

## ECONOMIA CRIATIVA E FORMAÇÃO DOS AGENTES: ESTUDO SOBRE PORTO ALEGRE

**Dra. Margarete Panerai Araujo<sup>1</sup>;**

**Dra. Judite Sanson de Bem<sup>2</sup>;**

**Dr. Moisés Waismann<sup>3</sup>;**

**Esp. Manolo Silveiro Cachafeiro<sup>4</sup>.**

**Abstract:** Against a background of new perspectives the great challenge of vocational training has echoed in the different segments of the creative economy. The overall objective was to describe the training of creative entrepreneurs in Porto Alegre who are qualifying their business. The research method was qualitative and descriptive using bibliographic techniques and analysis of secondary data from a non-probability sampling. It is inferred that the city of Porto Alegre presented a spatial fragmentation of the creative enterprises and its results point to a concentration in the gastronomy, fashion sectors, crafts, design and arts in addition to software development. It was possible to conclude that the enterprises of creative economy stand out with a high schooling and formation.

*Key words: Training; Porto Alegre; Creative Entrepreneurship.*

**Resumo:** Num cenário de novas perspectivas o grande desafio de formação profissional encontrou eco nos diferentes segmentos da economia criativa. O objetivo geral foi descrever a formação dos empreendedores criativos em Porto Alegre, que estejam qualificando os seus negócios. O método de pesquisa foi qualitativo e descritivo com uso de técnicas bibliográficas e análises de dados secundários de uma amostragem não probabilista. Infere-se que a cidade de Porto Alegre apresentou uma fragmentação espacial dos empreendimentos criativos e seus resultados apontam para uma concentração nos setores gastronomia, moda; artesanato, design e artes além do desenvolvimento de software. Foi possível concluir que os empreendimentos de economia criativa se destacam com uma alta escolarização e formação.

*Palavras-chave: Formação; Porto Alegre; Empreendimentos Criativos.*

---

<sup>1</sup> Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens culturais – Universidade La Salle (UNILASALLE) Canoas – Brasil. Correio eletrônico: [margarete.araujo@unilasalle.edu.br](mailto:margarete.araujo@unilasalle.edu.br)

<sup>2</sup> Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens culturais – Universidade La Salle (UNILASALLE) Canoas – Brasil. Correio eletrônico: [judite.bem@unilasalle.edu.br](mailto:judite.bem@unilasalle.edu.br)

<sup>3</sup> Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens culturais – Universidade La Salle (UNILASALLE) Canoas – Brasil. Correio eletrônico: [moises.waismann@unilasalle.edu.br](mailto:moises.waismann@unilasalle.edu.br)

<sup>4</sup> Prefeitura Municipal de Porto Alegre– Porto Alegre – Brasil. Correio eletrônico: [manolo@portoalegre.rs.gov.br](mailto:manolo@portoalegre.rs.gov.br)

## 1. INTRODUÇÃO

A temática formação para a economia criativa implica em uma novidade política multidimensional e repleta de significados. Caiado (2011), por exemplo, descreve a economia criativa como um ciclo, que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. Howkins (2001) complementou o conceito com a necessidade de incorporar elementos intangíveis e tangíveis dotados de valor simbólico nesse processo.

Existem profissionais, que participam dessa criação do conhecimento e conduzem os seus projetos e empreendimentos assumindo uma nova profissionalização, voltada a economia criativa (EC) e Dorion et al (2013) justifica a necessidade de compreensão dessas atividades de criação do conhecimento empreendedor desses profissionais do setor criativo, que agregam valores econômicos e sociais a sociedade. A palavra empreendedorismo deriva da “entrepreneurship” que foi empregada para designar os estudos e perfil do empreendedor e de suas atividades e atuação, tomando projeção maior, quando Shumpeter (1984) oportunizou a sua ligação com a inovação.

No mundo atual, os contextos sociopolíticos e econômicos das últimas décadas possibilitaram uma formação cultural institucionalizada por práticas, que foram marcadas pelas metas das políticas culturais nacionais se constituindo num fenômeno contextual a ser investigado. Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul também desenvolveu o seu Plano Municipal de Economia Criativa, lançado em 2014, com o objetivo de fomentar a formação dos diferentes segmentos, proporcionando educação para as competências, logística de criação, produção, circulação, consumo e fruição de bens e serviços criativos. O Plano dessa política foi o resultado do trabalho do Comitê Municipal de Economia Criativa, formado em 2013 com vasta atuação até 2018. Assim, nesse contexto de economia criativa, de ativos intelectuais baseados na criatividade, de conhecimentos dotados de valores simbólicos e, de conhecimento empreendedor dos profissionais, na capital do Estado, é possível definir o foco desse estudo.

