

ECONOMIA CRIATIVA COMO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL

ALUNO: JEFERSON RODRIGUES VARGAS

ORIENTADOR: TATIANE LOPES DUARTE

RESUMO

Este artigo tem como objetivo verificar a característica do setor da economia criativa em Sant'Ana do Livramento. O artigo apresenta a Economia criativa, sua importância, segmentos e a característica da cidade de Santana do Livramento (RS), com o trabalho relacionado a este tipo de economia. O referencial teórico está pautado em economia criativa, cidade criativa, desenvolvimento, conceitos, histórico de como surgiu, para assim entender melhor a pesquisa estudada. Demonstra como a economia criativa usada como ferramenta de ajuda ao desenvolvimento local é vista, percebida e trabalhada na cidade pelos cidadãos e pelos órgãos locais responsáveis pela fomentação e divulgação da economia criativa em Santana do Livramento. É possível entender o nível de envolvimento dos santanenses com o investimento em economia criativa, que é um método com características para a economia local e influência aos setores de maior representatividade no crescimento econômico e das pessoas que podem fazer parte desse grupo com diversas formas de colaboração. Dados estes recolhidos através de entrevistas com representantes da Secretaria da Cultura de Santana do Livramento, do SEBRAE local e de instituições que estão inseridas no conceito de economia criativa com o objetivo geral de verificar as características da economia criativa na cidade de Sant'Ana do Livramento. E a conclusão a que se chegou, foi a de que, apesar da falta de divulgação, a Economia Criativa é praticada na Cidade, gerando renda para os colaboradores dos empreendimentos envolvidas e que as características verificadas vão ao encontro ao conceito de Gardner, pois, estão em sua maioria no artesanato, no esporte e na prática social.

PALAVRAS-CHAVE: Economia criativa, Desenvolvimento Econômico, Poder Público.

ABSTRACT

This article aims to verify the characteristic of the creative economy sector in Sant'Ana do Livramento. The article presents the Creative Economy, its importance, segments and the characteristic of the city of Santana do Livramento (RS), with work related to this Type of economy. The theoretical reference is based on creative economics, creative city, development, concepts, history of how it arose, to better understand the research studied. It shows how the creative economy used as a tool to help local development is seen, perceived and worked on in the city by the citizens and local bodies responsible for fostering and spreading the creative economy in Santana do Livramento. It is possible to understand the level of involvement of the Sanctians with the investment in creative economy, which is a method with characteristics for the local economy and influence to the sectors of greater representativeness in the economic growth and of the people that can be part of this group with diverse forms of collaboration. These data were collected through interviews with representatives of the Secretariat of Culture of Santana do Livramento, the local SEBRAE and institutions that are part of the concept of creative economy with the general objective of verifying the characteristics of the creative economy in the city that, according to Gardner, 2003, It is an immaterial, subjective and intangible creativity. And the conclusion reached was that, despite the lack of publicity, the Creative Economy is practiced in the City, generating

income for the employees of the enterprises involved and that the characteristics verified comes against the Gardner concept, Are mostly in crafts, sports and social practice.

KEY WORDS: Creative Economy, Economic Development, Public Power.

1 INTRODUÇÃO

A Economia Criativa é uma forma de desenvolvimento econômico recente no Brasil, cujos setores de exploração são intelectuais e culturais em sua maioria.

No Brasil, as estimativas apontam a participação da cadeia criativa no PIB brasileiro em 2006 de cerca de 20%, equivalente a RS 381,3 bilhões, impulsionados, principalmente, pelos segmentos de arquitetura e moda (FIRJAN, 2008).

O Universo escolhido para essa pesquisa é a da cidade de Santana do Livramento, pois, através da Economia Criativa é possível a geração de renda para o Município e para todos os envolvidos, direta ou indiretamente, além, de permitir que talentos e ideias sejam colocados à disposição em prol da cidade.

A justificativa da pesquisa se dá pela necessidade de apresentar à comunidade uma ferramenta capaz de permitir que haja um impulso no desenvolvimento local, visto que, as fontes de renda do município são, basicamente, o comércio, com 2198 unidades, em 2010, e 1618, em 2014, simultaneamente a indústria de transformação, atuando em sua maioria com alimentos e bebidas, contando com 143 unidades, em 2010, e 130, em 2014, frequentemente seguidos por alojamento e alimentação com 146, em 2010, e 141 em 2014, posteriormente, segue o transporte com 120, em 2010 e 131, em 2014 e, por fim a pecuária e a agricultura, com 36, em 2010, e 35, em 2014 (IBGE, 2015). Não, havendo investimento do setor industrial em grande escala, torna-se imprescindível a demonstração da importância da Economia Criativa e sua grande área de atuação, divididas em artes, cultura, esporte e recreação. Ela atua também no campo intelectual e artesanal, por exemplo, e tem a capacidade de envolver a Gestão Pública e a comunidade em geral com um objetivo comum: o desenvolvimento humano e econômico.

O objetivo geral da pesquisa foi verificar as características da Economia criativa em Santana do Livramento, e, os objetivos específicos, são identificar os empreendimentos alicerçados no setor da economia criativa em Sant'Ana do Livramento; caracterizar os empreendimentos de acordo com as áreas encontradas na economia criativa, e, analisar a influência da economia criativa para o desenvolvimento regional do Município de Sant'Ana do Livramento e, para isso foram feitas pesquisas bibliográficas e de campo, onde foram entrevistados representantes do SEBRAE e da Secretaria da Cultura de Santana do Livramento, além da ASSANDEF- Associação Santanense de Deficientes Físicos, Associação Tribo da Arte, Casa do Artesão e Casa Economia Solidária, que responderam questões sobre área de atuação, interesse do Poder Público e iniciativa privada, dados do Município sobre a Economia Criativa, entre outras.

Este artigo está estruturado com referencial teórico, sobre economia criativa, na apresentação da pesquisa, na análise dos dados e resultados e considerações finais adquiridos após a realização das entrevistas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Visando compreender a questão em pauta, é preciso antes de tudo compreender alguns conceitos teóricos básicos, expostos a seguir. Com base em tudo que foi entendido e estudado

para a conclusão deste artigo e a melhor avaliação dos dados adquiridos pelas entrevistas realizadas nos empreendimentos, apresenta-se abaixo a conceituação teórica de diversos autores da área de economia criativa, cidade criativa e desenvolvimento.

