o surgimento das empresas de Indústrias Criativas ali embarcadas. Deste modo observou-se que houve um aumento de mais de 200% no patrimônio social do Porto Digital em comparação com o número de empresas embarcadas da Economia Criativa no Parque Tecnológico. Apontando com isso que à medida que o número de empresas crescia o patrimônio social do Porto Digital seguia na mesma evolução. Outro indicador levantado foi o de grau de endividamento, relacionando este indicador ao número de empresas,

verificamos que houve diminuições, apesar de em alguns anos não ter ocorrido com a mesma frequência que em outros.

A partir das análises demonstradas anteriormente, foi possível verificar que as Indústrias Criativas trouxeram crescimento ao Porto Digital ao mesmo tempo em que foram surgindo no Parque Tecnológico. Os aspectos financeiros foram utilizados para demonstrar que sim, as Indústrias Criativas contribuíram positivamente para o crescimento do Porto Digital. Assim, esse trabalho espera contribuir para estudos futuros no que concerne o desenvolvimento das Indústrias Criativas e também a importância dos Parques Tecnológicos no ambiente de desenvolvimento local das cidades.

## REFERÊNCIAS

- BARCELLOS, Ekaterina Emmanuil Iglesias; BOTURA, Galdero Jr; RAMIREZ, Claudia Marcela Sanz. A Economia Criativa no Ambiente dos Parques e Incubadoras. XXV CONFERÊNCIA DA AMPROTEC DE EMPREENDEDORISMO E AMBIENTES DE INOVAÇÃO, 2015, Cuiabá, p.1-18.
- BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades. *Rae*, São Paulo, v. 49, n. 1, p.10-18, mar. 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
- DCMS (Department for culture, media and sport). Creative industries mapping document. Disponível em:  
[http://www.culture.gov.uk/Reference\\_library/Publications/archive\\_2001/ci\\_mapping\\_doc\\_2001.htm](http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm). Acessado em outubro de 2017.
- FERREIRA, Gabriela Cardozo; SORIA, Alessandra Freitas; CLOSS, Lisiane. Gestão da interação Universidade-Empresa: o caso PUCRS. *Revista Sociedade e Estado*, São Paulo, v. 27, n. 1, p.79-94, abr. 2012.
- FERREIRA, Laércio de Matos. **A inovação tecnológica e as dinâmicas locais**: Estudo comparativo de APLs de software no nordeste do Brasil. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008.
- FLORIDA, Richard. A ascensão da classe criativa – e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade do cotidiano. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.
- HANSON, Dennis. Indústrias Criativas. *Sistemas & Gestão*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p.222-238, nov. 2012.
- HOWKINS, John. **Economia Criativa**: como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M.Books, 2013.

---

JAMBEIRO, Othon; FERREIRA, Fábio. Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia:: Contribuições da Economia Política da Comunicação. *Revista Comunicação Midiática*, Salvador, v. 7, n. 3, p.178-194, dez. 2012.

JOHNSON, Steven. De onde vêm as boas ideias. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

JONES, Charles. Introdução à teoria do crescimento econômico. Editora Campus, 1a edição edition, 2000.

LAIMER, Claudionor Guedes. **A COOPERAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADE, EMPRESA E GOVERNO NA PROMOÇÃO DE AMBIENTES DE INOVAÇÃO: UM ESTUDO EM PARQUES TECNOLÓGICOS NO BRASIL E EM PORTUGAL**. 2013. 182 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós Graduação Administração, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2013.

MOUCHIROUD, C. e LUBART, T. Social creativity: A cross-sectional study of 6-to 11-yearold children. *Int. J. Behav. Develop.*, p.60-69, 2002.

REIS, Ana Carla Fonseca et al (Org.). *Cidades Criativas - Perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions, 2011. 176 p.

RIBEIRO, Ana Cristina Silva; ANDRADE, Emmanuel Paiva. Modelo de Gestão para Incubadora de empresas sob perspectiva de metodologias... *Organização & Estratégia*, v.4, n.1, p.71-90, jan/abr de 2008.

RIPPER FILHO, J. E. Dinâmica da interação universidade-empresa. *Educação & Sociedade*, v.13, n.41, 1992, p.117-125.

UNCTAD. Relatório da Economia Criativa 2010. Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. 2010. Disponível em <[http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103\\_pt.pdf](http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf)>. Acesso em 11 jul.2018.

UNESCO. Understanding creative industries: cultural statistics for public-policy making. Disponível em: <[www.unesco.org.br](http://www.unesco.org.br)> Acesso em 05 de Out. 2017.