

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Faculdade de Administração e de Turismo
Programa de Pós-Graduação em Administração Pública em Rede Nacional –
PROFIAP



Dissertação

Proposta para a implantação de um Observatório de Economia Criativa na
Universidade Federal de Pelotas

Danielle Nolasco Zaffalon

Pelotas, 2018

Danielle Nolasco Zaffalon

**Proposta para a implantação de um Observatório de Economia Criativa na
Universidade Federal de Pelotas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração Pública em Rede Nacional – PROFIAP da Faculdade de Administração e de Turismo, da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração Pública.

Orientadora: Profa. Dra. Janaina Mendes de Oliveira

Pelotas, 2018

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

Z11p Zaffalon, Danielle Nolasco

Proposta para a implantação de um observatório de economia criativa na Universidade Federal de Pelotas / Danielle Nolasco Zaffalon ; Janaina mendes de oliveira, orientadora. — Pelotas, 2018.

66 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação Profissional em Administração Pública em Rede Nacional, Faculdade de Administração e de Turismo, Universidade Federal de Pelotas, 2018.

1. Economia criativa. 2. Desenvolvimento social e econômico. 3. Observatório. I. oliveira, Janaina mendes de, orient. II. Título.

CDD : 351

Danielle Nolasco Zaffalon

**Proposta para a implantação de um Observatório de Economia Criativa na
Universidade Federal de Pelotas**

Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Administração Pública, Programa de Pós-Graduação em Administração Pública em Rede Nacional – PROFIAP, Faculdade de Administração e de Turismo, Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 30/11/2018

Banca examinadora:

Profa. Dra. Profa. Dra. Janaina Mendes de Oliveira
Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Prof. Dr. Edar da Silva Añaña
Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Felipe Garcia Ribeiro
Doutor em Economia de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Professora Janaína Mendes de Oliveira, pela orientação, disponibilidade, paciência, incentivo e amizade que foram de suma importância para a construção e elaboração deste trabalho.

Aos meus colegas de trabalho pela paciência e auxílio quando eu necessitei me ausentar em razão da pesquisa.

À minha família e amigos que sempre forneceram palavras de incentivo e carinho nos momentos em que precisei.

Em especial a minha amiga Raquel Menestrino que me auxiliou nas transcrições, fundamentais no desenvolvimento desta dissertação.

Aos meus colegas de mestrado que acabaram virando meus amigos.

Aos professores do mestrado agradeço por terem me ajudado a agregar conhecimento.

Por fim, agradeço ao meu companheiro de todas as horas Théo, por todo o amor, apoio nos momentos de angústia e por todo o incentivo.

RESUMO

ZAFFALON, Danielle Nolasco. **Proposta para a implantação de um Observatório de Economia Criativa na Universidade Federal de Pelotas**. 2018. 66f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração Pública) – Programa de Pós-Graduação em Administração Pública em Rede Nacional – PROFIAP, Faculdade de Administração e de Turismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018.

O presente estudo aborda a temática da Economia Criativa. Os objetivos específicos do trabalho são apresentar o conceito atual dessa economia, sua evolução histórica, demonstrar o seu potencial como instrumento para a promoção do desenvolvimento econômico sustentável e social, identificar e analisar os observatórios de economia criativa existentes no Brasil e no exterior, culminando na finalidade de atingir o objetivo principal do trabalho que é apresentar uma proposta para implantação de um observatório de economia criativa na Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Por se tratar de uma pesquisa aplicada e descritiva, a metodologia pautou-se na revisão bibliográfica de postulados publicados sobre o assunto e, também, na análise documental junto a observatórios de economia criativa do país e do mundo. Ademais, foram realizadas pesquisas de campo por meio entrevistas com os coordenadores dos observatórios estaduais de economia criativa do Brasil. A gestão da UFPel também foi entrevistada com o intuito de conhecer a opinião dos mesmos sobre o tema e para analisar a viabilidade da proposta. Além disso, a pesquisa discorre sobre a importância do entendimento da sociedade sobre o conceito de Economia Criativa e, destarte, a atuação das universidades na disseminação desses saberes e, também, no incentivo para que os criativos possam subsidiar suas atuações nos contextos em que estão inseridos. Por fim, ao propor a implantação de um Observatório, objetiva-se associar os estudos teóricos desenvolvidos nos ambientes universitários às fundamentações práticas que corroboram para o desenvolvimento social e econômico do coletivo no qual a universidade insere-se.

Palavras-chave: Economia criativa; Desenvolvimento social e econômico; Observatório.

ABSTRACT

ZAFFALON, Danielle Nolasco. **Proposal for the implementation of a Creative Economy Observatory at the Federal University of Pelotas**. 2018. 66p. Dissertation (Professional Master in Public Administration) – Programa de Pós-Graduação em Administração Pública em Rede Nacional – PROFIAP, Faculdade de Administração e de Turismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018.

The present study addresses the theme of Creative Economy. The specific objectives of the work are to present the current concept of this economy, its historical evolution, to demonstrate its potential as an instrument for the promotion of sustainable economic and social development, to identify and analyze the observatories of creative economy existing in Brazil and abroad, culminating in purpose of reaching the main objective of the work that is to present a proposal for the implementation of an observatory of creative economy at the Federal University of Pelotas (UFPel). Because it is an applied and descriptive research, the methodology was based on the bibliographic review of published postulates on the subject and, also, on the documentary analysis with observatories of creative economy of the country and the world. In addition, field surveys were conducted through interviews with the coordinators of state observatories of creative economy in Brazil. The management of UFPel was also interviewed in order to know their opinion on the subject and to analyze the feasibility of the proposal. Furthermore, the research discusses the importance of the understanding of society on the concept of Creative Economy and, hence, the role of universities in the dissemination of these knowledge and, also, in the incentive so that the creative ones can subsidize their actions in the contexts in which they are inserted. Finally, when proposing the implementation of an Observatory, it aims to associate the theoretical studies developed in university environments with the practical foundations that corroborate for the social and economic development of the collective in which the university is inserted.

Keywords: creative economy; economic and social development; observatory.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1: Modelo de indústrias criativas segundo a UNCTAD..... 15

QUADROS

Quadro 1- Tipos e objetivos das entrevistas realizadas32

Quadro 2 - Análise dos objetivos, atividades e estrutura dos observatórios de
economia criativa48

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
EAD	Ensino à Distância
FAUrb	Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
NECCULT	Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura
OBEC	Observatório de Economia Criativa Estadual
OIC	Observatório de Indústrias Criativas
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Nações Unidas para o Desenvolvimento
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
UFF	Universidade Federal Fluminense
UFPEL	Universidade Federal de Pelotas
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UNESCO	Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNESP	Universidade Estadual Paulista

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Objetivo Geral	12
1.2	Objetivos Específicos	12
1.3	Justificativa	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	Conceito e evolução histórica da Economia Criativa	14
2.2	Desenvolvimento da Economia Criativa em Nível Internacional	19
2.3	A Economia criativa no Brasil	21
2.4	Economia Criativa e desenvolvimento econômico	24
2.5	Observatórios de Economia Criativa	25
2.6	O papel da Universidade	27
3	METODOLOGIA	29
3.1	Classificação da pesquisa	29
3.2.	Coleta de dados	30
3.3	Análise dos dados	33
3.3.1	Ações de economia criativa – o caso da Feevale	33
3.3.2.	Observatórios de Economia Criativa do Rio Grande do Sul e do Rio de Janeiro	35
3.3.3	Visão dos coordenadores de cursos da UFPel	40
3.3.4.	Visão da Reitoria da UFPel	44
3.3.5	Análise documental dos observatórios de economia criativa	45
4	PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA NA UFPEL	49
4.1	Alinhamento estratégico da proposta:	49
4.2	Objetivos do Observatório de Economia Criativa	50
4.3	Atividades do Observatório	51
4.4	Estrutura do Observatório	52
	CONCLUSÃO	54
	REFERÊNCIAS	57
	Apêndices	62

1 INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo a criatividade está em evidência. Nas últimas décadas, os governos e as empresas passaram a reconhecer a importância da criatividade como um diferencial competitivo. A criatividade, o conhecimento, o acesso às informações e as ideias têm se destacado no mercado, vindo ao encontro da tendência atual de um consumo mais consciente e responsável.

A criatividade é o elemento principal da economia criativa, que é um tema em destaque diante de sua crescente importância na economia globalizada. A economia criativa, como o próprio nome diz, une economia com criatividade e pode ser definida como um processo que envolve a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos (UNCTAD, 2010). A economia criativa compreende atividades relacionadas ao design, tecnologia, moda, arquitetura, artes, produção cultural, cinema, turismo, mídia, entre outros.

Pesquisas destacam o impacto desse setor na economia dos países. No Brasil, por exemplo, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) apresentou um estudo (2013) comprovando que a economia criativa formal no país variou entre 1,2% e 2% do produto interno bruto (PIB) no período de 2006 a 2009 (MARIA DE OLIVEIRA et al, 2013). Já o estudo realizado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), em 2012, concluiu que a contribuição dos segmentos criativos no Brasil foi de 2,7% do PIB em 2011. Em 2016, a FIRJAN apresentou dados de que a economia criativa gerou uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões para a economia brasileira no decorrer do ano de 2015.

Diante da missão das Universidades, as quais assumem o compromisso de atuarem como propulsoras do desenvolvimento econômico e social da sociedade, o objetivo principal deste trabalho é apresentar uma proposta de intervenção na Universidade Federal de Pelotas (UFPel) que consolide um mecanismo para que a Universidade de fato desenvolva essa missão.

O mecanismo proposto é a criação de um Observatório de Economia Criativa com o objetivo de que a UFPel tenha um espaço para formação, discussões, debates, pesquisas, análise, mapeamento e projetos sobre economia criativa, um ambiente acadêmico-prático de pesquisa e extensão sobre o tema envolvendo

alunos, professores, pesquisadores, especialistas, agentes governamentais, atores privados e representantes do setor criativo.

Por meio do observatório, pretende-se fomentar o desenvolvimento econômico da cidade de Pelotas e, também, da região sul do Rio Grande do Sul com base na economia criativa, orientando e qualificando as ações sociais e políticas públicas, como uma nova opção para geração de riqueza, tendo em vista a baixa industrialização na região e a predominância de uma economia basicamente agrícola e voltada ao comércio.

A metodologia adotada para atingir o objetivo principal foi a pesquisa bibliográfica, por abranger um levantamento de conceitos teóricos do tema, a evolução histórica e a demonstração de dados econômicos da Economia Criativa. Foi utilizada também a pesquisa documental e de campo, pois foi necessário analisar alguns observatórios de economia criativa para realizar a proposta do trabalho.

1.1 Objetivo Geral

Propor a criação de um Observatório de Economia Criativa na Universidade Federal de Pelotas.

1.2 Objetivos Específicos

Esta dissertação tem como objetivos específicos:

- a) apresentar o conceito atual e a evolução histórica de Economia Criativa, e o seu potencial como instrumento para a promoção de desenvolvimento econômico sustentável e social;
- b) identificar e analisar os observatórios de economia criativa existentes no Brasil e no exterior;
- c) conhecer a opinião dos gestores da UFPel sobre o tema da Economia Criativa.