2.1 ECONOMIA CRIATIVA

A criatividade é imaterial, subjetiva e intangível, e, ao capital, não interessa qualquer criatividade, mas apenas aquela considerada no contexto socioeconômico, capaz de resolver problemas relevantes ou criar o novo (GARDNER, 2003) e, juntamente com a diversidade passam a ser vistas e re-significadas, a partir da “descoberta”, principalmente por parte de economistas, como propulsoras do desenvolvimento e do crescimento.

Assim, cidades criativas, classe criativa, economia criativa e indústrias criativas refletem esse momento em que há a difusão da crença na importância da inovação como motor essencial do desenvolvimento social e econômico, diretamente relacionada com a satisfação das sociedades, grupos e indivíduos nessa emergente economia global baseada no conhecimento. (BOLAÑO, 2011).

O conceito de Economia Criativa originou-se da designação de Indústrias Criativas, iniciada em países industrializados, a partir dos anos 1990, para caracterizar os setores em que a criatividade é um elemento essencial do negócio (MONTAG; MAERTZ; BAUER, 2012). Para Barbosa (2011), a economia criativa é o espaço de reencontro entre a lógica da necessidade da economia e da liberdade típica da criatividade cultura. Foi concebida como o novo modelo de desenvolvimento proposto pela Organização das Nações Unidas por englobar a criatividade, cultura, economia e tecnologia em um mundo contemporâneo dominado por imagens, sons, textos e símbolos e é considerado como um dos setores mais dinâmicos da nova economia mundial (UNCTAD, 2010). Compreendendo setores e processos cujo insumo principal é a criatividade para “gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico” (REIS, 2008, p. 24).

O termo economia criativa foi criado para nomear modelos de negócio ou gestão que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos com vistas à geração de trabalho e renda (SEBRAE, 2013). Sua origem é atribuída a um artigo do jornalista Peter Coy, publicado pela revista *Businessweek*, em 2000, no qual o autor destacava o papel das empresas, especialmente dos grandes conglomerados, na nova economia baseada no conhecimento que estaria se formando (Howkins, 2001). Já o conceito surgiu inicialmente na Austrália, no início década de 1990, porém, foi na Inglaterra que ele ganhou maior impulso (BLYTHE, 2001).

A economia criativa constitui um campo de pesquisa ainda em consolidação e, apesar das críticas sobre as lacunas conceituais e sobre os riscos da conversão dos bens simbólicos em mercado Bustamante (2013), é alvo de inúmeras publicações otimistas ao redor do mundo, inclusive da UNESCO, que já dedicou ao tema três relatórios distintos (UNESCO, 2013). O último desses enfoca recomendações para a construção do desenvolvimento local a partir dos setores criativos, que englobam. Segundo Costa e Souza-santos (2011, p.4), patrimônio cultural; artes; mídia; e ainda "design (interiores, gráficas, moda); novas mídias (arquitetura, cultura e entretenimento, pesquisa e desenvolvimento); e serviços criativos e correlatos". Atua como elemento articulador da criatividade, tecnologia e inovação, onde a criatividade é a força motriz e a tecnologia da informação, sua principal infraestrutura (NICOLACI-DA-COSTA, 2011).

A Economia criativa não é necessariamente sustentável, muito embora, os recursos criativos sejam renováveis e sustentáveis, já que a criatividade se propaga com o uso, ao contrário de ativos finitos da economia (REIS, 2006). Ainda segundo a autora uma tendência

à valorização econômica da intangibilidade cultural, tendo em vista que a singularidade da cultura de um povo confere valor agregado aos seus produtos criativos (música, audiovisual, moda, design, games, literatura) e proporciona uma vantagem competitiva inimitável (REIS, 2008).

De forma abrangente, a economia criativa surge designando o conjunto de empresas que têm na arte, na cultura, na criatividade, no saber vivo e diário e na cotidianidade o seu processo produtivo e seu produto final, simultaneamente. Esta economia desenvolve-se no contexto imaterial do trabalho, em que a sociedade adapta-se a uma economia da informação, do conhecimento e do aprendizado, em que as habilidades cognitivas e comunicacionais, ou seja, recursos imateriais emergem como novos fatores de produção e impõem a revisão de estratégias empresariais, dinâmicas organizacionais e modelos de negócios até então vigentes (PIRES; ALBAGLI, 2012).

A abordagem da UNCTAD (2010), para a indústria criativa se fundamenta no conceito da criatividade como componente simbólico para gerar produtos e serviços, com uma forte dependência da propriedade intelectual e para um mercado tão amplo quanto possível.

A UNCAT (2010) coloca a economia criativa como forma de impulsionar o crescimento econômico e representar uma alternativa para o desenvolvimento, especialmente por ter como matéria prima base a criatividade, e poder utilizar características culturais e sociais de cada país/região como vantagens no desenvolvimento, e produção de bens e serviços únicos.

Na visão de Howkins (2001), cada forma de proteção da propriedade intelectual corresponde a uma indústria criativa. Assim, sua definição de economia criativa inclui a publicidade, a arquitetura, as artes, o artesanato, o desenho industrial e gráfico, a moda, a indústria cinematográfica, a música, as artes performáticas, o mercado editorial, as atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), software, brinquedos, jogos eletrônicos e videogames, a televisão e o rádio (HOWKINS, 2001, p. 88-117).

Segundo David Throsby (2001), além de envolverem necessariamente a criatividade em alguma etapa de sua produção e gerarem propriedade intelectual, as atividades econômicas culturais também se caracterizariam por serem dotadas de forte conteúdo simbólico. A UNESCO acompanha os dados relacionados à economia criativa, desde 2008, e se pronuncia em relação ao tema dizendo que esta economia é um ato criativo gerador de valor simbólico, além de ser elemento central de formação de preço que resulta em produção de riqueza cultural e econômica e que aqueles que se relacionam com esse método são impactados diretamente por este, por meio de serviços turísticos, esportivos, de lazer e de entretenimento.

