

POLÍTICAS CULTURAIS E MAPEAMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA: ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE PORTO ALEGRE

Margarete Panerai Araújo¹
Judite Sanson de Bem²
Moisés Waismann³

RESUMO: A economia criativa tornou-se um importante núcleo de teorias através das instituições internacionais como a UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento), o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) e a Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e vem sendo considerada estratégica por suas convergências e dimensões culturais. Este artigo objetiva apresentar um estudo de caso da cidade de Porto Alegre que através das suas políticas culturais elaboraram um plano de ação de Economia Criativa, um comitê permanente de acompanhamento e um mapeamento tendo como base as regiões do Orçamento Participativo. Infere-se, que esse estudo apresenta prerrogativas de importância para a cultura e demais atividades por ela envolvidas que geram trabalhos, oportunidades e tendências desse novo século.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Criativa, Cultura, Estudo de Caso, Porto Alegre.

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a importância da cultura e as atividades por ela decorrentes geram trabalhos nas mais diferentes áreas e, mais recentemente, nas Ciências Sociais

1 Pós Doutora em Administração Pública e de Empresas em Políticas e Estratégias pela FGV/ EBAPE/RJ (2013); e Pós Doutora em Comunicação Social, Cidadania e Região pelas Cátedras UNESCO e Gestão de Cidades na UMESP (2010); Doutorado em Comunicação Social pela PUCRS (2004). É professora e pesquisadora da linha de pesquisa em Memória e Gestão Cultural, vinculada ao Programa de Memória Social e Bens Culturais na Universidade La Salle (UNILASALLE).

E-mail: mpanerai@terra.com.br

2 Pós Doutora em Economia da Cultura pela UFRGS (2014), Doutorado em História Ibero Americana PUCRS (2001). É professora e pesquisadora da linha de pesquisa em Memória e Gestão Cultural, vinculada ao Programa de Memória Social e Bens Culturais na Universidade La Salle (UNILASALLE).

E-mail: jsanson@terra.com.br

3 Doutor em Educação pela UNISINOS (2013). Professor e pesquisador da linha de pesquisa em Memória e Gestão Cultural, vinculado ao Programa de Memória Social e Bens Culturais na Universidade La Salle (UNILASALLE). Coordenador do Observatório UNILASALLE; Trabalho, Gestão e Políticas Públicas. E-mail: moises.waismann@gmail.com.br



Econômicas. A relação mais próxima entre a economia e a cultura ocorreu a partir dos anos de 1990, quando foi publicado na Austrália o primeiro conjunto de políticas públicas de um país com foco em cultura e arte. O documento se intitulava *Creative Nation*. Posteriormente estes estudos e as políticas que dele decorreram passaram a ser difundidos na Europa, sendo os casos mais emblemáticos os do DCMS de 1998 e de 2001. Destes estudos originaram-se políticas públicas culturais e econômicas com vista à dinamização de áreas e setores que representavam perspectivas de emprego e PIB num momento de estagnação. A Unesco caracterizou através do Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 – 2014 que o comércio internacional em bens e serviços culturais relacionados com o crescimento da economia criativa no mundo são indiscutíveis. Contudo, a produção de dados estatísticos acerca da economia criativa brasileira é deficiente devido as diferentes metodologias utilizadas e categorizações desiguais.

O objetivo deste trabalho é descrever a trajetória parcial da adoção de políticas culturais na Cidade de Porto Alegre e, mais recentemente, sua preocupação com o mapeamento e as tendências da economia criativa, como uma forma de dinamizar econômica, social e cultural em seu território e estas alternativas, demandam políticas, programas e ações, por parte dos diferentes setores envolvidos. A metodologia será um estudo de caso.