1.3 Justificativa

Com a nova missão das Universidades de protagonizarem ações que contribuam para o desenvolvimento econômico e social, principalmente na região onde estão localizadas, e diante da situação econômica da região sul do Rio Grande do Sul que é carente de investimentos, com a presença de poucas indústrias tradicionais, a pesquisa procurou apresentar uma proposta para que a Universidade Federal de Pelotas de fato exerça o seu papel com eficiência. Como a Economia Criativa é uma abordagem que vem se destacando nos últimos anos como uma alternativa viável de desenvolvimento econômico e social e que depende principalmente do capital intelectual, que é abundante na UFPel, é apresentado no trabalho uma proposta de implantação de um observatório de economia criativa na UFPel para fomentar a Economia Criativa na região sul do Estado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceito e evolução histórica da Economia Criativa

O presente trabalho trata da relação entre a economia e a criatividade, a chamada economia criativa que é um tema que tem se destacado nos últimos anos em razão de seu crescimento no âmbito econômico e social. Segundo Howkins (2013), a relação entre criatividade e economia tem sido cada vez mais valorizada. De acordo com Florida (2011), a criatividade passou a ser reconhecida como o principal fator de crescimento da economia e da vida em sociedade, um dos exemplos que comprova isso é o fato de que a indústria fonográfica na Inglaterra está faturando mais que a indústria “tradicional” automobilística e têxtil.

A criatividade sempre foi o diferencial na competição econômica, a constante busca pela inovação traz como consequência sucesso mais duradouro, porém somente nas últimas décadas é que se passou a reconhecer isso e trabalhar sistematicamente para atingir esse sucesso (FLORIDA, 2011). Segundo Howkins (2013), ao tratar sobre criatividade e ideias, “as pessoas com ideias se tornaram mais poderosas do que aquelas que operam máquinas e, em muitos casos, até mais do que aquelas que possuem máquinas”.

Todavia, é preciso deixar claro o que é esta criatividade. Criatividade é o dom de criar algo novo, original, independente se a invenção será usada ou não. Sempre que a maioria pensa em criatividade, vem no pensamento a criação de invenções extraordinárias ou novos produtos, contudo a criatividade não se limita a isso. Todos são criativos de algum modo, porém algumas pessoas acabam utilizando a sua criatividade comercialmente, como o meio principal de sobrevivência (HOWKINS, 2013). De acordo com a FIRJAN (2008), toda atividade humana utiliza-se de alguma maneira da criatividade e existe um movimento para reconhecer, em determinadas atividades, conteúdo intelectual, artístico e cultural entre outros que podem vir a agregar valor a bens e serviços.

Para White, Gunasekaran e Roy (2014), a economia criativa está fundamentada na criatividade e talento dos indivíduos, de forma que as indústrias criativas seriam catalisadoras de oportunidades geradas por meio do trabalho dos

indivíduos criativos. A valorização dessa criatividade no processo produtivo é a principal diferença entre as indústrias criativas e as tradicionais. O capital intelectual é o principal insumo para produção na indústria criativa (UNCTAD, 2010).

As indústrias criativas são caracterizadas como indústrias que tem na sua origem a criatividade e que possuem um potencial para geração de empregos e riquezas por meio da geração e exploração da propriedade intelectual (BRITISH COUNCIL, 2005). As indústrias criativas são vastas no espaço, lidando com a interação de vários setores criativos que variam desde aqueles enraizados no conhecimento tradicional e cultural, como o artesanato e as festas culturais, como também setores tecnológicos, como audiovisuais e novas mídias (UNCTAD, 2010).

A Conferência das Nações Unidas para o Comércio Internacional e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010) classifica a indústria criativa conforme segue:

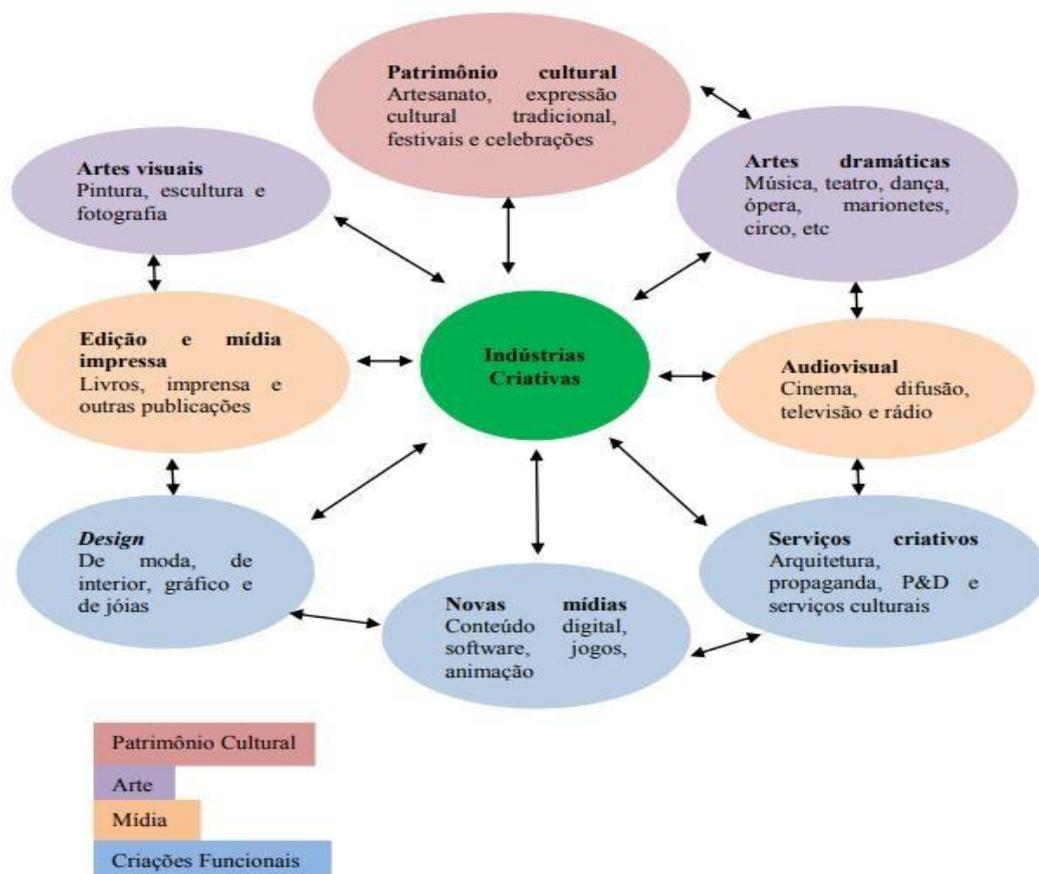


Figura 1: Modelo de indústrias criativas segundo a UNCTAD.
Fonte: Adaptado de Cândido, 2014.

As indústrias criativas compõem a chamada economia criativa que pode ser definida como um processo que envolve a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos, o que resulta em produção de riqueza cultural e econômica (MINC, 2013).

O termo “economia criativa” é relativamente recente, é um produto do paradigma de produção da sociedade contemporânea, pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento, da informação, da tecnologia e do aprendizado. Surgiu em 1994, citado pelo então primeiro-ministro da Austrália, Paul Keating, no documento *Creative Nation*, ou Nação Criativa, o qual apresentou novas políticas públicas de incentivo às indústrias da economia criativa, almejando a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país (MIGUEZ, 2007).

Importante ressaltar que, já no início dos anos 1980, Margaret Thatcher havia destacado a importância dos setores tecnológicos e criativos para o desenvolvimento da economia do Reino Unido, mas foi somente em 1997 que o britânico Tony Blair criou um órgão de governo dedicado às indústrias criativas, com o intuito de buscar novos caminhos para a economia do Reino Unido. Diante do crescente declínio da indústria manufatureira à época, a economia criativa surgiu como uma oportunidade de crescimento econômico (BOTELHO, 2011).

Em 1998, o governo britânico identificou que os setores criativos responderiam por cerca de 5% do PIB do país e, assim, decidiu mapear e dividir a economia criativa em treze setores: artesanato, arquitetura, artes cênicas, artes e antiguidades, cinema, design, editorial, moda, música, publicidade, software, software interativo de lazer e televisão e rádio (FLEW, 2013).

Um marco importante para definição de economia criativa foi a Conferência das Nações Unidas para o Comércio Internacional e Desenvolvimento (UNCTAD), realizada em 2004. Na conferência, foi ampliado o conceito da criatividade de somente atividades que possuam um sólido componente artístico para qualquer atividade econômica que produza gêneros dependentes da propriedade intelectual.

Para John Howkins (2013), a economia criativa consiste na transação de produtos oriundos dos segmentos criativos que são quatro: os segmentos ligados aos direitos autorais, formados por todos os setores que criam trabalhos com direitos autorais ou a ele relacionados como seu principal produto; os segmentos ligados a

patentes que são formados por todos os setores que produzem ou lidam com patentes; os segmentos ligados a marcas e os segmentos ligados a desenhos. Segundo o autor, a economia criativa trabalha com dois sistemas de valor. Um baseado no produto físico, com valor tangível, e o outro na propriedade intelectual que seria o valor intangível. Esse valor intangível é criado pelo empreendedor criativo.

Para Howkis (2013), a economia criativa percorre campos da propaganda, arquitetura, artes, artesanato, design, moda, cinema, música, artes cênicas, setor editorial, pesquisa e desenvolvimento, software, brinquedos e jogos, televisão e rádio e vídeo games.

A UNCTAD, conforme a figura 1, divide a economia criativa em quatro grupos: patrimônio, artes, mídia e criação funcional (UNCTAD, 2010). O primeiro grupo, patrimônio, é composto por expressões culturais tradicionais, tais como artesanatos, festivais e celebrações, além dos sítios culturais como museus, locais arqueológicos, bibliotecas e exposições. No grupo das artes, encontram-se as atividades ligadas exclusivamente à arte e cultura, às artes visuais que englobam pintura, escultura, fotografia e antiguidades, e às artes performáticas que abrangem a música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, marionetes, etc. Já no grupo denominado mídia, há a produção de conteúdo criativo com objetivo de comunicação com o grande público, como a editorial (livros, imprensa e outras publicações) e a audiovisual (cinema, televisão, rádio e outras transmissões). O último grupo, criação funcional, é formado por atividades como design e a chamada nova mídia, como software, videogames e conteúdo criativo digitalizado, e os serviços criativos, como o arquitetônico, a publicidade, os culturais e os recreativos, P&D (pesquisa e desenvolvimento), entre outros.

Conforme relatório da UNCTAD (2010), as indústrias criativas são aquelas que “combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais por natureza. Estes conteúdos são tipicamente protegidos por direitos autorais e podem assumir a forma de bens e serviços”. De acordo com o referido relatório, considera-se que a Economia Criativa compõe a terceira maior indústria mundial, ficando atrás apenas das indústrias bélica e petroleira e possui remuneração maior do que a da oferecida na indústria tradicional.