A UNESCO (2008) ainda denomina os setores transversais aos citados; são eles: setor do patrimônio imaterial, considerado patrimonial por ser transmitido por gerações; e, vivo, por ser transformado, recriado e ampliado pelas comunidades e sociedades em suas interações e práticas sociais; culturais, com o meio ambiente e com sua própria história, além dos setores de educação e capacitação.

Estimativas realizadas pela FUNDAP indicam que a economia criativa responde por quase 2% do trabalho formal no Brasil (Fundação para o Desenvolvimento Administrativo [FUNDAP], 2012).

Dados da Rais (2006) apontam que o Estado do Rio de Janeiro é o que está mais envolvido com a economia criativa, sendo isso evidenciado através de dados comprovados pelo aumento da média de salário que em geral é de R\$ 1.170,00 dos trabalhadores formais para uma média de R\$ 1.666, 00, dos que atuam na economia criativa, ou seja, 42% acima dos outros, demonstrando a eficácia de se fazer uso de uma economia criativa. Já os dados relacionados a regiões específicas ainda carecem de maior dedicação e controle.

Mesmo que o conceito de economia criativa seja novo, investigar as atividades locais que possam ser inseridas no conceito, se torna imprescindível para o desenvolvimento da cidade e região, para que, então, seja possível ser reconhecida como uma cidade criativa.

2.1.1 Cidade Criativa

Relacionado ao reposicionamento das indústrias culturais e à sua revitalização no contexto de desenvolvimento urbano da Inglaterra, surge o conceito de cidade criativa (COMUNIAN, 2011). Segundo REIS (2006), cidade criativa é uma cidade em permanente estado de inovação, entre público e privado, entre local e global, entre economia, cultura e demais áreas, por sua contribuição simbólica, por seu impacto econômico setorial, pela agregação de valor que oferece a setores não culturais da economia e pela formação de um ambiente mais aberto à inovação.

De acordo com Comunian (2011), o conceito inicial de Cidade Criativa foi formulado por Landry e Bianchini (1995), relacionado ao reposicionamento das Indústrias Culturais e a sua revitalização no contexto de desenvolvimento urbano da Inglaterra, entre o fim dos anos 1980 e o início dos anos 1990. Seu foco, até o final dos anos 1990, estava no aprimoramento da cidade, com ênfase em potenciais retornos econômicos obtidos através de atividades e intervenções culturais.

Segundo Falcão (2008), o desenvolvimento do artesanato, além de ser uma manifestação cultural, contribui para o desenvolvimento de pequenos municípios, pois, é concebida na literatura como regime de trabalho que reúne diferentes técnicas manuais de produção. Embora a história assinala a presença de objetos a mão em todas as épocas e nas mais variadas culturas, desde a atividade de polir a pedra, fabricar a cerâmica e tecer fibras de vegetais, apenas recentemente o artesanato passou a ser assim nomeado (MARTINS, 1973).

Como categoria profissional, os músicos eruditos caracterizam-se por manifestarem em sua prática laboral elementos como originalidade, singularidade, criatividade e expressividade. Estes traços em grande medida encontram-se presentes, por exemplo, na ação do regente, que de acordo com Lago Jr (2002, p. 136) ele (regente) será o artista, o administrador, o empreendedor, o pensador, o educador, o disciplinador e o guardião das tradições da música orquestral sob todas as suas formas e gêneros.

O interesse despertado pelo reconhecimento, por setores mais amplos da sociedade, de uma economia baseada no conhecimento, tem permitido alguns avanços do ponto de vista das agendas governamentais. O fato da arte e a cultura terem sido alçadas ao núcleo da economia criativa lhes traz uma visibilidade interessante, não só para aqueles que estão fora do campo, mas alteram o olhar e a postura de seus componentes intrínsecos, artistas de todas as expressões e produtores culturais, mais habituados a dialogar e intercambiar experiências com seus próprios pares (BOTELHO, 2002).

As expressões “indústrias criativas” e “economia criativa” são relativamente recentes, pois constituem produtos da “terceira revolução industrial” relacionados diretamente ao paradigma de produção da sociedade contemporânea baseada na era pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento, da informação e aprendizado (MIGUEZ, 2007). Ou seja, estão acompanhando o constante processo de crescimento econômico atual e transportando a economia para uma nova forma de desenvolvimento humano, não apenas econômico, pois requer busca pelo entendimento e aperfeiçoamento no que se quer desenvolver.

2.2 DESENVOLVIMENTO

O Desenvolvimento Humano foi definido como um processo de expansão das escolhas dos indivíduos, em outras palavras, funcionamentos e capacidades para funcionar, tudo aquilo que a pessoa pode fazer e ser na sua vida (SEN, 2000).

Já Furtado (2000:8), diz que o desenvolvimento deve ser entendido como processo de transformação da sociedade não só em relação aos meios, mas também aos fins.

Veiga (2006, p.24) defende que o ponto central das discussões acerca do desenvolvimento sejam as pessoas e não a renda, a riqueza, a acumulação de capital, nem o progresso técnico, pois elas constituiriam aquilo que se pode denominar de “riqueza das nações”.

Em consequência, pode-se perceber que o direito ao desenvolvimento é mais amplo do que o direito ao crescimento econômico, configurando-se num direito que busca viabilizar a expansão das liberdades reais (SEN, 2000). Contudo, cita este autor que o desenvolvimento de uma comunidade deve referir-se às liberdades substantivas inerentes a capacidades humanas elementares, tais como a capacidade de evitar a fome, de saber ler, de gozar de liberdade política.

Na vida social nada é mais indicativo de canalização de forças criadoras para os fins do que a existência de atividade política” e, esta, sendo essencial ao desenvolvimento “se manifesta quando a percepção dos obstáculos a superar, adiciona-se um forte ingrediente de vontade coletiva (FURTADO, 2002, p. 32-33)

Já Buarque (2002, p.30) assevera que “o desenvolvimento local depende da capacidade de os atores e a sociedade local estruturarem-se e mobilizarem-se, com base nas suas potencialidades e na sua matriz cultural, para definir e explorar suas prioridades e especificidades”.