O objetivo geral do artigo consiste em descrever a formação dos empreendedores criativos em Porto Alegre, que estejam qualificando os seus negócios. Convém lembrar, que a trajetória das estratégias governamentais, de formação para empreendedores criativos, começou com a alta demanda do mercado no município. Apesar dessa expansão quantitativa o sistema educacional, e as políticas culturais, segundo Colbari (2012) tem dificuldade de

oferecer qualidade do ensino para atrair jovens criativos e talentosos, dificultando as capacidades de inovação, de percepção de novas oportunidades e inserção profissional. Metodologicamente, esse estudo fez uso de dados de fontes secundários se caracterizando como pesquisa qualitativa e quantitativa. O presente artigo é organizado em seções. A primeira refere-se a essa introdução, seguida pelo referencial teórico, método utilizado e análise dos dados. Por último as conclusões e referências.

## 2. REFERENCIAL

### 2.1. SETOR CULTURAL E A ECONOMIA CRIATIVA: FORMAÇÃO E CONCEITOS

A formação na área da cultura e da economia criativa é contemporânea e há pouco tempo vem sendo incluída pelo potencial que representa em determinados segmentos. Reis (2007, p. 33) destaca que “[...] o elenco integrado à cultura é infundável, abrangendo de educação a política, de esporte a ecologia, porque cultura permeia tudo o que fazemos”. Assim as dificuldades de profissionalização oportunizaram aos gestores um conhecimento mais prático e, para Colbari (2012) vem sendo considerada um desafio para os autores, que debatem essa questão, tanto no ângulo das abordagens mais pragmáticas, quanto naquelas mais teóricas, de cunho analítico e/ou compreensivo.

Florida (2011) relembra nos seus estudos, que os empreendedores da classe criativa, mesmo associados ao declínio da indústria, envolveram trabalhadores de diferentes setores em que prevaleceu um aprendizado especializado, valendo-se de um corpo de conhecimento complexo para solução de problemas específicos, assumindo uma função social diferente. Delors (2012, p. 73) classificou esses aprendizados em pilares como saberes, competências e formação holística do indivíduo. Essa prática envolveu “o aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a conviver, e aprender a ser, que, talvez, seja o mais importante por explicitar o papel do cidadão no processo”.

Nesse sentido, frente a um panorama de formação de alto nível e, portanto, do capital humano o Ministério da Educação (MEC) através do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT, 2016) instrumentalizou uma oferta de cursos de educação profissional e a sociedade em geral colocando em prática as metas do Plano Nacional de Cultura. Tratou-se de um referencial para subsidiar o planejamento dos cursos e correspondentes qualificações profissionais e especializações técnicas de nível médio e superior oferecendo a certificação do Ministério (MEC, 2019). Convém lembrar que, um curso técnico habilita para o exercício

profissional de forma articulada ao Ensino Médio, além do mais, foi disponibilizado também o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, ampliando o escopo, com outra visão de pensamento, pois se trata de cursos específicos de produção cultural.

A concepção atual da expressão formação teve seu significado alterado pelas atuais exigências de um mercado globalizado marcado por avanços tecnológicos sem precedentes em nossa história. Essa aquisição se dá através de um “[...] processo contínuo e múltiplo” sendo vários os espaços nos quais ela acontece, incorporando todas as dimensões humanas, segundo Lopes e Artilles (1998, p. 187). A formação integral hoje necessária extrapola o espaço da educação formal e considera muitos outros espaços da vida social, em termos de convívio, percepções, sensações e vivências na construção do cotidiano. Nesse sentido, “[...], profissionais que tenham outro tipo de informação e que possam trazer a sua contribuição, mas no sentido de podermos conviver com essa lógica que se instala, justamente para trazê-la a nosso serviço e não nos sujeitamos a ela por desconhecimento [...]”; (Fagundes, 1999, p. 321).

Nesse sentido, a análise deve começar retomando a definição do conceito de formação. Para Costa Neto (2016) e Kuenzer, (2002), as relações da educação e do sistema educativo tem relação com as desigualdades sociais no sistema capitalista e, portanto, questionam se a formação é um patrimônio exclusivo deste sistema formal, acreditando que é um produto de um processo contínuo e múltiplo de aprendizagem a partir das relações sociais. Para Lopes e Artilles (1998, p. 187), a formação se constitui em: “[...] um processo de valorização social, que não só envolve conhecimentos técnicos, como também dimensões atitudes e comportamentos inscritos em um currículo oculto [...]”.