A economia criativa se baseia na criatividade, cultura, ideia e na habilidade de cada ser humano, potencialmente geradores de crescimento socioeconômico. De acordo com a definição adotada pela UNCTAD, a economia criativa tem o potencial de fomentar o crescimento econômico, a criação de empregos e os ganhos de exportação, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano (UNCTAD, 2010).

Howkins (2013) afirma que a economia do mundo ocidental ingressou em uma nova era de sua história, sugerindo que as sociedades industriais passaram por transformações que já não podem ser aceitas com as denominações de antigas teorias. Essas sociedades são agora chamadas de: pós-industriais, pós-fordistas, pós-modernas, sociedade de informação, etc. A mudança de uma economia, antes orientada para a produção em massa e fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho, para uma economia na qual a base do capital é intelectual, fundamentando-se no indivíduo, na capacidade de formações de redes sociais e na troca de conhecimento.

Apesar de ainda existir uma resistência para estimular o desenvolvimento da economia criativa, é possível encontrar cidades que possuem diversos agentes culturais que agem em diferentes fases das cadeias das indústrias criativas, desde o ato criativo até a produção e distribuição de bens e serviços. Nestes centros, visualizam-se ações com finalidade de potencializar a criatividade e o empreendedorismo para dinamizar bases de desenvolvimento sustentável, são as chamadas cidades criativas. As cidades criativas podem ser desde aquelas pequenas o suficiente para afetar apenas indústrias culturais locais até aquelas suficientemente grandes para servirem de portais para os mercados internacionais (UNESCO, 2013).

Lisboa é um exemplo de cidade criativa. Em um estudo realizado na cidade, a câmara municipal (nome dado ao que se chama no Brasil de Prefeitura) fez um mapeamento da economia criativa na cidade. Foram levantados 277 (duzentos e setenta e sete) atores estratégicos agrupados em três segmentos: serviços criativos, indústrias culturais, atividades artísticas e culturais. Segundo os autores, há, em Lisboa um forte trabalho de preparar e fertilizar o terreno para a transformação do trabalho criativo em inovações e em produtos e serviços para as empresas e, até

mesmo, para a cidade, de modo a gerar emprego e renda, criando as condições técnicas, institucionais e financeiras para tal fato (OLIVEIRA et al, 2016).

Para Florida (2011), a economia está mudando de um sistema centrado nas corporações para um sistema centrado nas pessoas e, assim, as empresas estão se mudando para onde estão as pessoas e não o contrário - como acontecia no passado. A criatividade está substituindo a localização geográfica e os recursos naturais como elemento principal para o dinamismo urbano. Dessa forma, as cidades precisam saber atrair os criativos e fazer com que permaneçam nas cidades, pois é a existência dos criativos que irá atrair as empresas.

2.2 Desenvolvimento da Economia Criativa em Nível Internacional

Nos anos 1990, os governos da Inglaterra, Austrália, Canadá e da Nova Zelândia empenharam-se em políticas voltadas às indústrias criativas. O esforço desses países deu-se numa tentativa de reposicionamento estratégico diante de uma nova divisão internacional do trabalho e da forte importância da exploração de direitos de propriedade sobre aspectos intangíveis do conhecimento marcado fortemente pelo discurso da sociedade do conhecimento, da informação e do pós- fordismo/pós-industrial. O design, a publicidade e o marketing começaram a adquirir importância crescente na construção de posições competitivas e na agregação de valor a produtos e serviços (CORAZZA, 2013).

Com o passar dos anos, o setor criativo ganha cada vez mais relevância no âmbito internacional. De 2000 a 2005, o setor cresceu 11% na Europa. Em 2007, a indústria criativa era o quarto maior setor da Europa e, em 2008, o setor representou 5% da força de trabalho, representando 4,5% do produto nacional bruto total. O crescimento deu-se mesmo em tempos de crise. Dada a diversidade cultural da Europa e a extrema ligação entre cultura e criatividade, as indústrias criativas europeias representam um grande recurso e uma fonte de vantagem competitiva global. Isto é demonstrado pelo fato de que oito dos dez exportadores culturais, em 2005, foram países europeus (OLIVEIRA et al, 2016).

Segundo o relatório das Nações Unidas sobre a Economia Criativa, nomeado de “Widening local development pathways”, coeditado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e o

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) por meio do Escritório da Organização das Nações Unidas (ONU), o comércio mundial de bens e serviços criativos alcançou o marco recorde de 624.000 milhões de dólares em 2011 e duplicou-se no período entre 2002 e 2011. A principal mensagem do relatório é de que a criatividade e a cultura também possuem um valor não monetário expressivo que contribui para o desenvolvimento social inclusivo e sustentável, para o diálogo e o entendimento entre os povos (UNESCO, 2013).

O relatório incluiu exemplos que demonstram que a economia criativa aumenta a qualidade de vida em nível local dos países em desenvolvimento. Na Argentina, por exemplo, as indústrias criativas empregam cerca de 300.000 (trezentas mil) pessoas. Em Marrocos, as indústrias editorial e gráfica possuem um volume de negócios de mais de 370 milhões de dólares. Em Bangkok, a indústria da moda por si só tem dado lugar a 20.000 negócios, envolvendo muitos jovens que atuam como designers de pequena escala (UNESCO, 2013).

Na América Latina, merece destaque o Observatório de Indústrias Criativas (OIC), da Argentina, criado pela administração municipal de Buenos Aires, cidade que recebeu da Unesco o selo Cidade do Design, dentro do programa Cidades Criativas da ONU (SERRA, FERNANDEZ, 2014).

A importância das indústrias criativas é evidente também nos países em desenvolvimento do Leste Asiático, como Coreia do Sul, Singapura, Taiwan e, especialmente, na China, nas áreas de software, publicação, design, música, filmes de vídeo, produção e videogames (OLIVEIRA et al, 2016).

Além do grande potencial de geração de empregos melhor remunerados, a economia criativa configura-se, também, como campo para o desenvolvimento de políticas públicas de desenvolvimento local e regional para a recuperação de áreas degradadas, a exemplo das experiências de Buenos Aires, Argentina, e de Seul, Coreia do Sul. Nas duas cidades, a instalação de museus, centros de cultura e outros projetos culturais em áreas urbanas consideradas um problema geraram efeitos positivos que as transfiguraram em ambientes muito valorizados (SERRA, FERNANDEZ, 2014).

Em alguns países, como a Índia e os EUA, o faturamento de atividades enquadradas na Economia Criativa impressiona. A indústria de software, na Índia, arrecada cerca de 20 bilhões de dólares por ano, enquanto, nos EUA, a produção de

filmes em Hollywood, que corresponde a 85% dos filmes exibidos no mundo, arrecada o equivalente a 72 bilhões de dólares por ano (DUISEMBERG, 2008).

2.3 A Economia criativa no Brasil

No Brasil, os primeiros passos para a economia criativa ser reconhecida como parte integrante do plano de desenvolvimento brasileiro foram dados em 2004 quando aconteceu o encontro quadrienal da *United Nations Conference on Trade Development* – UNCTAD, o UNCTAD XI, em São Paulo. Com o evento, o governo passou a reconhecer a importância da economia criativa e o potencial brasileiro neste mercado (WACHOWICZ, 2011).

No mesmo ano, o Ministério da Cultura (MinC) por meio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), iniciou o mapeamento do setor cultural no Brasil, pelo qual foram coletados dados em mais de 320 mil negócios culturais. O IBGE concluiu que o setor cultural foi responsável por 1,6 milhões de empregos, que significou 4% da mão de obra do país no período de 2003 a 2005, e foi responsável por 5% do total de negócios do mesmo período.

Nos anos seguintes, a economia criativa alcançou o espaço de destaque nos debates como uma alternativa de desenvolvimento sustentável, mas foi só em 2011 que o MinC anunciou o projeto de criação de uma Secretaria de Economia Criativa dentro de sua estrutura. A Secretaria foi instituída pelo Decreto nº 7743, de 1º de junho de 2012, com a missão e objetivo principal de elaboração, implementação e avaliação de políticas públicas que visem o desenvolvimento da economia criativa no Brasil (SOUKUP FILHO, 2014).

Apesar disso, atualmente, a produção de dados estatísticos sobre a economia criativa no Brasil ainda é insignificante, e os poucos estudos existentes adotam metodologias muito diferenciadas, isso ocorre pela ausência de uma diretriz do governo referente à uniformização e à classificação das atividades econômicas consideradas pertencentes ao setor criativo (MINC, 2012).

O MinC no seu Plano de Políticas, Diretrizes e Ações, referente ao período de 2011 a 2014, para a Secretaria de Economia Criativa, apresentou alguns dados e informações estimados a partir dos estudos realizados pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2008) e pela Conferência das Nações Unidas

para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010), nos parâmetros de massa salarial e de nível de ocupação extraídos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e da quantidade de empreendimentos considerados criativos de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) do IBGE.

Dentre os dados apresentados, destacam-se a contribuição dos setores criativos ao PIB do Brasil em 2010 que foi de R\$ 104,37 bilhões, que equivale a 2,84% do PIB do Brasil, o que superou alguns subsetores tradicionais de atividade econômica, como a produção e distribuição de eletricidade, gás, água, esgoto e limpeza urbana (R\$ 103,24 bilhões). O crescimento do setor, de 2005 a 2010, equivalente a 6,13%, foi superior ao crescimento médio anual do PIB brasileiro à época, que foi de 4,3%. Outro dado importante foi de que 8,54% do total de empregados formais no Brasil, em 2010, são relacionados aos setores criativos e que a renda média (R\$2.293,64) dos trabalhadores formais do núcleo dos setores criativos foi 44% superior à média da renda dos trabalhadores formais do Brasil (R\$1.588,42) (MINC, 2012).

O MinC, porém, ressaltou que os dados apresentados não representaram a real dimensão da economia criativa nacional, pois as metodologias de pesquisa adotadas pelos órgãos acima consideraram apenas as atividades econômicas realizadas pelos empreendimentos e trabalhadores formais e, em razão do alto grau de informalidade da economia criativa brasileira, concluiu-se que grande produção dos setores criativos nacionais não foi incorporada aos relatórios estatísticos.

O mapeamento mais recente, realizado pelo FIRJAN de 2016, cobre o período de 2013 a 2015 considerando o cenário de grande crise nacional. Sob a ótica da produção, que se reporta ao valor de produção gerado pelos estabelecimentos criativos, que não necessariamente empregam somente colaboradores criativos, a área criativa mostrou-se menos impactada ante a crise do período de 2013 a 2015, quando comparada à totalidade da economia nacional. A participação da Economia Criativa no PIB Brasileiro cresceu de 2,56% para 2,64%, gerando uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões para a economia brasileira em 2015, valor equivalente à soma dos valores de mercado das marcas Facebook, Zara e L'Oréal reunidas (FIRJAN, 2016).

Sobre o mercado formal de trabalho na Economia Criativa, em 2015, existiam no Brasil 851,2 mil profissionais formais, houve um crescimento de 1,8%,

0,1% a mais comparado a 2013 que foi de 1,7%, apesar de parecer um crescimento baixo a variação foi relevante diante do encerramento de quase 900 mil postos de trabalho no total do mercado de trabalho mesmo com a crise o que reforça o papel estratégico de a economia criativa ser a opção mais viável ao desenvolvimento econômico sustentável (FIRJAN, 2016).