A respeito da relação do desenvolvimento local e regional e a acumulação de capital, salienta-se que as regiões necessitam de uma capacidade inovadora fomentada por redes, as quais “se encontram articuladas e caracterizadas pelo consumo de novas tecnologias, de flexibilidade na gestão, organização de produção e da densidade das instituições regulatórias” proporcionadas pelo Estado (PIFFER; ALVES, 2009, p. 144).

Dallabrida e Becker (2008, p. 179), escrevem que desenvolvimento regional é um processo de territorialização que contempla a dimensão de reterritorialização capaz de: estimular as potencialidades para a superação de desafios locais; privilegiar a dimensão da exclusividade; eliminar privações ou não liberdades; promover os atores regionais à condição de sujeitos; envolver os territorializados, os que estão em processo de desterritorialização e os já desterritorializados.

Boisier (1999) define que o desenvolvimento territorial é como um jogo do qual participam dois jogadores, o Estado e a Região (que é simplesmente um território organizado, que contém seu próprio potencial endógeno de desenvolvimento). Já, Costa (2001), afirma que o conceito de desenvolvimento local deve estar associado a um processo de crescimento econômico de natureza endógena, no qual os fatores locais de tipo produtivo, social e cultural são decisivos.

Por sua vez, Camagni (1991) inclui as dimensões econômica e social em sua definição: a abordagem territorial é o espaço econômico que se transforma em espaço relacional, campo das interações sociais, das sinergias interpessoais e da ação coletiva, determinando a capacidade de inovação e o sucesso econômico das áreas locais específicas.

Llorens (2001, p. 112) complementa as ideias anteriores: “ao fazermos referência a um território, incluímos tanto os gestores públicos locais e regionais como os atores empresariais privados e da sociedade civil”.

Com relação aos trabalhos que abordam a temática, desenvolvimento regional, STORPER (1997, p. 5-6) aponta quatro pontos que considera que permanecem indiscutíveis:

a) Em uma região é possível que várias formas de organização possam ser eficientes e coexistir em um mesmo setor; b) A escola da produção flexível identificou que flexibilidade e especialização são alternativas fundamentais para a produção em massa; c) Algumas das forças mais dinâmicas no desenvolvimento capitalista contemporâneo – especialmente as formas avançadas de aprendizagem tecnológica – são localizadas e específicas para cada território; d) Os textos-chave dessa escola enfatizam que as redes, adequadamente institucionalizadas, são essenciais para a adaptação permanente de uma economia regional em face da incerteza (de mercado, tecnológica e outras).

Cada região ou cidade possui características próprias no que tange ao seu desenvolvimento econômico criativo. Características estas que devem ser estudadas e exploradas de forma a garantir o sucesso do investimento na economia criativa ou, ao menos, minimizar as dificuldades que possam se apresentar.

2.3 POLÍTICAS PARA O DESENVOLVIMENTO CRIATIVO

Segundo o Ministério da Integração Nacional (2011), o Brasil nos últimos anos tem promovido o PNDR (Plano Nacional de Desenvolvimento Regional), cujos objetivos Geral e Específicos são, em uma abordagem geral: reduzir as desigualdades regionais e ativar os potenciais de desenvolvimento de cada região do País oferecendo as condições necessárias para o aproveitamento das oportunidades econômico-produtivas através da capacitação de recursos humanos e fortalecimento das organizações socioprodutivas regionais.

Como se pode observar, o incentivo cultural está elencado nos objetivos de incentivo ao desenvolvimento regional de nosso País, o que vai ao encontro da ideia principal: iniciativa criativa regional. Mas dispor de recursos para investir está longe de ser condição suficiente para preparar um melhor futuro para a massa da população. Mas quando o projeto social prioriza a efetiva melhoria das condições de vida dessa população, o crescimento se metamorfoseia em desenvolvimento e torna-se viável o alcance de metas e objetivos (FURTADO, 2000).

A economia criativa abrange diversos setores chamados criativos. Entre eles estão: a música, o teatro e o museu, pintura, livros, moda. (PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA, 2014). Podendo-se demonstrar através do seguinte quadro elaborado pela UNESCO 2009, para relacionar o setor da economia criativa:

FIGURA 1 - Escopo dos Setores Criativos – UNESCO (2009)

Setores Criativos Nucleares		
A. Patrimônio Natural e Cultural	B. Espetáculo e Celebrações	C. Artes visuais E Artesanato
D. Livros e Periódicos	F. Design e Serviços Criativos	E. Audiovisual e Mídias Interativas
Setores Criativos relacionados		
G. Turismo		
Roteiro de viagens e serviços turísticos		
Serviços de hospitalidade		
H. Esporte e lazer		
Esportes		
Preparação física e bem estar		
Parques temáticos e de diversão		
Patrimônio imaterial		
(Expressões e tradições orais, rituais, línguas e práticas sociais)		
Educação e Capacitação		
Registro, memória e preservação.		
Equipamentos e materiais de apoio		

Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa, 2011, p. 27.

De acordo com o Plano da Secretária da Economia Criativa como se observa na figura 1, todas as áreas são importantes e algumas se interligam, mas também é possível observar que todas elas podem ser exploradas pela iniciativa privada ou pública.

Os conceitos e matérias citados evidenciam a importância de haver o desenvolvimento de todas as formas e em todas as áreas, e que, o desenvolvimento através da economia criativa é um método de fazer uma região encontrar ou ampliar seu potencial material e intelectual.

Desta forma, se faz necessária a investigação sobre os empreendimentos que utilizam a economia criativa como estratégia de crescimento e desenvolvimento na cidade de Sant'Ana do Livramento, bem como as características dos segmentos envolvidos e sua participação no desenvolvimento econômico local, para usar os registros como ferramenta de incentivo à aplicação da economia criativa como fonte de recursos para os empreendedores locais, comunidade em geral e governantes do Município. Para isso foi feita uma pesquisa que abrangeu setores de diferentes categorias.

3 MÉTODO

Neste capítulo apresentam-se os aspectos metodológicos utilizados neste estudo, inicialmente está o tipo de pesquisa, a população e amostra, as técnicas de coleta de dados e por último a técnica de análise de dados.