A relevância do estudo está no seu universo em análise, que é a capital do Estado do Rio Grande do Sul, cenário de negócios locais articulados com o panorama mundial e com as demandas de inovações e conhecimentos para dar respostas aos problemas presentes junto à gestão pública. Para atingir ao objetivo proposto o artigo está dividido além desta introdução em seções: a segunda contempla os aspectos do referencial teórico, outra o método de investigação além dos resultados alcançados e as conclusões. Por último as referências utilizadas

1. ENTENDENDO OS TERMOS: ECONOMIA CRIATIVA E INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Indústrias Criativas é um termo, que se adapta à paisagem política, cultural e tecnológica, segundo Cunningham (2002, p. 2), pois incide no “(i) núcleo da cultura que ainda é a criatividades (ii) a criatividade é produzida, distribuída, consumida e apreciada de forma bastante diferente”. Também a abordagem do DCMS salientou, valiosamente que, as realizações e/ou potenciais comerciais ou comercializáveis, tem importância na estratégica global da noção das indústrias criativas. Contudo, percebe-se ainda a falta de diferenciação entre o que se entende por indústrias culturais e criativas, deixando falhas, por exemplo: “[...] como medir o tamanho, a natureza e as perspectivas das indústrias



que afirmam analisar ou defender, e como desenvolver políticas e programas mais apropriados para desenvolver, facilitar ou intervir nelas”. Apesar das falhas conceituais o modelo foi adotado em uma boa parte do trabalho das políticas de desenvolvimento no Reino Unido.

Em 2001, John Howkins publicou “The Creative Economy: How People make Money from Ideas” oferecendo uma perspectiva de economia de negócios. Howkins ampliou a definição para quatro grandes setores - direitos autorais, patentes, marcas comerciais e indústrias de design. Assim, “[...] juntos, estes quatro grandes setores constituem os setores criativos e a economia criativa. [...] consiste nas transações contidas nesses produtos criativos” (HOWKINS, 2013, p. 17).

Para alguns autores, Howkins ofereceu uma expansão da lista do DCMS, já que incluía todos os setores baseados em patentes oriundos da pesquisa e desenvolvimento da – engenharia, ciência e tecnologia. No entanto, essas discussões não terminaram, Roodhouse (2009) afirmou que nos anos de 2000 houve uma substancial literatura, definindo as artes, como um setor industrial e sobre as artes e mídia como indústrias culturais. Essa distinção entre indústria cultural e indústrias criativas, ainda envolvem outros relatórios e organismos, como a UNCTAD, a UNESCO e uma ampla gama de autores à medida que, não há um conceito único, que possa ser utilizado por todos os países, visto suas características diferenciadas, conforme o ramo produtivo estudado.

A contribuição da UNCTAD para utilização do termo “indústrias criativas” varia de país para país, embora este tenha origem relativamente recente, na Austrália em 1994, com o lançamento do relatório Nação Criativa. Apesar dessa designação se desenvolver, no escopo das indústrias culturais esses conceitos foi se ampliando para além das artes. O marco desta mudança de abordagem deve-se ao fato das atividades comerciais culturais serem, até recentemente, consideradas “pura” ou predominantemente não econômicas. A abordagem da UNCTAD ampliou o conceito de “criatividade”, passando-o de atividades, que possuem um sólido componente artístico para “qualquer atividade econômica, que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível” (UNCTAD, 2004, p. 4).

A classificação da UNCTAD para indústrias criativas se divide em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Esses grupos são, por sua vez, divididos em nove subgrupos. Assim, em essência, o termo “indústrias criativas” coloca em conjunto,

[...] as artes cênicas e criativas com as indústrias culturais, que incluem várias formas de publicidade, arquitetura, o mercado de arte e antiguidades, artesanato, design de moda, cinema, jogos, herança, serviços, museus e bibliotecas, a internet, edição, software, televisão e rádio, e vídeo (TOWSE, 2011, p. 125).



No entanto, alguns critérios e cuidados devem ser considerados: isso porque embora as indústrias culturais estejam sendo definidas, como firmas que produzem bens ou serviços de “massa” com suficiente conteúdo artístico elas são consideradas criativas ou com significado cultural,

A característica essencial é a combinação da produção em escala industrial com o conteúdo criativo. Mas, a produção em massa, entretanto, não é rotineiramente uma característica das artes performáticas ou artes visuais, de modo que a sobreposição entre as indústrias criativas e as indústrias culturais não é completa (TOWSE, 2011, p. 125).