.As áreas de Consumo (44,2%) - que engloba design, arquitetura, moda e publicidade - e Tecnologia (36,8%) responderam por mais de 80% dos trabalhadores criativos no Brasil com destaque para Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), Publicidade e Arquitetura. Em relação à remuneração, os trabalhadores criativos continuaram a apresentar salários superiores à média da economia com salário médio de R\$6.270,00, mais de duas vezes e meia a remuneração média dos empregados formais brasileiros (R\$ 2.451,00). O mapeamento da FIRJAN apontou para uma maior especialização e profissionalização dos criativos e maior foco no atendimento ao consumidor, com agregação de valor para atendimento eficiente ao consumidor o que foi observado principalmente nos segmentos de Design, Moda, Publicidade e Expressões Culturais (FIRJAN, 2016).

Os estados que mais se destacam em termos de participação: São Paulo, com o percentual de 2,4% de trabalhadores formais criativos, e o Rio de Janeiro, com 2,2% de seus trabalhadores formais no ano de 2015. Rio Grande do Sul, com 1,9%, e Santa Catarina, com 2,1%, também têm participação de criativos superior à média nacional (FIRJAN, 2016).

No Brasil, entre os parques tecnológicos que têm entre as suas atividades setores da economia criativa destacam-se o Porto Digital do Recife, o Tecnopuc de Porto Alegre, o Sapiens Parque de Florianópolis, o ParqTec de São Carlos e o Ciatec, Fundação CPqD, Centro de Tecnologia da Informação Renato Archere, o Techno Park, os quatro últimos de Campinas. O Porto Digital do Recife, cujas áreas de atuação são software, games, multimídia, cine-vídeo animação, música, design, fotografia, propaganda e publicidade, congrega, de acordo com seu sítio eletrônico, 200 (duzentas) empresas instaladas nas quais trabalham 6.500 (seis mil e quinhentos) profissionais. O Parque Tecnológico da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e o Sapiens Parque de Inovação de Florianópolis destacam a

economia criativa como uma de suas áreas principais de atuação (SERRA, FERNANDEZ, 2014).

2.4 Economia Criativa e desenvolvimento econômico

Não há só uma teoria sobre desenvolvimento econômico e não existe um consenso para sua definição. Há uma teoria que considera o crescimento e o desenvolvimento econômico como conceitos equivalentes. Segundo Bresser-Pereira (2008), ambos os termos possuem o mesmo significado e dizem respeito ao processo de acumulação de capital e incorporação de progresso técnico aos fatores capital e trabalho, levando à elevação da produtividade e do padrão de vida da população. O autor entende que medidas como variação de renda por habitante nem sempre são suficientes para mensurar desenvolvimento e crescimento econômico, pois não é sempre que esse crescimento vem acompanhado de transformações estruturais, culturais e institucionais.

Outra teoria entende que o crescimento é uma condição necessária para o desenvolvimento, mas não a única, pois, além de existir o crescimento econômico contínuo, deve envolver mudanças de estruturas e melhoria de indicadores econômicos, sociais e ambientais, implicando o fortalecimento da economia nacional, e elevando o nível de bem-estar da população, com a preservação do meio ambiente (SOUZA, 2005).

Considerando esses conceitos, entende-se que a economia criativa enquadra-se na segunda teoria apresentada, pois, de acordo com Reis e Deheinzelin (2008), a Economia Criativa vai além de ser apenas uma atividade econômica, o diferencial dela são suas características inclusivas, pois a criatividade, a cultura e o conhecimento, pilares dessa economia, são recursos inesgotáveis que geram alto valor agregado, que se renovam e se multiplicam. A Economia Criativa pode gerar produtos tangíveis com valores intangíveis, diferentemente da proposta da economia tradicional, adicionando novos aspectos que agregam valor aos produtos.

Além disso, a Economia Criativa estrutura-se em rede rompendo com o modelo de concorrência. Em uma estrutura em rede, a produção e o consumo desdobram-se em muitas possibilidades em que cada participante beneficia-se com

a entrada de novos colaboradores, empresas de variados portes, que tornam a rede mais rica e diversificada.

A Economia Criativa trabalha com o intangível que é multidimensional, duplicável e ilimitado, desse modo, quando somada às tecnologias digitais, tem-se inúmeras opções colaborativas. Como a Economia Criativa trabalha com recursos renováveis, ela é estratégica para a sustentabilidade do planeta, não sendo apenas uma atividade econômica, mas também um fator de evolução social, a qual pode reformatar a sociedade, originando modelos mais solidários de viver, de fomentar o desenvolvimento e autonomia mundial (DEHEINZELIN, 2009).

2.5 Observatórios de Economia Criativa

Conforme Antunes e Mangueira (2005), observatório é definido como um modelo facilitador da interação entre as Universidades, o setor produtivo e o poder público. Ademais, é responsável por identificar demandas e oportunidades para novas frentes de trabalho, para o desenvolvimento econômico e social do país e tem, também, como função conscientizar e mobilizar o conhecimento para o desenvolvimento sustentável.

Para Back (2016), os observatórios dedicam-se a oferecer informações estratégicas aos diversos setores da economia para auxiliar na tomada de decisão, colabora na identificação de oportunidades de inovação e oferece base de dados relevante e atualizada para propiciar um ambiente favorável ao aprendizado e à inovação.

Os observatórios possuem duas grandes funções: informações e resultados. Investigar, avaliar e discutir as informações relevantes na área de atuação e relatar os resultados para sociedade em um espaço aberto para contribuições de agentes externos ao observatório. A dependência de uma organização com o ambiente onde está inserida a obriga a estar atenta às mudanças, que é um dos objetivos de um observatório (MARCIAL, 2009).

Em outubro de 2006, a UNESCO publicou o seu Marco Estratégico para o Brasil, com três objetivos estratégicos, sendo um deles a intensificação da relação entre cultura e desenvolvimento, por meio da capacitação e do compartilhamento de conhecimentos, usando a sua diversidade cultural como alavanca para o

desenvolvimento econômico sustentável, expostas em duas linhas de ação: apoiar a criação de sistemas nacionais de informação e de estatística culturais, e iniciativas que complementem as ações públicas, tais como observatórios, bancos de dados e estudos em áreas específicas da economia criativa e apoiar a concepção e a implementação de leis que visem criar sistemas de planejamento, orçamento e administração para os serviços e bens culturais. Assim, a criação dos observatórios de economia criativa é uma iniciativa prevista no documento da UNESCO para o Brasil (BRASIL MINC UNESCO, 2016).

Diante dessa previsão, o Ministério da Cultura criou, em junho de 2012, por meio da Secretaria de Economia Criativa (SEC), o Observatório Brasileiro de Economia Criativa (OBEC) com a proposta de estimular a produção, reunir, produzir e difundir informações quantitativas e qualitativas estratégicas sobre a economia criativa nacional no Brasil, fomentar estudos sobre o impacto da economia criativa na dinâmica cultural, social e econômica do País e estimular a constituição de uma rede de pesquisadores, especialistas, agentes governamentais e representantes dos setores criativos, além da criação de observatórios estaduais (BRASIL MINC, 2013). O observatório passou a ser um instrumento eficiente e eficaz para fomentar as pesquisas na área de economia criativa, desempenhando um papel estratégico sobre o desenvolvimento do Brasil (UFRGS, 2016).

Já os observatórios estaduais surgem com o objetivo de mapear as diversas dimensões da economia criativa brasileira, identificando os agentes envolvidos na economia criativa nos fluxos macro e microeconômicos, formulando indicadores para o mapeamento do mercado criativo, organizando pesquisas nacionais, propagando as pesquisas nacionais e internacionais, promovendo o incentivo à participação dos estados e municípios para a construção de uma rede sobre a economia criativa, com o intuito de estabelecer espaços informativos e troca de conhecimento sobre a área.

A Universidade Federal do Amazonas lançou o primeiro observatório estadual do Brasil em novembro de 2013. Após, foram criados mais cinco observatórios estaduais, o OBEC do Distrito Federal, ligado à Universidade de Brasília, o OBEC do Rio de Janeiro, sediado na Universidade Federal Fluminense, o OBEC da Bahia, situado na Universidade Federal da Bahia, o OBEC de Goiás, presente na Universidade Federal de Goiás, e o OBEC do Rio Grande do Sul, criado em agosto de 2014, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

2.6 O papel da Universidade

Para apresentar a proposta de intervenção do presente trabalho é necessário tratar do papel das Universidades. Assim sendo, considera-se que as universidades foram criadas para desempenhar o papel de transmissoras de conhecimento. Em 1088, quando é criada a primeira Universidade, Universidade de Bolonha, a principal missão da Universidade era o ensino.

Após, no século XIX, com a criação da Universidade de Berlim, deu-se início à Primeira Revolução Acadêmica, a qual agregou uma nova missão à Universidade, a pesquisa, e que deu origem a um novo modelo de universidade conhecido como prussiano ou idealista alemão (GIMENEZ e BONACELLI, 2013).

Na segunda metade do século XX, em especial nos Estados Unidos, surge a segunda revolução acadêmica e a terceira missão, consequência direta da indiscutível necessidade de inovação, a atuação da Universidade como vetor e protagonista do processo de desenvolvimento econômico e social da sociedade em que está inserida. Essa terceira missão orienta as universidades no sentido de assumirem maior visibilidade e estimularem o uso do conhecimento gerado internamente para o desenvolvimento social, cultural e econômico (AUDY, 2017).

A Universidade incorpora uma nova missão em decorrência de demandas que surgiram da própria condução da missão anterior, resultado da própria evolução do papel da universidade. Assim, o contexto de desenvolvimento científico, tecnológico e social transformou e continuará transformando as universidades, convidando-as a revisarem suas práticas de ensino e formas de interação com a sociedade. Diante desses argumentos, afirma-se que a continuidade da Universidade reside na sua própria história de desenvolvimento (GIMENEZ e BONACELLI, 2013).

O conceito mais utilizado para entender essa mais recente missão das Universidades é o modelo da Hélice Tripla, defendido por Etzkowitz e Leydesdorff (1997), que articula a indústria, os governos e as universidades em um mesmo ambiente, criando uma estrutura alinhada com a nova economia baseada no conhecimento. Desse modo, a concretização da terceira missão da Universidade passa pela atuação efetiva no desenvolvimento promovendo as atividades de inovação e de capitalização do conhecimento.

Segundo Goebel e Miúra (2004), a Universidade está vinculada atualmente ao setor produtivo, contribuindo para o desenvolvimento econômico-social por meio da disponibilização de suporte científico e tecnológico. O setor produtivo demanda das Universidades a tecnologia e os recursos humanos para funções diversas, permitindo atuação eficiente no ambiente globalizado e de alta competitividade. Os autores destacam também o papel da Universidade como propulsora da economia da região onde está sediada, constatado pela instalação e crescimento de outros empreendimentos em seu entorno, seja no setor de comércio ou serviços, gerando emprego, renda e melhores condições de vida à população, resultando no desenvolvimento regional efetivo.