A pesquisa foi exploratória e descritiva. Segundo Gil (2002), com a aplicação da pesquisa exploratória é possível aprimorar as ideias do problema, pois utilizando esse tipo de pesquisa o tema torna-se mais específico.

Segundo Flick (2009), a pesquisa qualitativa possui grande importância no estudo das relações sociais com base no aumento das camadas de vida, a pesquisa qualitativa leva ao esclarecimento da questão levantada no problema.

Na cidade de Santana do Livramento, a pesquisa contou com seis entrevistas, com os profissionais com conhecimento e/ou envolvimento com a economia criativa. As entrevistas foram aplicadas pelo pesquisador através de visitas nos setores envolvidos.

Os dados obtidos junto aos empreendimentos entrevistados foram coletados, inicialmente, através de uma pesquisa sobre quais os setores estavam inseridas no conceito de Economia Criativa. Após essa pesquisa, foram elaborados roteiro de entrevistas que abordaram questões que puderam elucidar o nível de envolvimento dos empreendimentos pesquisadas com a Economia criativa. Para isso, o representante do SEBRAE e da Secretaria da Cultura Esporte e Lazer mapearam e disponibilizaram nomes de empreendimentos relacionados com a economia criativa.

A coleta dos dados foi realizada por meio de entrevistas, feitas presencialmente nas empresas abordadas, com seus respectivos representantes, que responderam a perguntas abertas. Foram confeccionados três roteiro de entrevistas distintos. O primeiro roteiro de entrevista para o SEBRAE, o segundo para a Secretaria da Cultura Esporte e Lazer, sendo que, estes, tiveram o objetivo de oferecer o mapeamento para chegar aos demais setores abordados, além, de responderem a questões sobre conhecimento e reconhecimento da economia criativa na cidade e sua contribuição no desenvolvimento local; e, com um terceiro roteiro de entrevista, executado para os demais empreendedores com atividades reconhecidas como economia criativa, objetivando reconhecer em qual setor da economia criativa estão inseridos. As entrevistas tiveram uma duração entre 8 e 15 minutos cada, a fim de obter respostas o mais próximo do real possível. Para Marconi e Lakatos (2009) a coleta de dados é uma etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos que foram previamente pensados e elaborados e do uso de técnicas que foram escolhidas como ideias para a pesquisa, com o objetivo de coletar os dados necessários.

O processo de análise de dados, segundo Gil (2010), tem o objetivo de organizá-los de forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema previamente proposto para investigação.

Os dados desta pesquisa foram analisados por meio de análise interpretativa, que, segundo Severino (2007), é tomar uma posição própria a respeito de ideias enunciadas, é superar a estrita mensagem do texto, é ler na entrelinha, é forçar o autor a um diálogo, é explorar a fecundidade das ideias expostas, é coletá-las com outros, é dialogar com o autor.

Os entrevistados foram identificados conforme quadro seguinte:

Quadro 1 – Identificação dos entrevistados na pesquisa

ENTREVISTADO	CARGO
E1	Gestor de projetos do SEBRAE
E2	Secretária Municipal de Cultura, Esporte e Lazer
E3	Presidente da ASSANDEF
E4	Diretora Associação Tribo de Arte
E5	Coordenadora da Casa Solidária
E6	Assistente administrativo da Casa do Artesão

4 RESULTADOS

Os dados obtidos na pesquisa estão demonstrados através do perfil das instituições verificadas e de seus representantes, além da comparação entre os dados adquiridos sobre empresas do setor da economia criativa em Sant'Ana do Livramento e os dados fornecidos pela UNESCO (2009), sobre os setores reconhecidos como economia criativa no mundo.

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

No quadro 2 está apresentado o perfil das instituições entrevistadas bem como de seus respectivos representantes.

Quadro 2- Perfil das instituições e seus representantes

Instituição	Segmento	Profissão do Representante da Instituição	Grau de instrução
ASSANDEF (Associação Santanense dos Deficientes Físicos)	Assistencialismo ONG	Administrador de Empresa	Superior
Associação Tribo de Arte	Artesanato ONG	Diretora	Superior
Casa do Artesão	Artesanato ONG	Assistente Administrativo	Superior
Casa da Economia Solidária	Escola de Culinária - iniciativa privada	Coordenadora	Superior
Secretaria Municipal da Cultura, Esporte e Lazer	Apoio à Economia criativa - Setor Público	Funcionaria pública Municipal	Superior
SEBRAE Região da Campanha e Fronteira Oeste	Apoio à iniciativa privada - serviço social autônomo	Gestor de projetos SEBRAE	Especialista

Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

É possível verificar que as empresas estão divididas em áreas diferentes da economia criativa. O artesanato está representado em maior quantidade através de ONGs.

O Setor Público também encontra-se envolvido com as empresas reacionadas, assim como a iniciativa privada também procura e recebe apoio dentro das próprias instituições que desenvolvem a economia criativa no município.

4.2 RELAÇÃO ENTRE AS EMPRESAS PESQUISADAS E OS SETORES DA ECONOMIA CRIATIVA

O próximo quadro apresenta um comparativo entre o quadro disponibilizado pela UNESCO (2009) (página 7), onde estão citadas as áreas de cada setor da economia criativa, com os dados obtidos com a pesquisa.