No Brasil, em especial esse debate figurou tendo como ponto de partida a criação da Secretaria de Economia Criativa, instituído pela Lei 12.243 de 02/12/2010 e articulador federativo do Plano Nacional de Cultura (PNC), estabelecendo mecanismos de gestão compartilhada entre os entes federados e a sociedade civil, ou seja, o processo de institucionalização. Convém lembrar, que a real dimensão dos setores criativos, resulta das atividades econômicas realizadas pelos empreendimentos e trabalhadores formais do processo. E com o alto grau de informalidade da economia criativa brasileira, boa parte da produção e circulação doméstica de bens e serviços criativos nacionais não é adicionada aos relatórios. Vale lembrar, que as dificuldades de uniformização da classificação e enquadramento das atividades econômicas dificulta a seleção dos dados. Esse contexto permitiu a cidade de Porto Alegre um levantamento dos dados locais baseados nas fontes de consultas e dados municipais. Assim, o passo seguinte é verificar como a Cidade de Porto Alegre tem se apropriado deste ferramental na adoção de políticas, programas e ações no que se entende por economia criativa.

2. METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa selecionada para o artigo foi do tipo exploratória com uma abordagem quantitativa e qualitativa, que segundo Malhotra (2001), se buscou pesquisar junto ao município os dados relativos à economia criativa. Envolveu técnicas como a coleta bibliográfica e documental. As pesquisas institucionais proporcionaram fontes para o conhecimento sobre os serviços públicos, visto que, o ambiente oferece projetos, informações e práticas de suporte para compreensão da gestão. Assim, as variáveis de análise aproximaram os estudos de uma realidade local específica.

O estudo de caso foi definido como a estratégia mais adequada para analisá-lo sob as três condições básicas apresentadas por Yin (2005, p. 19) “a) o tipo de questão da pesquisa; b) o controle que o pesquisador possui sobre os eventos comportamentais efetivos; c) o foco em fenômenos históricos, em oposição a fenômenos contemporâneos”. As análises de dados, conforme Prodanov e Freitas (2009), devem atender aos objetivos da pesquisa



e para comparar e confrontar dados e provas com o objetivo de confirmar ou rejeitar as hipóteses e os pressupostos da pesquisa levantados anteriormente.

3. DISCUSSÃO DOS DADOS

Mesmo com um grande potencial de diversidade cultural e criativa, o Brasil não figura nas pesquisas internacionais entre os 10 primeiros países em desenvolvimento e o compromisso com a implantação dessas políticas, após a criação do Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014) simbolizou, um desafio no Ministério da Cultura de formular, implementar e monitorar políticas públicas para um novo desenvolvimento. Os princípios norteadores foram fundados na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade cultural brasileira, pilares fundamentais para o desenvolvimento da economia criativa, representados pela figura 1.

Figura 1 - A economia criativa brasileira e seus princípios norteadores



Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014).

O Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014) representou o desejo e o compromisso do Ministério da Cultura, de alavancar a economia. Foi com base nessas diretrizes estabelecidas pelo Plano Nacional que a cidade de Porto Alegre, num trabalho coletivo, integrando a chamada triple hélice, que envolve governo, entidades de ensino e sociedade, estabeleceu seu plano norteador de desenvolvimento econômico e social para a população, através do incentivo à Economia Criativa. O documento denominado Plano Municipal de Economia Criativa, foi coordenado pelo Gabinete de Inovação e Tecnologia- INOVAPOA, que constituiu um Comitê Municipal, instituído pelo Decreto nº 18.422 de 09 de outubro de 2013 e nº 18.492 de 16 dezembro de 2013, bem como, uma Portaria nº 391/2014 para o desenvolvimento dos trabalhos. Seus objetivos foram consolidados em:



- Diagnosticar setores da Economia Criativa, seus contextos, indicadores, oportunidades e vocações.
- Fomentar através do desenvolvimento econômico social e cultural os empreendimentos formais e informais de Economia Criativa como política pública de inclusão, inovação e sustentabilidade.
- Aprofundar a construção de competências e difusão de conhecimentos da Economia Criativa nas diversas cadeias produtivas, envolvendo organizações formais e informais do mercado.
- Oportunizar através do fomento público a regionalização do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição dos diversos setores que envolvem a Economia Criativa, potencializando as vocações do município e incrementando Arranjos Produtivos Locais (APL).
- Regularizar através de marcos legal o direito de uso dos bens e serviços criativos, promovendo um arcabouço jurídico favorável.