Assim, tendo em vista o papel de destaque do conhecimento para geração de inovações, as Universidades assumem o compromisso de atuarem como vetores do desenvolvimento econômico e social da sociedade, aproximando a pesquisa da sociedade, auxiliando na resolução de problemas e propondo novas possibilidades.

3 METODOLOGIA

O presente estudo visa apresentar uma proposta à Universidade Federal de Pelotas de implantação de um observatório de economia criativa com o objetivo de fomentar o desenvolvimento econômico da Região Sul do Rio Grande do Sul. Este capítulo tem como objetivo descrever a escolha do método de pesquisa. Inicialmente, é apresentada a classificação da pesquisa na seção 3.1. Após, será apresentada a forma da coleta de dados na seção 3.2. Na sequência, na seção 3.3, é realizada a análise dos dados.

3.1 Classificação da pesquisa

De acordo com a classificação de Gil (2017), esta pesquisa classifica-se como aplicada, pois tem a finalidade de aplicar os conhecimentos adquiridos na solução de um problema concreto, visto que, com a implantação do observatório, busca-se promover o desenvolvimento econômico da Região Sul.

A pesquisa aplicada é mais eficaz para desenvolver hipóteses ou teorias diante a uma situação real, especialmente, quando a literatura não oferece postulados teóricos para as particularidades das situações locais em que se desenvolve (THIOLLENT, 2009).

O presente estudo enquadra-se como uma pesquisa descritiva, pois visa descrever e compreender as características de um determinado fenômeno (GIL, 2017) e, também, como uma pesquisa qualitativa por pretender compreender e explicar o objeto de estudo.

A pesquisa qualitativa é um método que depende da interpretação e percepção do pesquisador, e seus resultados dependem da reflexão contínua dos dados obtidos, sendo influenciada pelo ambiente no qual interage (KARLSSON, 2009). A pesquisa qualitativa não se preocupa com a representatividade numérica, mas, sim, com a compreensão profunda de determinada realidade, buscando o significado que as pessoas dão aos fenômenos, por meio de um enfoque indutivo na análise de seus dados (GERHARDT E SILVEIRA, 2009). A pesquisa qualitativa envolve a escolha intencional de locais ou participantes que ajudarão o pesquisador

a entender com profundidade o problema e a questão de pesquisa (CRESWELL, 2010). Assim, este estudo tem natureza qualitativa, aplicada e descritiva.

Quanto aos meios, a pesquisa enquadra-se em bibliográfica, documental e de campo. O estudo é classificado como estudo bibliográfico por compreender um levantamento de conceitos teóricos do tema e molda-se, também, como pesquisa documental, pois foram analisados os registros eletrônicos encontrados nos sites de Observatórios de Economia Criativa.

Por fim, o presente trabalho ajusta-se como pesquisa de campo, pois visa compreender os observatórios de economia criativa existentes no Brasil e a opinião dos criativos e da gestão da UFPel sobre o tema. Por pesquisa de campo, entendemos o tipo de investigação que tem por finalidade a observação de fatos e fenômenos e, também, apresenta o propósito de coletar dados referentes aos elementos observados para analisá-los e interpretá-los. A pesquisa de campo almeja buscar a informação diretamente com a população pesquisada e exige do pesquisador um encontro mais direto (GONSALVES, 2001).

3.2 Coleta de dados

Foram utilizados dados primários e secundários na execução desta pesquisa. Os dados primários foram obtidos por meio de entrevistas com os responsáveis pelo Observatório de Economia Criativa do Rio Grande do Sul (OBEC-RS) e pelo Observatório de Economia Criativa do Rio de Janeiro (OBEC-RJ), com o coordenador substituto do Mestrado em Economia Criativa da Universidade Feevale, com professores de áreas da Economia Criativa da Universidade Federal de Pelotas e com o vice-reitor da UFPel. No total, foram seis entrevistas que a seguir serão detalhadas.

Já os dados secundários foram obtidos com a análise documental considerando-se os registros eletrônicos dos Observatórios de Economia Criativa no Brasil e no mundo.

As entrevistas individuais foram realizadas pessoalmente, com exceção da entrevista feita com a coordenadora do OBEC-RS que foi realizada por Skype, e por meio de roteiros semiestruturados, conforme Apêndice.

A primeira entrevista foi realizada com o coordenador substituto do mestrado de indústria criativa da Universidade Feevale, por ser um curso de destaque nacional e por ser o primeiro mestrado em economia criativa na América Latina, com os objetivos de conhecer as atividades e pesquisas realizadas no mestrado para obter subsídios para propor a criação de um observatório na UFPel.

A segunda etapa das entrevistas foi com os responsáveis pelos observatórios estaduais existentes no Brasil para buscar entender como foram criados e quais atividades que realizam, com o objetivo principal de buscar elementos que possam contribuir para a proposta de criação de um Observatório na UFPel. Dos seis observatórios existentes apenas dois aceitaram participar da pesquisa que são o do Rio Grande do Sul e o do Rio de Janeiro.

Após, foram entrevistados os coordenadores dos cursos das áreas criativas da UFPel, com o propósito de conhecer a opinião dos criativos da UFPel em relação à Economia Criativa e à proposta de intervenção, além de conhecer as pesquisas realizadas nos cursos. Do total de sete coordenadores/diretores convidados somente dois aceitaram participar da entrevista.

Por último foi entrevistado o vice-reitor da UFPel para conhecer a opinião do gestor sobre a proposta de implantação do observatório.

Para Hernández et al. (2006), as entrevistas qualitativas desenvolvem-se em função de vários assuntos e perguntas, nas quais o entrevistador tem a liberdade de introduzir perguntas adicionais, o que ajuda a obter maiores informações e aprofundamento sobre o tema, permite esclarecimentos que tornam mais claras as informações desejadas.

Todas as entrevistas foram realizadas durante os meses de julho a setembro de 2018, foram gravadas e tiveram a duração de, no mínimo, trinta minutos e, no máximo, uma hora e cinco minutos. As entrevistas foram transcritas pelo pesquisador que também realizou a interpretação dos dados coletados. As transcrições e gravações estão disponíveis em mídia digital em guarda da mestranda. Segue um quadro resumo dos tipos e objetivos das entrevistas realizadas.

Entrevistado	Tipo de entrevista	Objetivo principal
Coordenador substituto do mestrado de Economia Criativa da Feevale.	Aberta.	Obter subsídios para propor a criação do observatório na UFPel.
Coordenadora do observatório estadual de economia criativa do Rio de Janeiro.	Semiestruturado.	Conhecer o funcionamento, estrutura e as atividades realizadas no observatório do Rio de Janeiro.
Gerente do observatório estadual de economia criativa do Rio Grande do Sul.	Semiestruturado.	Conhecer o funcionamento, estrutura e as atividades realizadas no observatório do Rio Grande do Sul.
Diretor da Faculdade de Arquitetura da UFPel.	Semiestruturado.	Conhecer as pesquisas realizadas na Faculdade e a opinião do gestor sobre a proposta de implantação do observatório na UFPel.
Coordenadora Adjunta do curso de Design da UFPel.	Semiestruturado.	Conhecer as pesquisas realizadas na Faculdade e a opinião do gestor sobre a proposta de implantação do observatório na UFPel.
Vice-Reitor UFPel.	Semiestruturado.	Conhecer a opinião do gestor sobre a proposta de implantação do observatório.

Quadro 1- Tipos e objetivos das entrevistas realizadas
 Fonte: elaborado pela autora (2018)

3.3 Análise dos dados

As entrevistas foram transcritas e analisadas qualitativamente e, também, foram relacionadas quando pertinentes. Com relação aos dados secundários, realizou-se a análise dos registros eletrônicos de observatórios em economia criativa sobre as atividades desempenhadas e os objetivos dos observatórios.

Os dados foram analisados com o intuito de obter elementos para fundamentar a proposta de implantação do observatório de Economia Criativa e analisar a viabilidade de implantação na UFPel em relação ao apoio da gestão.

3.3.1 Ações de economia criativa – o caso da Feevale

A primeira entrevista foi realizada com o coordenador substituto do mestrado de indústria criativa da Feevale, com o objetivo de conhecer as atividades e pesquisas realizadas no mestrado para obter subsídios para propor a criação de um observatório na UFPel.

O mestrado profissional em indústria criativa da Feevale foi o primeiro mestrado da área, na América Latina, sendo recomendado pela CAPES, por meio do Ofício Nº 160-19/2013/CTC/CAAI/CGAA/DAV/CAPES, publicado no Diário Oficial da União em 06/08/2013. O primeiro processo seletivo foi realizado em dezembro de 2013, e a primeira turma iniciou em 2014 (FEEVALE, 2018).

Surgiu como um desdobramento do curso de jogos digitais da Feevale, que iniciou em 2008, e com o objetivo de atender a demanda potencial do mercado pelos profissionais com expertise em indústria criativa, bem como a adequação aos novos perfis e tipos de arranjos produtivos da região onde a instituição insere-se (FEEVALE, 2018), tendo em vista que as regiões onde a Universidade está inserida, Novo Hamburgo e Campo Bom, estão passando por um período de desindustrialização, consequência da crise do setor calçadista.

O entrevistado deixa clara a preocupação que possui com a conceituação de indústria criativa, principalmente, em relação às áreas que a compõem. O mesmo entende que têm áreas que compõem o “núcleo” da indústria criativa que são as áreas ligadas à produção de conteúdo, como a música, artes, teatro e cinema, e áreas que compõem o que ele chama de “borda” da indústria criativa que são áreas

que convergem muito com a indústria tradicional, como a moda, publicidade e o design.

O entrevistado destaca que considera importante investir mais nas áreas que compõem o referido núcleo do que nas áreas da borda que são ligadas à indústria tradicional, pois é a indústria tradicional que está em crise, enfraquecida. Tal percepção do entrevistado vai ao encontro dos dados apresentados no referencial teórico de que a indústria da economia criativa cresce, apesar da crise em outros setores.

Para o entrevistado da Feevale, são necessárias políticas públicas voltadas ao fomento do núcleo da indústria criativa, destaca que em todas as tentativas de relação com o governo sempre o interesse do mesmo é fomentar as áreas que estão, no que ele chama, de borda da economia criativa, pois já possuem relação com a indústria tradicional:

Na minha visão, quais são os impeditivos, pelo menos quando eu vejo aqui em Novo Hamburgo e eu vejo em Porto Alegre que a gente trabalhou bastante. Se tu falar que a indústria criativa ela é, em essência no núcleo a questão cultural, parece que tu perde pontos, os caras só conseguem enxergar a matriz econômica na tradicional, sendo na tradicional qual é a maneira mais fácil de chegar à relação? Na borda (...) O nosso trabalho de articulação com prefeitura, com governo do estado, até com a prefeitura de Porto Alegre, no nosso caso, é mais uma coisa de, como é que se diz, de evangelização. De tentar abrir os olhos e mostrar que dá (Informação verbal. Coordenador adjunto do Mestrado FEEVALE, 2018).