Quadro 3 – Relação entre dados pesquisa e dados da UNESCO (2009)

SETOR	Segmento do Setor	SETORES de S. LIVRAMENTO	Segmento da Empresa/ Serviço que presta
CRIATIVO NUCLEAR	A. Patrimônio natural e cultural		
	B. Espetáculos e celebrações	Sec. Mun. Da Cultura Esporte e Lazer	Teatros e festivais
	C. Artes Visuais e Artesanato	Associação Tribo da Arte	Artesanato em telas

		Casa do Artesão	Artesanato em geral
		Casa Economia Solidária	Culinária
	D. Livros e periódicos	Sec. Mun. da Cultura, Esporte e Lazer	Feira anual do livro
	E. Áudio Visual e mídias interativas		
	F. Design e serviços criativos	Casa Economia Solidária	Culinária
	G. Turismo		
CRIATIVO RELACIONADO	H. Esporte e Lazer	Sec. Mun. Da Cult., Esp. E Lazer	Esporte e Lazer
PATRIMÔNIO IMATERIAL		ASSANDEF	Prática social
EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO	E	Associação Tribo da Arte	Escola de pintura
		SEBRAE	Capacitação
REGISTRO, MEMÓRIA E PRESERVAÇÃO		Secretaria Municipal da Cultura Esporte e Lazer	Registro de dados, conservação do patrimônio histórico do Município
EQUIPAMENTOS E MATERIAL DE APOIO	E	ASSANDEF	Cadeiras de rodas adaptadas para a prática de basquete em cadeira de rodas

Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

A pesquisa ofereceu dados que permitiram fazer uma relação entre os setores reconhecidos como da economia criativa pela UNESCO (2009) e os setores encontrados em Sant'Ana do Livramento que possuem atividades afins. Cada setor teve seu nome e atividade encaixada em um ou mais setores da economia criativa, demonstrando que, esta, é uma ferramenta capaz de atingir diversos setores sem perder suas características.

4.3 ANÁLISE DO DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA EM LIVRAMENTO

Neste capítulo será abordado a análise do desenvolvimento da economia criativa em Sant'Ana do Livramento, inicialmente apresentando os principais relatos dos entrevistados.

Foram entrevistados representantes das instituições que responderam as perguntas dos roteiros de entrevista através de entrevistas com dia e hora devidamente marcados. Eles foram perguntados sobre o conceito de economia criativa, segundo sua percepção; também sobre os segmentos dos empreendimentos por eles representadas e há quanto tempo estão no mercado. Também lhes foi perguntado se são formalizados, se possuem fim lucrativo ou de onde provêm os recursos, e ainda se possuem apoio do Poder Público, o número de colaboradores e ainda em comparação ao quadro que lhes foi apresentado sobre setores criativos, fornecido pela UNESCO, em qual ou quais desses se viam-se inseridos.

Os relatos dos setores entrevistados evidenciaram que a economia criativa é uma ferramenta muito nova, pois, os setores ativos da economia criativa na cidade, ou seja, aquelas que atuam com oferecimento de produtos ou serviços, por exemplo, estão atuando entre 5 (cinco) e 27 (vinte e sete anos), sendo este último dado oferecido pelo presidente da ASSANDEF:

[...] a Associação está no segmento da assistência Social, há 27 (vinte e sete) anos. – (entrevistado E3).

Também foi possível verificar que o artesanato é a área que mais atrai e impulsiona a economia criativa, pois, um dos setores, a Casa do Artesão, conta com 30 (trinta) colaboradores internos e, aproximadamente 500(quinhentos) externos, que colaboram tanto com matéria-prima quanto com a venda dos produtos, que ajudam a manter o setor funcionando e ainda ajuda no sustento das famílias dos colaboradores. Este setor também destaca-se por ser a única a reconhecer que recebe ajuda do Poder Público:

“Possuímos vínculo com o Poder Público através da Fundação Gaúcha de Trabalho e Assistência Social (FGTAS).” - (entrevistado E6).

Segundo o entrevistado, o sucesso do setor se dá por esse vínculo, pois, os artesãos, até nota fiscal, querendo, podem emitir, e, de acordo com o site da FGTAS, o Programa Gaúcho do Artesanato, programa da fundação, tem por missão incentivar a profissionalização dos trabalhadores que produzem artesanato e fomentar a atividade artesanal com políticas de formação, qualificação e orientação ao artesão. Busca também a qualidade do produto artesanal e a abertura de espaços para a comercialização da produção artesanal.

Outra setor que recebe ajuda do Poder Público, mas não se considera com vínculo é a Casa Economia Solidária, pois, apesar de receber o prédio, luz e água cedidos pelo Município, diz estar muito aquém do necessário a ajuda que lhes é oferecida.

[...]porém, o Município deixa a desejar quando não oferece, por diversas vezes, a iluminação de lugares onde há exposição à noite.” - (entrevistado E4).

Já o poder Público, representado pela Secretaria da Cultura, Esporte e Lazer do Município, através de sua representante legal, a secretária da Cultura do Município, diz estar participando através de eventos oferecidos à comunidade durante o ano, em datas como festas de final de ano e aniversário da cidade, onde fomenta a participação dos empresários através de doações e serviços, para atrair pessoas que possuam talentos e possam mostrar em apresentações e prática de esportes, como o *skatismo*, por exemplo.

Outro importante setor, a participar da pesquisa foi o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micros e Pequenas Empresas. Esta instituição é uma parceira da economia criativa, pois, esclarece dúvidas e incentiva os empreendedores a praticar a economia criativa. Apesar de não possuir dados exatos sobre o desenvolvimento das atividades na cidade, contribuiu com a informação de que existem reuniões de tempos em tempos na cidade para tratar do assunto e que os empresários têm visto a economia criativa como uma forma de atração ao seu empreendimento quando uma atividade de um dos setores é agregada ao que já existe, porém não vê interesse de investimentos puramente na economia criativa com fins lucrativos, pois:

“o empresário só se envolve em algo que traz algum tipo de resultado, lucrativo ou de simples visitação e conhecimento da empresa.” – (entrevistado E1).

A instituição Casa Economia Solidária é a única que não é formalizada, porém, ainda assim, diz fazer parceria com Universidades pra participar de eventos onde exige-se formalização, pois, oferece o serviço, àqueles que querem oferecê-lo e não dispõe de mão-de-obra.

Já os dados referentes aos Setores da economia criativa sugerem que os setores pesquisados estão inseridas em um ou mais setores da economia criativa. Como exemplo, a ASSANDEF, que está inserida em três setores: setor criativo relacionado, patrimônio imaterial e equipamento e material de apoio.

Os dados, segundo o Escopo da UNESCO (2009), são: o Setor Criativo Nuclear com: Patrimônio natural e cultural; Espetáculos e celebrações; Artes Visuais e artesanato; Livros e periódicos; Design e serviços criativos; e Áudio visual e mídias. Logo, os Setores Criativos Relacionados, com: Turismo; e Esporte e lazer. Vindo a seguir: o Patrimônio Imaterial; a Educação e capacitação; o Registro, memória e preservação; e Equipamentos e material de apoio.