Nesse sentido, pode-se destacar, conforme Mello (1996), Dellors (2012), e Grosfoguel (2013) que a reconstrução da produção intelectual e a renovação pedagógica dos sistemas de aprendizagem apresentam de forma sintética, uma nova concepção da formação e profissionalização incluindo pluralidade que é decorrência do que seria a modernidade nas relações sociais, exigindo saberes mais complexos, e uma prática epistêmica, fruto de uma correspondência entre a participação e os saberes adquiridos e construídos, ou seja, a formação ocorre a partir de vivências nas instituições formais e não formais. A formação conta também com “[...] conhecimentos abstratos e técnicos e saberes adquiridos dentro e fora das experiências do trabalho, assim como as formas de comportamento e de *know-how* adquiridos em outras esferas sociais” conforme Lopes e Artilles (1998, p. 186).

Para McGuigan (2009) e Florida (2011) a classe criativa foi identificada como uma nova pequena burguesia classificada por Bourdieu (1984, apud McGuigan, 2009), como

sendo aquelas profissões da cultura que provocam uma luta pela distinção. Golgher (2008) e Pratt (2008) afirmam que a economia criativa reafirma a atração de pessoas qualificadas e que colaboram com o desenvolvimento regional devido às atividades culturais diversificadas com alto poder de tecnologia.

Por educação, Frigotto (1996, p. 31) considerou que, quando apreendida no plano das relações sociais, ela mesma “é constituída e constituinte”. Ao tratá-la num plano mais específico salienta: educação formativa significa “[...] o desenvolvimento de potencialidades e a apropriação de “saber social” e conjunto de conhecimentos e habilidades, atitudes e valores que são produzidos pelas classes, em situação histórica dada de relações para dar conta de interesses e necessidades”. É importante deixar claro que o conceito de educação se confunde com o de formação ainda hoje.

Nesse sentido, priorizando as dimensões desta categoria central partindo do princípio de que a formação é um processo contínuo e múltiplo, que não pressupõe somente uma continuidade, mas também admite a possibilidade de rupturas por onde a cultura se renova, destaca-se que o Plano Nacional de Cultura e as prioridades da educação no país, quanto a formação dos profissionais das áreas culturais legitimaram e os conceitos de economia criativa e da indústria criativa.

## 2.2. INDÚSTRIA CRIATIVA E PLANO NACIONAL DE CULTURA

O relatório da UNCTAD (2010) descreveu que independentemente da forma como as indústrias criativas são definidas e classificadas, não há controvérsias quanto ao fato de que elas se localizam no centro do que pode ser classificado em termos mais amplos como “economia criativa”. Não existe uma definição exclusiva da “economia criativa”. Assim para esclarecer esses conceitos, “[...] ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas” segundo o relatório da UNCTAD (2010, p.10).

Segundo Bendasoli (2007) o conceito de indústrias criativas, foi utilizado no âmbito político-governamental e não no acadêmico e empresarial. O conceito surgiu na Austrália nos anos de 1990, mas foi no governo inglês de Tony Blair que ele se popularizou. A palavra “criatividade” parece fazer eco a uma redescrição semântica mais ampla: a da “economia criativa” descreveu Bendasoli (2007, p.14). Sendo um novo conceito mundial, composto de uma variedade de abstrações e óticas diferentes criadas nos últimos anos, apresenta-se no quadro 2 uma síntese teórica desenvolvida por Bendasoli (2007) para colaborar com essa

compreensão sistemática das características estruturais nas indústrias criativas.

**Quadro 2– Definições de Indústrias Criativas presentes na literatura**

Definições de Indústrias Criativas	Referencias
<p>Indústrias criativas fornecem bens e serviços que associamos amplamente a valores culturais, artísticos ou simplesmente de entretenimento. Elas incluem publicação de livros e revistas, as artes visuais (pintura e escultura), as artes performáticas (teatro, ópera, concertos, dança), gravação de músicas, filmes de cinema e TV, até mesmo moda, brinquedos e jogos.</p>	<p>Caves (2000)</p>
<p>Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração de propriedade intelectual. [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).</p>	<p>DCMS (2005)</p>
<p>Um conjunto de negócios comercialmente orientados, cujo recurso primário é a criatividade e a propriedade intelectual e que são sustentados por meio de ganhos de lucros. A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos.</p>	<p>HOTN (2000)  Hartley (2005)</p>
<p>É mais coerente restringir o termo indústria criativa a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedades intelectuais. As [indústrias criativas são aquelas que] produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e que, na verdade, empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um <i>coregroup</i>, um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, <i>Software</i>, <i>broadcasting</i> e todos os processos de editoria em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que têm as suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o <i>craft</i>, folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de <i>management</i>, de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição.</p>	<p>Howkins (2005)  Jaguaribe (2006)</p>
<p>As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento (...) operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural. [Adicionalmente,] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade. As indústrias culturais [ou criativas] são aquelas atividades que lidam, primariamente, com bem simbólicos – bens cujo valor econômico primária deriva de seu valor cultural. [...] Esta definição inclui o que tem sido chamado de indústrias culturais clássicas” (broadcast, filmes, publicações, música, design, arquitetura, nova mídia) e as artes tradicionais (artes visuais, crafts, teatro, música de teatro, concertos e performance, literatura, museus e galerias) – todas essas atividades elegíveis ao financiamento público como arte. As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um continuum que vai desde aquelas atividades totalmente dependente do ato de levar o conteúdo à audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivo e, em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral distantes) (publicação, música gravada, filme, broadcasting, nova mídia).</p>	<p>Jeffcutt (2000) Jeffcutt &amp; Pratt (2002)  O’Connor (2006)  Cornford &amp; Charles (2001)</p>
<p>Indústrias criativas é um tema que se segue à paisagem política, cultural e tecnológica de nossos dias. Ele baseia-se na dupla verdade de que (i) o core da cultura ainda é a criatividade, mas que (ii) tal criatividade é produzida, organizada, consumida e desfrutada</p>	<p>Cunningham (2002)</p>