Com um conceito novo focado no composto de produtos, serviços e capital intelectual criativo a cidade, através de suas políticas institucionalizadas criou condições de abranger aspectos culturais, sociais e econômicos e envolveu:

[...] cadeias produtivas, agentes criativos, interfaces tecnológicas e modelos inovadores de empreendimento com potencial de gerar crescimento socioeconômico, abrangendo aspectos culturais, sociais e econômicos e envolvendo cadeias produtivas, agentes criativos, interfaces tecnológicas e modelos inovadores de empreendimento. A Economia Criativa é também assim caracterizada pelas transformações culturais, de inovação, de diversidade e de informalidade (INOVAPOA, 2013, p 23).

A partir do Plano Municipal de Economia Criativa e o Comitê Municipal de Economia Criativa (CMEC), que contava inicialmente com 38 instituições componentes entre sociedade civil e universidades iniciou os estudos na capital gaúcha. Mas, os decretos originais que deram existência ao CMEC desatualizaram e agora totalizam participação de 41 instituições. Dentro deste entendimento foram consultados dados formais e demais entidades que pudessem informar sobre o universo criativo em Porto Alegre e através das 17 regiões do Orçamento Participativo constituiu-se um mapeamento preliminar. Assim, através do Gabinete de Inovação e Tecnologia - INOVAPOA organizou-se as etapas de um levantamento com definição dos públicos a serem investigados em cada área da Economia Criativa, além do cruzamento de dados através de uma contratada. Foi elaborado e aplicado um instrumento de pesquisa para público definido; além da análise dos dados da pesquisa quantitativa e qualitativa e a entrega do mapa de oportunidades e tendências. Nesse levantamento foram delimitados dados secundários, provenientes de bancos for-



mais e anuários além da coleta de dados primários em campo. Os dados municipais foram recolhidos junto ao cadastro de alvarás da Secretaria Municipal da Indústria e Comércio - SMIC, disponível em <https://alvaraweb.procempa.com.br/alvara/home.seam> (2017).

Várias dificuldades foram encontradas e a empresa contratada para a pesquisa considerou o banco de dados de FIRJAN (2014) sobre a economia criativa no Brasil⁴ e o Cadastro Brasileiro de Ocupações⁵ como parte complementar do estudo. Partes das informações foram coletadas junto aos integrantes do Comitê Municipal de Economia Criativa entre outras entrevistas efetuadas.

O estudo do mapa das oportunidades e tendências da economia criativa para a cidade de Porto Alegre foi publicado pelo Gabinete de Inovação e Tecnologia (INOVA-POA) e pelo Instituto Soleil de Pesquisa (INSPE), com objetivo maior de formular políticas culturais, econômicas e sociais, tendo como base as 17 regiões elencadas pelo Orçamento participativo.

Assim, os dados de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul, possuem uma estimativa populacional de 1.484.941 habitantes em 2017 (IBGE) e com maior PIB (R\$ 68,1 bilhões), cuja participação é de 17,8 no estado, segundo a FEE (2015). Seu panorama, de trabalho e rendimento era em 2015, de um salário médio mensal de 4.2 salários mínimos, segundo o IBGE (2017). A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 57.4%. O levantamento efetuado caracterizou as 17 regiões do Orçamento Participativo por agrupamentos de bairros, conforme o quadro 1 que apresenta a divisão da cidade e seus Bairros.

Quadro 1 - Regiões elencadas pelo Orçamento Participativo com os respectivos bairros.

Regiões do Orçamento Participativo	Bairros
Região 01 - Humaitá/ Navegantes	Anchieta, Farrapos, Humaitá, Navegantes, São Geraldo
Região 02 – Noroeste	Boa Vista - Cristo Redentor - Higienópolis - Jardim Itú - Jardim Lindóia - Jardim São Pedro - Passo D'areia - Santa Maria Goretti - São João - São Sebastião - Vila Floresta - Vila Ipiranga
Região 03 – Leste	Bom Jesus - Chácara das Pedras - Jardim Carvalho - Jardim do Salso - Jardim Sabará - Morro Santana - Três Figueiras - Vila Jardim
Região 04 - Lomba do Pinheiro	Agronomia - Lomba do Pinheiro
Região 05 – Norte	Sarandi