Outro ponto de destaque na entrevista foi sobre a discussão se a gastronomia e o turismo são áreas da indústria criativa, tendo em vista que há discussão teórica sobre essas áreas fazerem parte ou não da indústria criativa. Para o entrevistado, as duas áreas são consequências naturais do fortalecimento das áreas do núcleo, como música, exposição de artes, cinema e festivais culturais.

O entrevistado também se posicionou em relação à diferença entre indústria e economia criativa. Para ele, a indústria é a produção, já a economia é a cadeia que envolve a indústria criativa e cita, como exemplo, a área da música, afirmando que a indústria criativa da música abrange o compositor e o arranjador que são os

responsáveis pela produção de conteúdo, já uma escola de música estaria inserida na cadeia econômica, chamada economia criativa.

Questionado sobre seu conhecimento em relação aos observatórios de economia criativa, o entrevistado afirmou que participou das reuniões iniciais, mais especificamente, de quatro reuniões de implantação do observatório do Rio Grande do Sul. Ele entende que o principal papel do observatório é o mapeamento de alguns setores de interesse do governo no Rio Grande do Sul que seriam a música, o audiovisual e os games. Porém, ressalta que muitas pesquisas de mapeamento são falhas em razão do alto número de criativos que trabalham na informalidade.

O entrevistado salienta que entende que a principal tarefa de um observatório deve ser a de articulador, pois, para ele, há um preconceito em relação às áreas do núcleo da Economia Criativa e que é necessário mostrar para o governo e sociedade que é possível atingir o desenvolvimento por meio dessas áreas.

A maioria das pesquisas realizadas no mestrado da Feevale são nas áreas de games, música e audiovisual, pois a Feevale tem esses cursos, portanto, é do interesse da Instituição fomentar tais áreas.

3.3.2 Observatórios de Economia Criativa do Rio Grande do Sul e do Rio de Janeiro

A segunda etapa da pesquisa pautou-se em entrevistar os responsáveis pelos seis observatórios estaduais existentes no Brasil, com o intuito de entender como foram criados e quais atividades que realizam. O objetivo principal foi buscar elementos que possam contribuir para a proposta de criação de um Observatório na UFPel. Dos seis observatórios, apenas dois aceitaram participar da pesquisa que são o do Rio Grande do Sul e o do Rio de Janeiro.

Nessa segunda etapa, a primeira entrevista foi com a Coordenadora do Observatório de Economia Criativa do Rio de Janeiro, que é ligado à Universidade Federal Fluminense (UFF). Inicialmente, ela esclarece que os observatórios foram criados por uma iniciativa do Ministério da Cultura (Minc), por meio de um projeto com prazo estabelecido, de 2013 a 2018, e que o Governo só garantiu os recursos previstos para o projeto no primeiro ano de projeto de implantação dos observatórios.

Outro fator importante mencionado pela entrevistada é que ela entende que o Governo quis criar os observatórios sem que a própria questão da Economia Criativa estivesse bem discutida ou bem difundida no Brasil, pois, segundo ela, a maioria dos fazedores de cultura critica a Economia Criativa já que entende que é mais uma nova forma de tutela do Estado e de cobrança de impostos.

A entrevistada esclarece também que cada Observatório exercia suas atividades de acordo com as linhas de pesquisas de seus membros, conforme menciona “(...) uma parte dos Observatórios fez o seu OBEC muito mais pela... por recorte dos seus pesquisadores do que efetivamente com a imposição da ideia de Economia Criativa, isso eu já lhe adianto”.

No caso da UFF, antes da implantação do observatório, já existiam um curso de bacharelado em produção cultural e mestrado em cultura e territorialidade há mais de quinze anos, os pesquisadores já vinham refletindo em economia criativa, porém, segundo a entrevistada, não necessariamente conforme a ênfase da teoria anglo-saxônica de economia criativa. Para a entrevistada, o único observatório que tem ênfase em economia é o do Rio Grande do Sul, pois é ligado à Faculdade de Economia.

Nota-se que há divergência no entendimento da Economia Criativa entre os próprios observatórios quando a entrevistada destaca que:

(...) em um momento tivemos uma reunião em que o Rio Grande do Sul estava responsável por alimentar um site que o Ministério queria e aí um professor do Rio Grande do Sul conversando com o grupo todo na reunião de todos os OBECs queria índices e todos nós nos olhamos e como assim índice, índice não tem sentido para nós, tem sentido para vocês que são economistas, então nós não tínhamos como traduzir essa questão da economia criativa em índices como a economia queria porque a economia criativa para nós não era isso. Se você for falar com todos os observatórios sobre o conceito de economia criativa teria que montar um ringue (Informação verbal. Coordenadora OBEC RJ, 2018).

Para a coordenadora o modelo de observatório que o Brasil importou é uma ideia que não faz nenhum sentido para os fazedores de cultura e, sequer, para os pesquisadores de cultura. Ela entende que o modelo anglo-saxão é um estilo fordista de produção o que vai de encontro ao que pensam os agentes culturais.

O observatório do Rio de Janeiro não está mais em funcionamento, fechou em 2017, porque o orçamento estabelecido para o observatório foi disponibilizado somente no primeiro ano do convênio. O observatório era formado por professores pesquisadores e alunos da graduação e pós-graduação. Não existiam servidores exclusivos do observatório. O Ministério da Cultura não cobrava nenhum tipo de pesquisa específica do observatório do Rio de Janeiro, segundo a entrevistada, os pesquisadores tinham liberdade de escolher os temas de suas pesquisas. As atividades realizadas pelo OBEC RJ foram basicamente pesquisas que foram compiladas em um livro lançado no final do primeiro ano do observatório.

O OBEC RJ sempre teve um perfil de observador e não de fomentador, pois entendem que é o papel dos observatórios, conforme está intrínseco no próprio nome de observatório, o qual passa essa ideia de passividade.

Um dado relevante e, talvez, seja uma das justificativas para o funcionamento do OBEC RS até hoje, mesmo com o fim do projeto do Minc, é que a entrevistada informa que o observatório do Rio Grande do Sul recebeu cinco vezes mais recursos comparado aos outros observatórios.

O segundo entrevistado nesta etapa foi o gerente do observatório estadual de economia criativa do Rio Grande do Sul que ainda está em funcionamento. O observatório do Rio Grande do Sul é vinculado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mais especificamente, à Faculdade de Economia e ao Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT).

O observatório foi uma iniciativa da Marta Suplicy quando estava à frente do Ministério da Cultura em 2013, que tinha como objetivo implantar incubadoras e observatórios de economia criativa, um em cada região do Brasil, o do Rio Grande do Sul acabou se estabelecendo junto a UFRGS por ter um Professor especialista em economia criativa.

O projeto tinha vigência de cinco anos que terminou em agosto de 2018, porém o OBEC-RS ainda está em funcionamento, pois conseguiu manter a estrutura e uma parte do orçamento oriundo do Minc. Os recursos obtidos em 2013, com o início do projeto, estão sendo utilizados até o momento, os recursos que haviam sido previstos para os outros anos não foram enviados.

Há uma relação muito grande das pesquisas do Observatório com as pesquisas realizadas pelo Neccult. A diferença é que o Neccult tem se voltado a

pesquisas com parceiros externos, como a Agência Brasileira de Museus (Abram), Agência Nacional do Cinema (Ancine) e, no observatório, há mais pesquisas de iniciativas internas ou iniciadas por provocações realizadas por parceiros muito específicos, por exemplo, há pesquisa com a Rede de Festivais de Teatro de Rua de Porto Alegre.

Para o entrevistado, a principal atividade do observatório é que o mesmo exerce o papel de um “*hub* de disseminação”, quando as pesquisas estão se encaminhando para o final ou já tem algum resultado eles realizam eventos, que atualmente é chamado de “Diálogos em Economia Criativa”, para ter um contato mais direto com quem está na ponta, praticando a Economia Criativa, que são os gestores culturais, os artistas da região, “é um círculo que se retroalimenta, a gente dissemina, as pessoas veem nosso trabalho e nos procuram e dentro do limite do nosso orçamento a gente vai tocando pesquisas com as ideias”.

Para o entrevistado, o principal para criação de um observatório é que ele tenha projetos de extensão para a comunidade, por meio de eventos e por cursos. O OBEC RS também oferta cursos de capacitação gratuitos, como exemplo teve um curso de gestão cultural mais voltado para os gestores culturais públicos e um curso também de empreendedorismo e inovação voltado a quem quer empreender na área da cultura. Os cursos também são disponibilizados em plataforma de ensino à distância (EAD).

O entrevistado ressalta que é fundamental que o observatório esteja em sintonia com o território onde está inserido, é importante entender o que está acontecendo no entorno de onde está inserido, pois é pertinente saber o que as pessoas querem, porque, caso isso não ocorra, acabam produzindo trabalhos que ficam somente dentro da Universidade e que não possuem impacto social.

A ideia do OBEC-RS nunca foi formar pessoas que serão especialistas, a ideia foi sempre colocar as pessoas em contato com o tema, mostrar para elas de que existem possibilidades dentro do campo e que existem muitas pessoas que trabalham em áreas da economia criativa e, por isso, sempre trazem pessoas de todo o Brasil e de fora que trabalham com o tema para participarem dos eventos e contarem sobre suas experiências, “a ideia é mostrar que não é uma coisa totalmente nova e exótica”. Segundo o gerente da OBEC-RS, os cursos oferecidos têm bastante procura, sempre além das vagas disponíveis.

O OBEC RS é formado atualmente por doze estudantes e três professores e ninguém trabalha exclusivamente no Observatório. O estudante é o protagonista das pesquisas, os professores trabalham na supervisão. O gerente entende que seria importante ter pelo menos um técnico-administrativo e bolsistas exclusivos no observatório.

O MInC nunca pautou as pesquisas, eles exigiam apenas um relatório anual com as pesquisas que estão sendo realizadas e com a prestação de contas em relação ao recurso disponibilizado. Não existia plano de trabalho, a princípio, teriam metas que nunca foram especificadas. Para o entrevistado é importante um observatório ter metas claras, é necessário saber aonde se quer chegar.

Diferente do que pensa a ex-coordenadora do observatório do Rio de Janeiro, o entrevistado não acredita que o observatório deva ser um agente passivo:

Há essa interpretação de algumas pessoas de que o observatório é um agente mais passivo, em que ele enxerga uma coisa vai lá e escreve sobre aquilo e entrega para população e a população que se vire em achar uma utilidade para aquilo e a gente veio mais com essa visão mais ativa, não, de nenhuma maneira no sentido de doutrinar, mais no sentido de tentar mostrar a diversidade de coisas possíveis dentro do mesmo tema (Informação verbal. Coordenador RS, 2018).