<p>de forma muito diferente nas sociedades pós-industriais.</p> <p>Ao adotar a frase indústrias criativas o New Labour do governo britânico [...] funde as artes criativas em uma agenda política econômica. O New Labour adotou propositalmente o termo indústrias criativas para substituir o de indústrias culturais, pois o primeiro foi concebido como uma noção unificadora e democratizante. Ele cria uma ponte no fosso que separava alta e baixa cultura – entre mercado de massa e produtos culturais das indústrias culturais e a arte alta das artes criativas, agora chamadas de elitistas. Também cria uma ponte entre o fosso arte e indústria – entre as denominações do que é publicamente financiado e o que é comercial.</p>	<p>Galloway &amp; Dunlop (2007b)</p>
<p>[A indústria da cultura ou criativa refere-se] a produtos e serviços culturais que envolvem criatividade em sua produção, contemplam um certo grau de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico.</p>	<p>Throsby (2001a)</p>
<p>A emergência das indústrias criativas está relacionada à elevação das indústrias culturais, à importância do conhecimento em todos os aspectos da produção econômica, distribuição e consumo, e à crescente importância do setor de serviços. Está associada à dinâmica da nova economia, cuja forma é cada vez mais informacional, global e interconectada.</p> <p>Indústrias criativas, tais como música, entretenimento e moda, são dirigidas, não por profissionais treinados, mas por empreendedores culturais que aproveitam ao máximo do talento e da criatividade de outras pessoas. Nas indústrias criativas, grandes organizações proveem acesso ao mercado, por meio do varejo e da distribuição, mas a criatividade mesmo vem de um pool de produtores de conteúdo independentes.</p> <p>O termo indústrias criativas abrange um conjunto mais amplo de atividades que incluem as indústrias culturais mais toda a produção cultural ou artística, seja ao vivo o produzidas como uma unidade individual. As indústrias criativas são aquelas em que o produto ou serviço contém um elemento artístico.</p>	<p>Flew (2002)</p> <p>Leadbeater (1999)</p> <p>UNESCO (2007)</p>

Fonte: Bendasoli, 2007, p. 21.

Assim, tendo por base os conceitos de formação e de indústrias criativas descreve-se que a relação das metas educacionais e as do Plano Nacional de Cultura (PNC, 2011), foram indutores de metas nacionais através dos Estados da Federação, sendo possível garantir a pluralidade de gêneros, estilos e tecnologias. O planejamento do MinC seguiu as três dimensões complementares: a cultura como expressão simbólica; como direito de cidadania; e como campo potencial para o desenvolvimento econômico com sustentabilidade. As 53 metas formuladas, enquanto políticas públicas para a cultura totalizaram 14 diretrizes, 36 estratégias e 275 ações para o papel do Estado e da participação social; da proteção e promoção cultural; além do acesso aos bens culturais; e ao desenvolvimento socioeconômico sustentável até 2020. As metas específicas, que envolvem a formação dos gestores foram as: (Meta 18) com pessoas qualificadas; (Meta 35) Gestores capacitados; (Meta 36) com cursos promovidos ou certificados pelo Ministério da Cultura (PNC, 2011, pp. 9 -10).

No plano foi definido como uma política de formação necessária para os gestores culturais, bem como, para as ações de estímulo aos cursos de qualificação para gestores e conselheiros de órgãos que fazem parte do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e de demais empreendedores. Assim, o entendimento de que a formação necessária, para os gestores culturais associadas à dinâmica da nova economia, opera no desenvolvimento nas sociedades

baseadas no conhecimento e nas dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural das indústrias criativas. Isso permite entender, que as convergências conceituais das práticas das artes criativas com as indústrias culturais ofereceram um novo escopo de conhecimento, de novos consumidores-cidadãos interativos. Nesse sentido, segue o método e os dados para análise.