4 Disponível em firjan.com.br/economiacriativa/pages/default.aspx

5 Disponível no mtecbo.gov.br/cbsite/pages/home.jsf



Regiões do Orçamento Participativo	Bairros
Região 06 – Nordeste	Mário Quintana
Região 07 – Partenon	Cel. Aparício Borges - Partenon - Santo Antônio - São José - Vila João Pessoa
Região 08 – Restinga	Restinga
Região 09 – Glória	Belém Velho - Cascata - Glória
Região 10 – Cruzeiro	Medianeira - Santa Tereza
Região 11 – Cristal	Cristal
Região 12 - Centro-Sul	Camaquã - Campo Novo - Cavalhada - Nonoai - Teresópolis - Vila Nova
Região 13 - Extremo Sul	Belém Novo - Chapéu do Sol - Lageado - Lami - Ponta Grossa
Região 14 - Eixo Baltazar	Passo das Pedras - Rubem Berta
Região 15 – Sul	Espírito Santo - Guarujá - Hípica - Ipanema - Pedra Redonda - Serraria - Tristeza - Vila Assunção - Vila Conceição
Região 16 – Centro	Auxiliadora - Azenha - Bela Vista - Bom Fim - Centro Histórico - Cidade Baixa - Farroupilha - Floresta - Independência - Jardim Botânico - Menino Deus - Moinhos de Vento - Mont'Serrat - Petrópolis - Praia de Belas - Rio Branco - Santa Cecília - Santana
Região 17 – Ilhas	Arquipélago (Ilha das Flores, da Pintada, do Pavão e Ilha Grande dos Marinheiros)

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?reg=2&p_secao=5

O quadro geral apontou o Orçamento Participativo, como sendo uma das experiências criativa e inovadora que colaborou com essa nova concepção. Os conceitos utilizados de organizações populares e ou conselho populares “[...] são iniciativas da sociedade civil e se localizam mais no âmbito de unidades territoriais onde existe população organizada” (GOHN, 1997, p. 18). A autora explica que, estas novas formas de concepção coletiva e ampliada ultrapassam as fronteiras de atuação, inclusive da questão jurídica e formal. Indicam os conselhos comunitários, que estes foram propostos por ações envolvendo povo-governo, criados a partir de decretos governamentais e que os conselhos temáticos institucionalizados que abrangem além das estruturas organizadas por categorias sociais por área de gestão e os conselhos tarifários.

Ao abordar sobre os instrumentos para operacionalização dos conselhos participativos destacam-se as plenárias populares, fóruns e as audiências públicas como forma de contato direto com a população. Sobre o Orçamento Participativo, Gohn refere-se como sendo “[...] outro instrumento de democratização das relações povo-governo e de operacionalização dos conselhos populares” (GOHN, 1997, p. 19 - 20). A autora demonstrou que estas redes populares que se criam são formadas por lideranças ao aglutinar mais pessoas e demonstram o real caráter de cidadania em termos coletivos, ou



seja, “a relação entre a dinâmica da sociedade e as políticas institucionais e os espaços de interação entre a população e o governo geram o surgimento da vontade coletiva no sentido plural” (GOHN, 1997, p. 37 e 38).

De acordo com o trabalho do INOVAPOA, o universo criativo foi construído ao longo do mapeamento, [...] dentro de cada área a ser mapeada, e as informações dos bairros foram cruzados e depois colocados de acordo com as divisões das regiões do OP.