Não há pesquisas sobre o impacto da criação do observatório no desenvolvimento da região onde está inserido. Sobre as barreiras encontradas, o OBEC-RS entende que recursos orçamentários são necessários, porém é possível realizar muitas atividades sem recurso e que aprenderam isso na prática, o entrevistado destaca que “levamos um ano para superar a questão da mobilização mesmo, fazer as pessoas entenderem o que nós somos para o que viemos, porque a gente está fazendo o que está fazendo, essa mobilização durou um ano”. Menciona ainda que é um processo novo, que demora e é encarado com certa estranheza por quem trabalha na área da cultura, o que vai ao encontro do que a ex-coordenadora da OBEC-RJ mencionou em sua entrevista. Questionado se não seria por preconceito do pessoal da cultura em relação ao aspecto econômico, o entrevistado respondeu:

Sim, isso também, agora não tanto porque as pessoas querem saber a questão do impacto econômico, está muito na moda, o que é perigoso também porque o impacto econômico te diz pouco principalmente quando se está olhando para cultura, então as pessoas perderam um pouco o medo, em 2013 quando a gente começou ainda existia uma certa desconfiança, esses caras vão categorizar a gente, colocar a gente num ranking, de quem causa mais ou menos impacto, e isso vai definir o orçamento que a gente vai ter de fomento público por exemplo (Informação verbal. Coordenador RS, 2018).

O gerente da OBEC-RS destacou ainda que “para começar o observatório, tu não precisa de muito, precisa de vontade, precisa de pessoas dispostas a comprar a ideia (...) e tu precisas saber o que tu quer com isso, principalmente isso”. Ele menciona que o OBEC RS sabia desde o início que o foco do observatório seria em extensão e realmente enfatizaram isso.

3.3.3 Visão dos coordenadores de cursos da UFPel

A terceira etapa da pesquisa foi entrevistar os coordenadores dos cursos das áreas criativas da UFPel, com o propósito de conhecer a opinião dos criativos da UFPel em relação à Economia Criativa e à proposta de intervenção, além de conhecer as pesquisas realizadas nos cursos. Do total de sete coordenadores/diretores convidados somente dois aceitaram participar da entrevista. A entrevista seguiu um roteiro semiestruturado, conforme apêndice C.

A primeira entrevista foi realizada com a coordenadora adjunta do curso de Design da UFPel. O curso de Design tem uma disciplina chamada Gestão do Design e essa disciplina tem na sua ementa pensar em inovação e em empreendedorismo. Além disso, há um projeto no curso chamado “Design estratégico: gestão, marketing e empreendedorismo como aliados às pesquisas e aos projetos em design” que tem como objetivo estimular pesquisas no campo do Design que utilizem preceitos de campos de conhecimento do marketing, da gestão do design e do empreendedorismo.

Também existe no curso uma empresa júnior, chamada “Designeria”, que tem como objetivo proporcionar aos alunos participantes as condições necessárias à

aplicação prática de seus conhecimentos teóricos relativos à sua área de formação profissional, dar à sociedade um retorno dos investimentos que ela realiza na Universidade, por meio de serviços de alta qualidade, realizados por futuros profissionais da área de design. Intui também incentivar a capacidade empreendedora do aluno, dando a ele uma visão profissional já no âmbito acadêmico, valorizar alunos e professores da UFPel no mercado de trabalho e no âmbito acadêmico, bem como a referida instituição e aprimorar as qualificações dos estudantes no seu meio de atuação, instruindo o seu desenvolvimento.

A empresa júnior Designeria visa fomentar o desenvolvimento social e econômico da região de Pelotas, pois atende pequenas e médias empresas:

(...) a gente atende muito o pequeno e eu digo pros alunos que a gente tem que valorizar muito isso, porque são pessoas que identificam que a partir do design ou da criatividade ou de tudo que tá embutido no Design, o comércio deles vai se tornar mais forte. Então eles nos procuram, a gente tem que ter atenção a essas pessoas, que às vezes não têm o poder aquisitivo pra pagar um escritório já formalizado, mas que procuram a Universidade (Informação verbal. Coordenadora Adjunta do Curso de Design da UFPEL, 2018).

A coordenadora adjunta do curso de Design entende que os criativos do design encontram obstáculos para exercerem a profissão em relação ao acesso às instalações adequadas, tecnologias e aos equipamentos necessários: “no desenvolvimento de um aplicativo, o designer pensa na ergonomia do aplicativo, na interface do aplicativo, mas nem sempre ele sabe programar. Então ele precisaria de alguém da Computação pra ajudar nesse processo”. Destacou que, por um período, teve uma disciplina ofertada por um professor substituto do design com um professor da computação e os alunos deram um *feedback* para ela de que foi muito importante essa integração: “a coisa da parceria, de um conhecimento que, às vezes, tu não tens e que tu precisa de alguém pra complementar”.

A entrevistada destaca que é importante para o criativo do Design o intercâmbio com outras áreas, com o exemplo de um aluno que desenvolveu um aplicativo de pequenos fretes no âmbito da UFPel e que se destacou porque, além de estudar design, é muito interessado em aprender sobre tecnologia:

ele indo nesses eventos startups, ele disse “olha, eu aprendi muita coisa ali, então às vezes uma coisa que eu não me dei conta foi um menino da Computação que me disse e aí eu me dei conta que tinha um problema numa funcionalidade no aplicativo”, então, ele mesmo no trabalho escrito lá no TCC ele fala um pouco sobre isso, assim... sobre a importância de tu conversar, de tu dividir tuas ideias, esse intercâmbio (...)é tu ter ali alguém da Computação junto, alguém do Turismo que vai te ajudar a pensar um produto pra essa área e mais alguém do jurídico e mais alguém da Economia (Informação verbal. Coordenadora Adjunta do Curso de Design da UFPEL, 2018).

O curso de Design ainda não possui parcerias com outros órgãos públicos e privados, mas há a procura de empresas, porém ainda não formalizaram nenhuma parceria. Outro ponto relevante mencionado na entrevista é que há dois anos fizeram uma pesquisa com os egressos e concluíram que a maioria está trabalhando na área do Design.

A Coordenadora conhece o conceito de economia criativa e entende que a economia criativa pode ser uma propulsora ao desenvolvimento econômico aqui da região Sul do Rio Grande do Sul e afirma:

Olha, eu sinceramente acredito muito nisso porque a gente é... nós somos um, especialmente Pelotas pensando, a gente tem muitas instituições de ensino, né? E se a gente pensar naquelas pesquisas que o Sebrae vem fazendo mostrando que as pessoas tão empreendendo muito mais por oportunidade do que por necessidade. E que essa relação eles estabeleciam diretamente com o fato das pessoas estarem se formando mais, ou seja, sai do ensino técnico, vai pro ensino superior. Sai do ensino superior, vai pra pós-graduação... E que isso também tava solidificando essas propostas de..., essas modelagem de ideia. Então eu acho que como a gente tem muitas instituições de ensino, eu penso que sim, a gente tem uma grande oportunidade de estabelecer essas conexões e de estimular isso nos alunos. (Informação verbal. Coordenadora Adjunta do Curso de Design da UFPEL, 2018).

A coordenadora ressalta que a UFPel deve dar mais atenção ao tema da Economia Criativa promovendo pesquisas, mapeamento e elaborando projetos sobre economia criativa : “sem dúvida e a minha crítica é essa, eu acho que tem que

ter uma continuidade entre as gestões, é necessário aproveitar as pessoas e as experiências de momentos anteriores pra construir essa rede”.

A segunda entrevista na UFPel foi realizada com o Diretor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAUrb). Na FAUrb não há trabalhos de pesquisa e extensão voltados a auxiliar os criativos no acesso ao mercado de trabalho ou a empreender, segundo o entrevistado:

Os professores têm alguma noção, mas não há o conteúdo. Esse conteúdo aparece ou não informalmente. Então na verdade, dentro de outros conteúdos nós trilhamos os aspectos econômicos, não temos formalmente o conteúdo da Economia e dos tipos de Economia. E o que passa, na minha opinião, pro aluno e pra nós, digamos assim, distraídos, é que Economia, Arquitetura e cidade é um jeito de ganhar dinheiro, de ser eficiente nas relações de trabalho e relações de produção. E isso não nos parece o caminho da Economia, o caminho da Economia nos parece um jeito de distribuir riquezas com equidade, de produzir sem destruir o ambiente, de fazer circular os bens (Informação verbal. Coordenador da FAURB UFPEL, 2018).

Sobre os obstáculos encontrados pelos criativos do curso de Arquitetura para exercerem a profissão o diretor destaca que é o acesso ao mercado de trabalho:

Os grandes empecilhos, os grandes entraves que se têm é o modo de inserção no mercado, o conhecimento da profissão, a gente diz que a Arquitetura e Urbanismo são um direito das pessoas, mas são direitos não exercidos, assim como o direito à saúde, o direito à educação, o direito à mobilidade. São direitos que os seres humanos têm e que são fracamente exercidos. Então esse é o grande empecilho, é se colocar no mercado, não é que quando nós entramos nós não conseguimos desenvolver a nossa profissão porque nos falta algum instrumento, nós não conseguimos entrar no mercado, primeiro o sujeito vai tratar da saúde, da segurança, da mobilidade, não é? (Informação verbal. Coordenador da FAURB UFPEL, 2018).

Na faculdade, há pesquisas que visam fomentar o desenvolvimento social e econômico da região, como desenvolvimento de softwares gratuitos para utilizar no urbanismo auxiliando o desenvolvimento local. Um dos softwares tem o intuito de conhecer a opinião das pessoas sobre a melhor localização de futuras obras na

cidade. Há, também, um laboratório de inspeção de eficiência energética e um escritório modelo chamado João-de-barro onde os alunos aprendem a trabalhar em um escritório de arquitetura e é voltado apenas para população de baixa renda.

Existe também o Laboratório de Estudos Comportamentais que realiza pesquisas multidisciplinares na área da psicologia ambiental, arquitetura, urbanismo, sociologia e filosofia, com o objetivo de entender como as pessoas percebem e comportam-se no ambiente da cidade. A FAUrb também tem parcerias com outros órgãos públicos, com o INMETRO, algumas prefeituras, com o IPHAE e o IPHAN.

O Diretor da FAUrb conhece o termo Economia Criativa, porém não profundamente : “Já, já ouvi falar. Tem... tem professor colegas que tratam desse assunto, mas a gente não sabe bem o que é isso. A gente tem uma, digamos, uma... uma ideia, uma noção meio informal. A gente não tem conhecimento sistemático”. Complementa que entende que é fundamental que a UFPel dê mais atenção ao tema da economia criativa, promovendo pesquisas e mapeamentos sobre o tema.

3.3.4 Visão da Reitoria da UFPel

A terceira entrevista na UFPel foi realizada com o Vice-Reitor para conhecer a opinião da gestão da UFPel sobre a proposta do presente trabalho. O Vice-Reitor acredita que a Economia Criativa é uma opção de desenvolvimento econômico e social para a Região Sul do Rio Grande do Sul.

Destaca que a gestão atual, logo que assumiu, teve a iniciativa de conhecer mais as comunidades da região. Uma das ações, visando o desenvolvimento da região sul, foi propor aos municípios próximos de Pelotas que disponibilizem transporte para os alunos da UFPel que moram nessas cidades, de maneira gratuita, e em troca o estudante participa de projetos de extensão em áreas que a cidade tem interesse em desenvolver, e as áreas da Economia Criativa, segundo o Vice-Reitor, são as mais procuradas, como música, gastronomia, turismo e arqueologia.