### **3. METODOLOGIA**

O artigo, com base bibliográfica fez uso de dados secundários coletados pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre através do Instituto Soleil de Pesquisa (INSPE). Na etapa de seleção do universo foi usada a técnica de amostragem não probabilista e denominada de intencional, que não faz uso de formas aleatórias de seleção e, mesmo sendo limitada, tem sua validade. A pesquisa levou em consideração as microrregiões do município.

Conforme Marconi e Lakatos (1990), o pesquisador se dirige àqueles elementos que, pela função desempenhada, cargo ocupado, e/ou prestígio social, exercem as funções de líderes de opinião, e dos influenciadores da opinião dos demais do seu segmento criativo, constituindo o corpus de pesquisa. Na coleta dos dados, foram utilizadas entrevistas cujo instrumento continha perguntas abrangentes, e direcionamentos específicos na área de formação. De acordo com as descrições, o resultado submetido à análise, consistiu na definição dos registros apresentados e o tratamento dos dados foi de análise e interpretação.

### **4. ANÁLISES DOS DADOS**

Com objetivo geral de descrever a formação dos empreendedores criativos na cidade de Porto Alegre, a pesquisa científica forneceu uma oportunidade de contribuir nesse promissor debate. Para alcançar este objetivo, convém lembrar que as metas de educação e do PNC, para o ano de 2016, identificaram os seguintes indicadores (Tabela 1). Ou seja, houve um investimento na formação dos gestores em cultura, desde 2012 nas 27 unidades da federação. Em relação aos municípios os anos de 2013 a 2015 houve instabilidade, mas crescimento, quanto ao percentual de alcance na formação em relação ao planejado. O ano de 2016 apresentou um retrocesso, que fere a formação dos gestores de cultura e dos conselheiros. Esta variação negativa também ocorreu com o número de municípios com mais de 100 mil habitantes com redução de gestores de cultura e conselheiros capacitados no período.



**Tabela 1: Dados de indicadores de formação dos gestores no país de 2010 a 2016**

Indicador	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Meta 2020
Número de UF com gestores de cultura e conselheiros capacitados	1	0	19	3	4	0	0	
Número total de UF com gestores de cultura e conselheiros capacitados			20 (74%)	23 (85%)	27 (100%)	27 (100%)	27 (100%)	27 (100%)
% de alcance em relação ao planejado para o ano de 2016							100%	
Número de municípios com gestores de cultura e conselheiros capacitados	39	0	23	608	133	198	82	
% de alcance em relação ao planejado para o ano de 2016		39 (1%)	62 (1%)	670 (12%)	803 (14%)	1.001 (18%)	1.083 (19%)	1.670 (30%)
Número de municípios que possuem mais de 100 mil habitantes com gestores de cultura e conselheiros capacitados	9	0	9	67	27	44	9	
Número total de municípios que possuem mais de 100 mil habitantes com gestores de cultura e conselheiros capacitados		9 (0%)	18 (0%)	85 (28%)	112 (37%)	156 (52%)	9 (55%)	300 (100%)

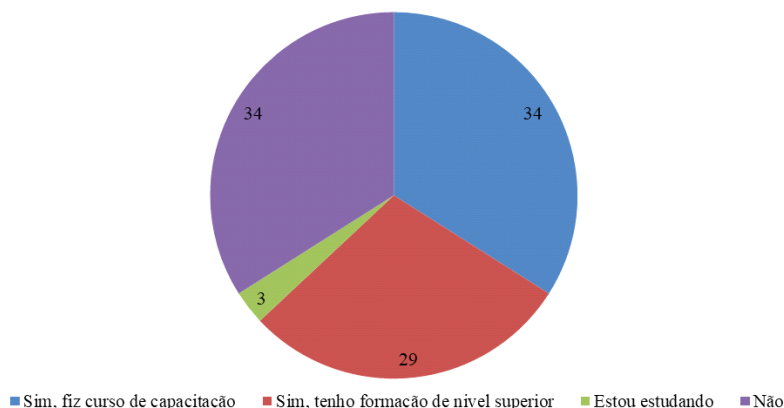
Fonte: Elaborado a partir das informações disponíveis em <pnc.cultura.gov.br/2017/07/28/meta-36/>

Assim, frente aos dados apresentados, a Secretaria de Articulação e Desenvolvimento Institucional - SADI, (2017), desenvolveu processos formativos em diferentes Universidades como a Federal do ABC; Universidade Federal da Bahia e FUNDAJ; Secretaria de Estado do Rio de Janeiro”; entre outras (Brasil, SADI, 2017, s.p.). Em comparação com o município de Porto Alegre, os dados apurados ofereceram uma visão geral da indústria (cultural) criativa da formação dos mesmos, entendendo que todo o país passou por um avanço e fomento no desenvolvimento educativo/formativo dos empreendedores culturais e criativos. A figura 1 mostrou a distribuição dos empreendedores pela formação da área de atuação e o gráfico apresenta as respostas dos questionários aplicados pelo Instituto Soleil de Pesquisa (INSPE) verificando se os empreendedores têm ou não capacitação.