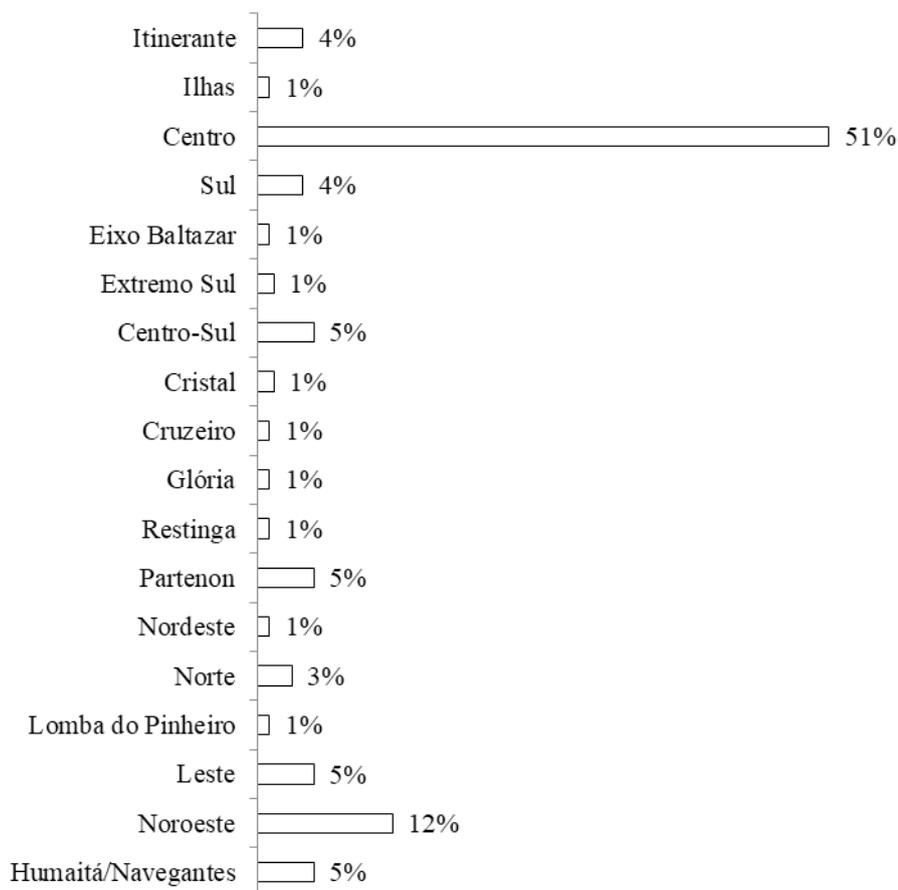
Percebe-se (Figura 2) que a região do Centro concentrou 51% das atividades mapeadas, seguidas pela região Noroeste. Essa caracterização oportuniza avaliar a necessidade de políticas municipais, que fomentem mais atividades culturais e criativas na cidade. Notou-se que as políticas de incentivo junto à população, na região Humaitá e Navegantes, com o decreto 19339/2016⁶, oportunizaram um percentual de 5% nessa região, que já foi considerada uma área decadente na cidade.

Regiões com possibilidade de crescimento também estão presente com esse percentual como o Centro Sul, Partenon, e Região Leste, contudo, carecem de incentivos. Com 4% aparece a região Sul. A figura 02 está apresentando a área de economia criativa nas regiões do Orçamento Participativo de Porto Alegre.

6 O Decreto 19339/2016 estabeleceu o regramento para a concessão de benefícios fiscais de ISS, IPTU E ITBI para serviços de pesquisa e desenvolvimento na área de tecnologia em saúde e para pessoas jurídicas de base tecnológica, inovadoras e de economia criativa, localizadas nos bairros floresta, São Geraldo, Navegantes, Humaitá e Farrapos.



Figura 2 - Concentração de atividades por região do Orçamento Participativo



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2015.

A Tabela 1 mostra que o artesanato, em grande proporção, e a gastronomia são áreas da economia criativa, que estão presente em todas as regiões estudadas. As exceções estão presentes nas regiões Lomba do Pinheiro com o desenvolvimento de Software (67%), devido ao projeto Tecnopuc da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e do Centro Tecnológico Audiovisual do Rio Grande do Sul (Tecna) que está investindo e atraindo grandes empresas, o extremo sul (71%) conta com as atividades de turismo rural e a região nordeste destacou-se com 100% de artesanato.

Nesta Tabela 1 também poderíamos mostrar a diversidade das atividades de economia criativa por região do OP nota-se novamente a concentração em algumas regiões. Chama atenção a região do Partenon que envolveu todos os aspectos da tabela, arquitetura, artes, artesanato, audiovisual, cinema, comunicação, desenvolvimento de software, desing, fotografia, gastronomia, jogos digitais, moda, turismo e outros. Essa região reúne um eixo de bairros com concentração de universidades e hospitais, além de prédios históricos. Outras regiões que concentraram os setores em estudo foram



Humaitá/Navegantes, região sul e Centro histórico. As regiões com pouca concentração de atividades foram Nordeste, Restinga, Extremo Sul e as Ilhas.