São diversos os setores abrangidos pela economia criativa, que permitem a exploração dos serviços por pessoas físicas ou jurídicas com iniciativa e vontade obter crescimento ou oferecê-lo para a comunidade e seus colaboradores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados permitiram verificar a característica do setor da Economia Criativa em Santana do Livramento, o que responde ao objetivo geral da pesquisa. Pois, o artesanato e o apoio da população são aplicados de forma a proporcionar recursos e sustento de diversas famílias, mesmo com tão pouco apoio do Poder Público. Ou seja, se este dedicasse maior atenção para os setores reconhecidos como economia criativa, um maior número de pessoas com habilidades poderia inserir-se e receber e oferecer qualidade de vida.

Para os objetivos específicos, foi possível identificar os setores qualificados como do setor da economia criativa, através da fase inicial da pesquisa, onde os órgãos que possuem os dados necessários para caracterizá-los foram devidamente abordados e revelaram que os setores alicerçados na economia criativa no Município, ainda são poucos, baseando-se, em grande parte, no artesanato e com apoio através de doações e vontade da comunidade em aprender e empreender, mesmo que informalmente, utilizando o auxílio dos setores entrevistados para envolver-se ou aprimorar seus talentos; e, também que os setores apresentaram características claras para poderem ser reconhecidas como economia criativa, e, por último a influência da economia criativa no desenvolvimento de Sant'Ana do livramento, está nas famílias que têm seu sustento advindo do artesanato, ou que recebem assistência para seus familiares que dependem de equipamentos como cadeira de rodas, por exemplo.

Os dados adquiridos com as entrevistas demonstram que ainda há campo para investir. Como o esporte, por exemplo, que é pouco divulgado ou trabalhado nas comunidades da cidade como economia criativa, ou ainda, o turismo, voltado para o patrimônio histórico da Cidade.

O resultado observado é que através das Associações, ONGs e setores da cidade, o Município apresenta um envolvimento considerável com a Economia Criativa, e que de acordo com os setores entrevistados, na maioria das vezes, o trabalho não é divulgado nem apoiado pelo Poder Público, porém, famílias são beneficiadas através da renda obtida com a venda dos produtos artesanais e com a capacitação de seus membros, bem como com o assistencialismo social através do fornecimento de equipamentos e oferecimento de apoio

àqueles que necessitam, que são um número significativo, como na Casa do Artesão , por exemplo, onde os colaboradores externos, que são também beneficiados, passam de 500 (quinhentos).

Nota-se que, algumas atividades só se fazem presentes na Cidade e resistem à realidade local por possuírem colaboradores internos e externos que oferecem apoio através de serviços prestados, doações pecuniárias e de matéria-prima ou com ideias que facilitam e impulsionam o setor, e, muito pouco, o Poder Público participa destes, pois, apesar de reconhecer os talentos existentes na cidade e potencial da Economia Criativa, oferece a divulgação do trabalho em determinadas épocas do ano através de eventos e festivais que acontecem, mais especificamente, na metade do ano, com o aniversário da cidade, e, no final do ano, com as festividades de natal e ano novo, e isso é pouco, pois de acordo com a pesquisa, o esporte que tem recebido uma certa atenção é o *skatismo*, o futebol não foi mencionado, assim como nenhum outro esporte, pela representante do Município.

Constatou-se que alguns setores estão inseridas em mais de um setor criativo, mas que, as empresas abordadas, são, na sua maioria, do Setor Criativo Nuclear através do artesanato. O que permitiu a observação de uma falta de exploração do Turismo local, que faz parte Setor Criativo Relacionado (escopo UNESCO – 2009). Ou seja, ainda há áreas não trabalhadas e, as que são, ainda são poucas.

Apenas um setor se considera com vínculo com o Poder Público. Os gestores estão deixando a desejar e escapar nichos de mercado que poderiam até levar o nome da cidade a um conhecimento e reconhecimento no mercado interno externo, pois há qualidade, quantidade e persistência de empreendedores da Economia Criativa em Santana do Livramento.

Neste contexto, pode-se concluir que Sant'Ana do Livramento tem características relacionadas com a economia criativa. O que falta é esclarecimento sobre o que é a economia criativa, quais suas vantagens, quem pode trabalhar, e como fazer para se envolver.

Na incitação, o Poder Público deixa de ganhar quando não trata a economia criativa como nicho de mercado, pois, ela possibilita desenvolvimento em cadeia, através da divulgação de trabalhos relacionados, o Município tem seu nome divulgado, e crescem o turismo, a hotelaria e alimentação, o comércio, o transporte etc.

REFERÊNCIAS

ALVES FILHO, J. **Matriz energética brasileira: da crise à grande esperança**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BOLAÑO, César; MOTTA, Joanne; MOURA, Fabio. **Leis de incentivo à cultura via renúncia fiscal no Brasil**. Aracaju: UFS, 2011, mimeo.

BOISIER, S. **Teorías y metáforas sobre el desarrollo territorial**. Santiago de Chile: Publicación das Nações Unidas, 1999.

BUSTAMANTE, Enrique. **De La Cultura y La comunicación las industrias creativas: virtudes y peligros**. In: MARCOS, Luis Humberto (coord). **Travessias comunicacionais cultura, tecnologia desenvolvimento**. Portugal: AssIBERCOM/ ISMAI, 2013. P. 59-64.

BUARQUE, S. C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002

COSTA, Armando Dalla; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de, **Economia criativa: novas perspectivas baseadas no capital intelectual**. Revista Economia & Tecnologia,

CEPEC/PPGDE/UFPR, Paraná, a.7, v.25, p.179-186, abr./jun. 2011.

COMUNIAN, R. **Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy**. Urban Studies, v. 48, n. 6, p. 1157-1179, 2011.

COSTA, M. T. **As pequenas e médias empresas no desenvolvimento local: conceito e experiências**. In: GUIMARÃES, N. A.; MARTIN, S. (Orgs.). **Competitividade e desenvolvimento: atores e instituições locais**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.