Assim obteve-se nos questionários 34% dos respondentes não possuíam formação na área de seu empreendimento; 34% informaram ter desenvolvido cursos de capacitação referente à sua área de empreendimento; 29% informaram que já possuem formação acadêmica correspondente e 3% estão estudando. Florida (2011) através dos seus estudos, destacou que para os empreendedores da classe criativa, prevalece um aprendizado especializado, valendo-se de um corpo de conhecimento complexo para solução de problemas

específicos. Conforme Delors (2012) pode-se complementar que esses aprendizados são saberes, competências e formação holística do indivíduo. Ou seja, a soma dos percentuais apontou que 63% dos empreendedores estão com aprendizados especializados em suas áreas.

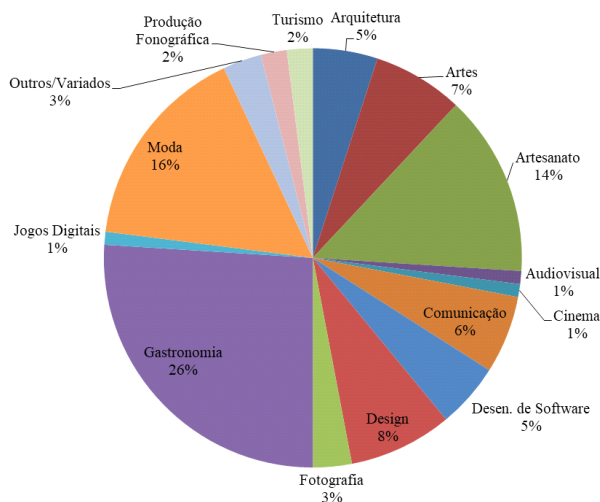
**Figura 1 – Distribuição dos empreendedores pela formação da área de atuação**



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2016.

Quanto à figura 2 referente à distribuição dos empreendedores pela área de atuação e notou-se uma concentração nos setores gastronomia (26%); moda (16%); artesanato (14%) *design* (8%); artes (7%) e desenvolvimento de software (5%). Essa distribuição caracterizou a especialização em algumas regiões da cidade de Porto Alegre, demarcando territórios. Nessa extensão municipal, ficou clara a diversidade, que não se restringem aos saberes puramente técnico-científicos, mas englobaram saberes socioculturais e comportamentais.

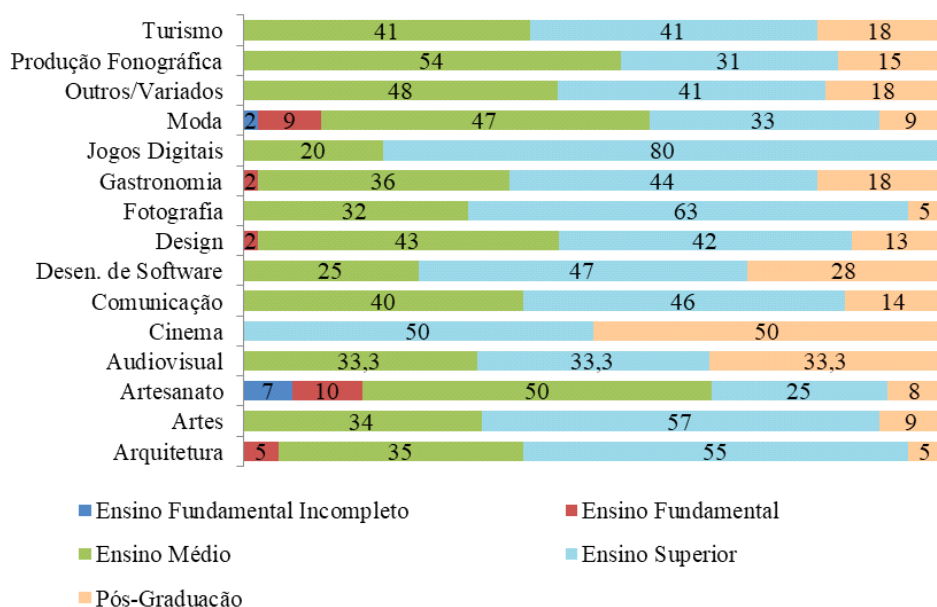
**Figura 2 – Distribuição dos empreendedores pela área de atuação**



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2016.