Tabela 1 - Distribuição dos segmentos das Indústrias Criativas pelas regiões do orçamento participativo no município do Porto Alegre em 2016

	Arquitetura	Artes	Artesanato	Audiovisual	Cinema	Comunicação	Desen. de Software	Design	Digital	Fotografia	Gastronomia	Jogos Digitais	Moda	Outros	Produção Fonográfica	Turismo
Humaitá/ Navegantes	5%	3%	16%			5%	5%	5%			38%	3%	8%	8%		3%
Noroeste	9%	7%	7%			9%	6%	6%		5%	29%		15%	3%	1%	2%
Leste	9%		15%		6%	6%	12%	3%			18%	3%	26%	3%		
Lomba do Pinheiro			33%				67%									
Norte			12%	4%		8%		19%			27%		27%	4%		
Nordeste			10													
Partenon	3%	6%	27%	3%	3%	6%	9%	6%		6%	9%	3%	12%	3%		3%
Restinga			67%	33%												
Glória			43%			14%		14%						14%		14%
Cruzeiro			17%							17%	17%		33%			17%
Cristal		33%	11%			22%		11%		11%			11%			
Centro-Sul	5%		15%			1	8%	1		5%	23%		15%		5%	5%
Extremo Sul			25%													75%
Eixo Baltazar			10													
Sul	4%	8%	4%			17%		8%		8%	25%	4%	21%			
Centro	6%	1	8%			4%	4%	9%		2%	31%	1%	17%	3%	3%	2%
Ilha			10													
Itinerante		4%	64%					7%			14%		7%	4%		
Total Geral	5%	7%	14%		1%	6%	5%	8%		3%	26%	1%	16%	3%	2%	3%

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2015.

A tabela 2 expõem a perspectiva futura de retorno financeiro referente aos setores da economia criativa. Percebe-se que as áreas de cinema (75%), turismo (59%), design (58%) e gastronomia (52%) consideram retornos positivos significativos. Considerando a soma dos percentuais nota-se que a atividade - cinema (100%) desponta devido às incubadoras universitárias que se instalam em diferentes áreas de POA, alavancando outras áreas criativas complementares ou subsidiárias como jogos digitais (60%); outras (84%); design (78%). Também o turismo (83%) e a gastronomia são atividades que despontam com potencial de retorno financeiro (tanto de forma positiva como muito positiva).



Tabela 2 - -Distribuição dos segmentos das Indústrias Criativas pelas perspectivas futura de retorno financeiro no município do Porto Alegre em 2016

	Muito Negativa	Pouco Negativa	Nem Negativa, Nem Positiva	Positiva	Muito Positiva	NS/NR
Arquitetura		3%	27%	40%	30%	
Artes	4%	6%	15%	62%	13%	
Artesanato	3%	1%	18%	43%	35%	
Audiovisual			67%		33%	
Cinema				75%	25%	
Comunicação Digital/ Imprensa	2%	7%	32%	39%	20%	
Desen. de Software		3%	36%	28%	33%	
Design	2%	5%	15%	58%	20%	
Fotografia		16%	32%	42%	10%	
Gastronomia	2%	5%	13%	52%	27%	1%
Jogos Digitais			40%	40%	20%	
Moda	1%	5%	19%	43%	31%	1%
Outros/Variados		5%	11%	47%	37%	
Produção Fonográfica		8%	54%	23%	15%	
Turismo		6%	11%	59%	24%	

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2015.

Sendo que o objetivo deste trabalho era descrever a trajetória parcial da adoção de políticas culturais na Cidade de Porto Alegre através de suas ações políticas notou-se que a criação no Plano Municipal de Economia Criativa e o Comitê Municipal de Economia Criativa (CMEC) na cidade conseguiram alavancar um mapeamento e tendências da economia criativa por regiões do Orçamento Participativo na cidade como uma forma de esclarecer e dinamizar conhecimento sobre a econômica, social e cultural em seu território. Essas prerrogativas do mapeamento segundo Hespanha e Caleiras (2017, p. 56) são consideradas

bom caminho seria pois, reinventando formatos, complementares ou alternativos aos anteriores, com maior grau de especificidade e precisão, que possam abarcar, de forma mais precisa e conhecedora, a diversidade de novas situações decorrentes dos efeitos da crise prolongada que deixou marcas profundas. Seria igualmente importante flexibilizar o Rendimento Social de Inserção, habilitando-o a cobrir um espectro mais alargado de novos pobres.