DALLABRIDA, V. R.; BECKER, D. F. **Dinâmica territorial do desenvolvimento**. In: BECKER, D. F.; WITTMANN, M. L. (Orgs.). **Desenvolvimento regional: abordagens interdisciplinares**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2008. p. 175-213.

Economia criativa: Um novo olhar sobre o que faz a diferença. In: Brasil. Ministério da cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Brasília, 2011. P.26-27.17

EVANS, Peter. **Autonomia e parceria: estados e transformação industrial**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

FALCÃO, José de Moraes. **Artesanato: as mãos visíveis do mercado**. 2008. Disponível em: <<http://www2.rj.sebrae.com.br/boletim/artesanato-as-maos-visiveis-do-mercado/>>. Acesso em: 28 maio. 2016.

FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FIRJAN. **A cadeia da Indústria criativa no Brasil. Estudos para o desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro**. n. 2, mai. 2008. Fundação para o Desenvolvimento Administrativo. (2012). Economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade. São Paulo: Autor.

FURTADO, Celso. **Introdução ao Desenvolvimento. Enfoque Histórico-Estrutural**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000 (3a . ed. revista pelo autor).

_____. **Busca de novo modelo: reflexões sobre a crise contemporânea**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

GARDNER, H. (2003) **A nova ciência da mente**. São Paulo: Edusp.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projeto de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010 . 184p.

LAGO Jr., Sylvio. **A arte da regência: história, técnica e maestros**. Rio de Janeiro:Lacerda Editores, 2002.

LLORENS, F. A. **Desenvolvimento econômico local: caminhos e desafios para a construção de uma nova agenda política**. Rio de Janeiro: BNDES, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6ª ed. São Paulo, 2009.

MARTINS, Saul. **Contribuição ao estudo científico do artesanato**. BeloHorizonte: Imprensa Oficial, 1973. 100 p.

MIGUEZ, P. **Economia criativa: uma discussão preliminar**. In: Nussbaumer, G. M. (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA. Coleção CULT, p. 96-97, 2007.

MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. Disponível em: <http://www.mi.gov.br/pndr_objetivos > Acesso em: 26 maio. 2016.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M. (2001) **O talento jovem, a internet e o mercado de trabalho da “economia criativa”**. *Psicologia & Sociedade*. 23(3), p. 554-563.18

PIRES, Vladimir Sibylla; ALBAGLI, Sarita. **Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. Perspectivas em Ciência da Informação**. v.17, n.2, p.109-122, abr./jun. 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável – o caleidoscópio da cultura**. São Paulo: Manole, 2006.

REIS, A. C. **Introdução**. In. Reis, A. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento** (p. 14-49). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. rev. Ampl, São Paulo: Atlas, 2008. 334p.

SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/O-que-%C3%A9-Economia-Criativa>> Acesso em: 02 abril. 2016.

SEN, Amartya K. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SEN, Amartya. **A ideia de justiça**. Trad. Denise Bottmann e Ricardo D. Mendes. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. p. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007, apud CUNHA NETO, Francisco Sales. **Análise textual, temática e interpretativa**, disponível em: <http://atelierveducadores.blogspot.com.br/2011/10/analise-textual-tematica-e.html>.

STORPER, M. **The regional world: territorial development in a global economy**. New York; London: The Guilford Press, 1997.

SCIELO Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442015000200061&lang=pt> Acesso em: 23 março. 2016.

UNCTAD; **Creative Economy Report** 2008. Creative Economy: A Feasible Development Option. UN, 2008.

UNESCO. Creative economy: report 2008. Nova York: united Nations, 2008.

_____. 2010. **Nova York: united Nations**, 2010, 2013

THROSBY, D. (2001). **Economics and culture**. Cambridge. Cambridge University Press.

VEIGA, J. E. da. **Meio ambiente e desenvolvimento**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2006. p. 24.

APÊNDICE A – Questionários de Pesquisa

PESQUISA DE CAMPO – SETORES ATUANTES NA ECONOMIA CRIATIVA

- 1) Qual o segmento da empresa?
- 2) Há quanto tempo está no mercado?
- 3) O empreendimento é formalizado?
- 4) Em qual categoria (MEI, EPP, ONG, Fundação, Associação)?
- 5) Possui fim lucrativo?
- 6) Qual a fonte de recursos?

- 7) Possui vínculo com Órgãos Público?
- 8) Existe a participação em editais de licitação de prestação de serviços ou fornecimento de produtos por Órgãos Públicos?
- 9) Quantos colaboradores a empresa possui?
- 10) Como colaboram?

Fonte: Instrumento de pesquisa para o artigo

PESQUISA DE CAMPO – QUESTIONÁRIO PARA O SEBRAE REGIÃO DA CAMPANHA E FRONTEIRA OESTE

- 1) Qual o segmento da Empresa?
- 2) Qual o conceito de economia criativa para o SEBRAE?
- 3) Quais setores do mercado fazem parte da economia criativa e qual se destaca mais?
- 4) Quem trabalha com economia criativa em nossa cidade?
- 5) Existe algum dado dos resultados obtidos pelas empresas que investem na economia criativa?
- 6) E há alguma projeção do crescimento da economia criativa em nossa cidade?

Fonte: Instrumento de pesquisa para o artigo

PESQUISA DE CAMPO - QUESTIONÁRIO APLICADO À SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA ESPORTE E LAZER

- 1) Qual o segmento da Empresa?
- 2) O que significa a Economia Criativa para a Secretaria Municipal da Cultura?
- 3) Quais áreas da economia criativa o Município dispõe para explorar? Como exemplo, cito alguns setores elencados pela UNESCO: Patrimônio natural e cultural, espetáculos e celebrações, artes visuais e artesanatos, livros e periódicos, design e serviços criativos, turismo, esporte e lazer.
- 4) Tem havido exploração e investimento na economia criativa do Município?
- 5) Existe algum projeto de lei municipal voltado para a economia criativa?
- 6) Em sua opinião, qual dos setores mencionados, é ou pode ser o ponto forte para nosso município?
- 7) Alguma empresa privada tem demonstrado interesse em investir em parceria com o Município em algum dos setores da economia criativa?

Fonte: Instrumento de pesquisa para o artigo