Na figura 3 referente à proporção, em percentual, da escolarização dos empreendedores por segmentos das Indústrias Criativas no município do Porto Alegre no ano de 2016 e, notou-se uma alta escolarização no setor de cinema com 50% de respondentes com pós-graduação, seguida pelo setor de audiovisual com 33,3% e desenvolvimento de software com 28%. O ensino superior apareceu nos setores com 80% de escolarização nos jogos digitais, 63% em fotografia, 57% nas artes e 55% em arquitetura. Nesse sentido, pode-se destacar, conforme Mello (1996), Dellors (2012), Gosfoguel (2007) que a produção intelectual e a renovação pedagógica dos sistemas de aprendizagem apresentaram uma nova concepção na formação e profissionalização incluindo saberes mais complexos, prática epistêmica, vivências nas instituições formais e não formais. O MEC (2019) promoveu e regulamentou a formação em níveis médio e superior abrangendo a criação, o desenvolvimento, a produção, a edição, a difusão, a conservação e o gerenciamento de bens culturais e materiais, convergências em multimeios e audiovisuais, além de projetos de produtos industriais, que, portanto, envolvem os segmentos da economia criativa. E, diante de um mercado globalizado marcado por avanços tecnológicos esse tipo de formação no município de Porto Alegre condensou essas diferentes articulações.

**Figura 3 - Proporção, em percentual, da escolarização dos empreendedores por segmentos das Indústrias Criativas no município do Porto Alegre no ano de 2016.**



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2016.

A Tabela 2 referente à distribuição, em percentual, dos segmentos das Indústrias Criativas pelas regiões do orçamento participativo no município do Porto Alegre em 2016 demonstrando que o artesanato, em grande proporção, e a gastronomia são as áreas da economia criativa, que estão presente em todas as regiões estudadas. São notáveis as exceções na região da 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) e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul que estão investindo e atraindo grandes empresas, o extremo sul (71%) que conta com as atividades de turismo rural. A região nordeste destacou-se com 100% de artesanato. Estas regiões estão oportunizando um ambiente propício à criatividade, e a gestão criativa. Nesta Tabela 2 também foi possível verificar a concentração de diferentes segmentos se desenvolvendo nas regiões Humaitá, Leste, Partenon e Centro. As regiões com pouca concentração de atividades foram Nordeste, Restinga, Extremo Sul e as Ilhas.

**Tabela 2 - -Distribuição, em percentual, dos segmentos das Indústrias Criativas pelas regiões do orçamento participativo no município do Porto Alegre em 2016.**

	Arquitetura	Artes	Artesanato	Audiovisual	Cinema	Comunicação Digital	Desen. de Software	Design	Fotografia	Gastronomia	Jogos Digitais	Moda	Outros/ Variados	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, 2016.

Assim, os dados apresentados apontaram regiões com proatividade nos segmentos criativos. A promoção na formação de gestores culturais e criativos buscando uma profissionalização que pode qualificar os negócios, segundo Florida (2011) é uma visão romântica mais principalmente econômica e, buscava fugir do convencional. Foi possível denotar congruência com os dados apresentados na formação de gestores empreendedores culturais/criativos do país com os dados levantados em Porto Alegre, pois os trabalhadores criativos vêm desenvolvendo ambientes nas microrregiões. Os números revelam que a classe criativa está presente em quase todos os setores econômicos.

## CONCLUSÃO

O objetivo geral consistiu em descrever a formação dos empreendedores criativos em Porto Alegre a partir dos dados coletados pelo município através do Instituto Soleil de Pesquisa (INSPE). A temática da formação cultural e criativa promovida pela MEC e pelo Plano Nacional de cultura (PNC) se consolidou nesse município com uma concentração nos setores gastronomia, moda, artesanato, *design* e artes além do desenvolvimento de software.

O através de suas ações estruturantes as diretrizes do MEC e pelo Plano Nacional de Cultura (PNC) colaboram com um resgate identitário nas comunidades e, nesse sentido, a formação dos agentes culturais torna-se cada vez mais necessária.

Assim, Porto Alegre, reuniu condições adequadas para a implantação dessas metas propostas representando essa proatividade no município que detém 63% dos empreendedores com aprendizados especializados em suas áreas, com alta escolarização no setor de cinema com 50% de respondentes com pós-graduação, seguida pelo setor de audiovisual com 33,3% e desenvolvimento de software com 28% constituindo-se num conjunto de atividades baseadas em conhecimento complementando um novo setor dinâmico na economia.