Este artigo objetivou apresentar o estudo de caso da cidade de Porto Alegre que através das suas políticas culturais de Economia Criativa, destacou a cultura e demais atividades por ela envolvidas que geram trabalhos, oportunidades e tendências desse



novo século. É nessa teia que se enquadra a discussão acerca da verdade dos números de emprego e desemprego na cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos referentes ao mapeamento de Porto Alegre através das regiões do orçamento participativo foi decorrente de políticas que passaram a ser difundidos na Europa, e chegaram ao Brasil. A dinamização dessas áreas e setores ainda representam perspectivas de aumento de emprego, contudo os dados estatísticos acerca da economia criativa brasileira ainda são deficientes para planejamento mais detalhado. Com essa base o estudo de caso tornou-se uma importante metodologia de divulgação, pois permitiu descrever a trajetória parcial da Cidade de Porto Alegre e a adoção de políticas culturais e tendências da economia criativa através do seu comitê, como uma forma de dinamizar econômica, social e culturalmente em seu território.

Com objetivo executado ficaram os novos questionamentos sobre o planejamento e incentivos que podem permitir uma ampliação de setores e conseqüentemente de desenvolvimento socioeconômico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. *Bases Estatísticas RAIS / CAGED - Acesso Online*. Disponível em: <<http://sgt.caged.gov.br/index.asp>>. Acesso em: jan. 2012.

CUNNINGHAM, Stuart D. From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, 2002. Disponível em: http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf. Acessado em: 20.08.2015.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA [HYPERLINK “https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport”](https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport)&[HYPERLINK “https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport”](https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport) SPORT (DCMS). *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS, 2001. Revised.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA [HYPERLINK “https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport”](https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport)&[HYPERLINK “https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport”](https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport) SPORT (DCMS). *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS, 1998.

DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY (DTI). *Innovation in the UK: Indicators and Insights*. Economics Paper 6. London: DTI, 2006.



FLORIDA, R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002. p. 235-270.

GOHN, Maria da Glória. *Os sem-terra, ONGs e cidadania*. São Paulo: Cortez, 1997.

HAIR, Joseph et al. *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall: New Jersey, 1998.

HAIR, J.; TATHAM, R.; ANDERSON, R.; BLACK, W. *Análise multivariada de dados*. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HESPANHA Pedro; CALEIRAS, Jorge. O labirinto das políticas de emprego. *Cadernos do Observatório*. Coimbra: Centro de Estudos Sociais, Universidade Coimbra, 2017.

HOWKINS, John. *Economia criativa: como ganhar dinheiro com idéias criativas*. São Paulo: M. Books do Brasil Editora LTDA, 2013.

INOVAPOA. *Mapa das oportunidades e tendências da economia criativa para a cidade de Porto Alegre*. Instituto Soleil de Pesquisa. Porto Alegre: PMPA, 2016.

MINC- Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*, Brasília, Ministério da Cultura, 2012. 155 p. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>> Acesso em: 15 jun. 2016.

PMPA. *Regiões do Orçamento Participativo*. Disponível em: http://www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?reg=2&p_secao=5. Acesso em fevereiro de 2018.

ROODHOUSE, Simon. *The cultural industries: creative definitions, quantifications and practice*. 2009, 248p. Doctorate by Public Works. Middlesex University's Research Disponível em: <http://eprints.mdx.ac.uk/6233/> Acessado em: 12.08.2015.

TOWSE, Ruth. Creative industries. In TOWSE, Ruth(edited). *A Handbook of cultural economics*. 2ª ed. Cheltenham: UK, Northampton: MA, USA: Edward Elgar. 2011, p. 125-131.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). *Creative Industries and Development*. Document Td(xI)/BP/13). Genebra: Nações Unidas. Junho de 2004. Disponível em www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf. Acessado em: 2.11.2014.