## REFERÊNCIAS

- Bendasoli, P. F. (2007). *Estudo exploratório sobre indústrias criativas no Brasil e no estado de São Paulo*. São Paulo: FGV. Disponível em: [www.bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/13367](http://www.bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/13367). Acesso em 3 de abril de 2019.
- Brasil. Ministério da Educação. (2016). *Catálogo nacional de cursos técnicos*. MEC. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/pdde/30000-uncategorised/52031-catalogo-nacional-de-cursos-tecnicos>. Acesso em 2 de março de 2019.
- Brasil. Ministério da educação. (2016). *Catálogo nacional dos cursos superiores de tecnologia*. Mec. disponível em: <http://portal.mec.gov.br/catalogo-nacional-dos-cursos-superiores-de-tecnologia>. Acesso em 2 de março de 2019.
- Brasil. Secretaria de articulação e desenvolvimento institucional (SADI). (2016). Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/secretaria-de-articulacao-e-desenvolvimento-institucional1>. Acesso em 5 março de 2019.
- Brasil. Ministério da cultura. (2011). Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/> Acesso em 7 setembro, 2019.
- Brasil. *Plano nacional de cultura*. (2019). Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/>. Acesso em 7 setembro, 2019.
- Caiado, A. S. C. (coord.) (2011). *Economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade*. São Paulo: FUNDAP.
- Caves, R. E. (2000). *Creative industries: contracts between art and commerce*. Harvard University Press.
- Carvalho, F. (2016). *No caminho para uma gestão criativa: a percepção dos gestores da economia criativa sobre suas experiências*. Dissertação. (Programa de Pós-Graduação em Administração) – UFP. Pernambuco, 133p.
- Colbari, A. (2012). “Agentes de desenvolvimento e agentes de inovação: a integração dos pequenos empreendimentos às dinâmicas socioeconômicas locais”. In: Dalla costa, a.; Etcheverry, M. S.; Gros, D. B.; Minella, A. C.; Iglecias, W. (Org.). *Desenvolvimento e crise na América Latina: estado, empresas e sociedade*. Curitiba: Editora CRV, p. 91-112.
- Costa, N. (2016). “Filosofia, cultura e formação em Karel Kosik”. In: Schlesener, A.H.; Masson, G.; Subtil, M.J.D., (Orgs). *Marxismo(s) & educação [online]*. Ponta Grossa: Editora UEPG, pp. 116-134.
- Delors, J. (2003). *Educação: um tesouro a descobrir*. 2ed. São Paulo: Cortez.
- Dorion. E.C.H. [et al.] ( 2013). “Criação de conhecimento: economia criativa versus gestão tradicional”. *REFAE – Revista da faculdade de administração e economia*, v.5, n. 1, p. 2-28.
- Fagundes, L. da C. et al. (1999). *Aprendizes do futuro: as inovações começaram*. Coleção informática para a mudança na educação. Brasília: MEC/SEED/PROINFO.
- Florida, R. (2011). *A ascensão da classe criativa*. Porto Alegre. L&PM.
- Frigotto, G. (1996) *A educação e a crise do capitalismo real*. São Paulo: Cortez.



- Golgher, A. B. (2008). “As cidades e a classe criativa no Brasil: diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros”. In *Revista brasileira de estudos populacionais*, v. 25, n. 1, p. 109-129.
- Grosfoguel, R. (2013). “Desenvolvimentismo, modernidade e teoria da dependência na América Latina”. In *Realis – Revista de estudos antiutilitaristas e pós-coloniais*, v. 3, n. 2, p. 54.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin Press.
- Inovapoa. (2016). *Mapa das oportunidades e tendências da economia criativa para a cidade de Porto Alegre*. Instituto Soleil de pesquisa. Porto Alegre: PMPA.
- Kuenzer, A. Z. (2002). “Exclusão includente e inclusão excludente. a nova forma de dualidade estrutural que objetiva as novas relações entre educação e trabalho”. In: Saviani, D. (Org.). *Capitalismo, trabalho e educação*. Campinas: Autores Associados, HISTEDBR, p.77-95.
- Lopes, A.y Artilles, M. (1998). “Las relaciones entre formacion y empleo: que formacion para que empleo?” In *formação e trabalho e competência: questões atuais*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Marconi, M. de A.; Lakatos, E. M. (1990). *Técnicas de pesquisa*. (2 ed.) . São Paulo:Atlas.
- Mcguigan, J. (2009). “Doing a Florida thing: the creative class thesis and cultural policy”. In *international journal of cultural policy*, v. 15, n. 3, p. 291-300.
- Mello, G. (1996): *Cidadania e competitividade*. (5º ed.) São Paulo: Cortez.
- Reis, A. C. F. (2007). *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura*. Barueri/SP: Manole.
- Pratt, A. (2008). “Creative cities: the cultural industries and the creative class.” In *geografiska annaler: series b, human geography*, v. 90, n. 2, p. 107-117.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1984.
- UNCTAD/DITC/TAB. (2012): *Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento*. – Brasília: secretaria da economia criativa/MINC; São Paulo: Itaú cultural. Disponível: [https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103\\_pt.pdf](https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf). Acesso em 5 março de 2018.