A gestão entende que uma das funções da Universidade é desenvolver a região onde está inserida, mas o entrevistado menciona que as dificuldades encontradas nessas cidades pequenas são as polarizações políticas que costumam dividir a população, fazendo com que os projetos de uma gestão não perdurem em outra gestão. Além disso, entende que para que os projetos persistam devem ser

projetos cuja iniciativa seja da comunidade onde está inserida, a UFPel deve entender o que a população quer e, só depois disso, exercer o apoio para que essas ações concretizem-se.

O Vice-Reitor entende que para a UFPel exercer esse papel de apoio é importante que exista uma articulação interna: “pra gente pode ajudar temos que ter essa articulação interna melhor e nós não temos esse hábito, a categoria docente por causa das cátedras trabalha muito separado”, e ainda destaca que “no momento que muda a gestão aquela ideia passa a ser antipatizada e é esvaziada, então se não tiver um núcleo que vai dar continuidade ao projeto, não tem como fazer”.

A gestão compreende que é importante a implantação de um Observatório de Economia Criativa na UFPel desde que as atividades atenham-se ao interesse da comunidade, que não seja diretivo, mas sim de apoio as ideias de iniciativa da própria comunidade onde a UFPel está inserida. Destaca, por fim, que a Universidade deve propagar as informações privilegiadas que detém para a comunidade, porém entende que os obstáculos para implantação estão na burocracia pública e na própria aproximação com a comunidade, pois, apesar de necessária, não é habitual e, por isso, ainda não se sabe ao certo como realizá-la.

3.3.5 Análise documental dos observatórios de economia criativa

Em levantamento realizado na internet foram analisados os sites de cinco Observatórios, três nacionais, do OBEC do Distrito Federal, do OBEC Goiás e do Observatório de Indústria Criativa da Universidade Estadual Paulista (UNESP), e dois internacionais, o *Observatorio de Industrias Creativas* de Buenos Aires, e o *Observatory of cultural policies in Africa*.

Dos seis observatórios estaduais do Brasil, apenas os sites do OBEC Distrito Federal e OBEC Goiás estão no ar. O site do OBEC RS está sendo reestruturado, e os demais, possivelmente, estão fora do ar porque os observatórios não estão mais em funcionamento, conforme foi identificado nas entrevistas realizadas com os coordenadores dos observatórios do RS e RJ.

A finalidade da análise foi identificar as atividades realizadas, os objetivos e a estrutura de cada observatório a fim de subsidiar a proposta do presente trabalho, conforme quadro abaixo:

Observatório	Objetivos
Distrito Federal	Padronizar o exame das tendências e fundamentos para as análises das novas formas de organização do território e o papel de diversas áreas do conhecimento e principalmente da cultura como fonte de riqueza e desenvolvimento local.
Goiás	Mapear os setores criativos nos estados onde estão localizados para proporcionar o conhecimento da área em todo o território nacional.
UNESP	Criar um amplo acervo digital de referências bibliográficas e midiáticas a respeito de Indústrias Criativas.
Buenos Aires	Contribuir para a formação de um sistema de informação sobre indústria criativa que sirva à tomada de decisão tanto por parte da gestão pública quanto por parte dos atores envolvidos na produção cultural e criativa.
África	Coletar, analisar, divulgar e atualizar informações sobre o desenvolvimento cultural e a vida cultural na África dentro de um contexto global. Servir como um mecanismo de análise de políticas baseadas em conhecimento. Avaliar as tendências do desenvolvimento de políticas. Prestar serviços de consultoria.
Observatório	Atividades
Distrito Federal	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar as experiências conhecidas de articulação do capital simbólico em processos de modernização e transformação local; • Investigar as tendências e contradições históricas e político-culturais do projeto de construção da Sociedade da Informação em âmbito local; • Difundir os resultados de investigação sobre as políticas públicas em matéria de Economia Criativa; • Realizar estratégias de implementação e avaliação das políticas públicas relacionadas à Economia Criativa.
Goiás	<ul style="list-style-type: none"> • Definir metodologias; • Desenhar as cadeias produtivas; • Realizar o levantamento de dados para fomentar o desenvolvimento de políticas públicas para os setores criativos do estado e lançar os resultados.
UNESP	<ul style="list-style-type: none"> • Através de métodos de pesquisa adequados, alunos de iniciação científica e pós-graduação selecionam produções a respeito de Indústrias Criativas; • Visando facilitar o trabalho de pesquisadores e leigos, são produzidas

	<p>resenhas, fichamentos e resumos, à disposição para consulta da população;</p> <ul style="list-style-type: none"> • O Observatório também disponibiliza constantemente material midiático a respeito de Indústrias Criativas, com notícias, eventos, vídeos e demais informações que se relacionem com as pesquisas.
Buenos Aires	<ul style="list-style-type: none"> • Obtenção, elaboração e difusão de informações quantitativas e qualitativas sobre as indústrias criativas locais.
África	<ul style="list-style-type: none"> • Presta serviço de informações on-line, por meio de um centro de documentação, um banco de dados sobre políticas culturais nacionais de países africanos e um banco de dados de instituições culturais e especialistas que trabalham no campo da cultura, desenvolvimento cultural e políticas culturais.
Observatório	Estrutura
Distrito Federal	<p>Organizado por coordenações e conselhos de acordo com a seguinte estrutura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordenação geral: sob a responsabilidade do Departamento de Artes Visuais da Universidade de Brasília; • Conselho local: Conselho científico do Observatório conta com a participação de professores e pesquisadores das principais áreas relacionadas à Economia Criativa, além de representantes de agentes culturais locais e governamentais. • Conselho assessor internacional/nacional: conta com a participação de agentes culturais, governamentais e pesquisadores de outros países e de outros estados com os quais são prospectados projetos e pesquisas em conjunto.
Goiás	<p>Não há muita informação no site sobre a estrutura, é mencionado que está sediado no Laboratório Media Lab da Universidade Federal de Goiás e é coordenado por dois professores pesquisadores.</p>
UNESP	<p>É um projeto de extensão das áreas de comunicação e tecnologia do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP. É coordenado por um professor e os trabalhos de pesquisa e organização são desenvolvidos por alunos de iniciação científica, pós-graduação e bolsistas dos cursos de jornalismo, ciências da computação e designer. Está sediado no Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (LECOTEC), vinculado à Pró- Reitoria de Extensão Universitária.</p>
Buenos Aires	<p>O observatório é vinculado a Prefeitura Municipal de Buenos Aires. É estruturado como uma unidade de estudos formada por uma equipe interdisciplinar.</p>
África	<p>É uma organização não-governamental pan-africana, situada em</p>

	Moçambique, apoiada pela União Africana, UNESCO e Fundação Ford. É coordenada por um Comité Directivo, composto por especialistas de alto nível do campo da política cultural, representando as várias sub-regiões do continente africano. O Comité define as principais orientações do programa do Observatório, aprova seu orçamento e supervisiona suas atividades.
--	--

Quadro 2 - Análise dos objetivos, atividades e estrutura dos observatórios de economia criativa.
Fonte: elaborado pela autora (2018)

Todas estas referências contribuem para o entendimento dos observatórios como estruturas que trabalham prioritariamente para fomentar a Economia Criativa, auxiliando no mapeamento dos criativos, realizando pesquisas e projetos de extensão. Apesar de possuírem estruturas bem diferentes, convergem em relação aos objetivos.

Com estes dados, verifica-se que não há um modelo único de observatório e, apesar dos autores encontrados, a literatura não avança em questões fundamentais para orientar as estratégias de criação e estruturação de observatórios.

4 PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA NA UFPEL

O exercício da administração pública tem por princípio o atendimento do interesse geral e das necessidades sociais. Para cumprir sua função administrativa, objetivando o interesse público, é fundamental que a estrutura administrativa esteja em sintonia e busque satisfazer, de forma planejada e sistemática, às necessidades da sociedade. Nesse contexto, compreende-se que as administrações públicas devem atender às demandas sociais de forma eficiente, eficaz e efetiva em consonância com seu novo papel de vetor do desenvolvimento econômico e social, propondo novas possibilidades, conforme modelo da hélice tríplice defendido por Etzkowitz e Leydesdorff (1997), que articula a indústria, os governos e as universidades em um mesmo ambiente, criando uma estrutura alinhada com a nova economia baseada no conhecimento.

Conforme as entrevistas realizadas na UFPEL, tanto os coordenadores dos cursos criativos entrevistados como a gestão entendem que é importante que a Universidade dê mais atenção ao tema da Economia Criativa. Sendo assim, a proposta de intervenção na UFPEL construída neste trabalho é a implantação de um Observatório de Economia Criativa (OBEC) elaborada a partir da pesquisa bibliográfica, documental e das entrevistas realizadas.

O capítulo está dividido em quatro seções: alinhamento estratégico da proposta, objetivos do Observatório de Economia Criativa, atividades do observatório de Economia Criativa e estrutura do observatório.

4.1 Alinhamento estratégico da proposta:

A proposta do Observatório de Economia Criativa está de acordo com cinco objetivos estratégicos e metas da UFPEL previsto no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2015 – 2020 (UFPEL, 2015) conforme justificativas que seguem.

A proposta atende ao objetivo “apoiar iniciativas de inovação tecnológica e de desenvolvimento regional”, pois, por meio do observatório, pretende-se fomentar o desenvolvimento econômico da cidade de Pelotas e região sul do Rio Grande do Sul

por meio da economia criativa, orientando e qualificando as ações sociais e políticas públicas, como uma nova opção para geração de riqueza.

O objetivo estratégico “valorizar a produção e difusão cultural e artística” é também um dos objetivos do observatório qual seja difundir e promover ações culturais e artísticas.

Com o observatório, pretende-se realizar pesquisas e, principalmente, cursos de extensão para os alunos e comunidade indo ao encontro dos objetivos da instituição de “produzir e disseminar conhecimentos culturais, científicos e tecnológicos”, “assegurar o equilíbrio entre as ações do ensino, da pesquisa e da extensão” e “Intensificar as relações entre UFPel e sociedade”.

O Observatório também auxiliará no atingimento das metas previstas no PDI da UFPel, quais sejam “priorizar o desenvolvimento de pesquisas com impacto social, econômico e/ou cultural na região e ampliar as relações de parceria com o SEBRAE no desenvolvimento de ações de formação empreendedora”, pois o objetivo principal do observatório é auxiliar no desenvolvimento econômico e social da região sul do Rio Grande do Sul e, também, se pretende firmar parcerias com órgãos e empresas para auxiliar e incentivar os criativos a empreender.

4.2 Objetivos do Observatório de Economia Criativa

O objetivo principal do Observatório de Economia Criativa é fomentar o desenvolvimento econômico e social da cidade de Pelotas e região sul do Rio Grande do Sul por meio da economia criativa.

A Economia Criativa surge como uma alternativa de crescimento social e econômico para Pelotas, pois vai além de ser apenas uma atividade econômica, o diferencial dela são suas características includentes. A criatividade, a cultura e o conhecimento, pilares dessa economia, são recursos inesgotáveis, que geram alto valor agregado que se renovam e se multiplicam. Além da característica que se estruturam em rede, então, não há concorrência e sim mútua ajuda entre os criativos (REIS E DEHEINZELIN, 2008).

Para alcançar este objetivo geral, foram traçados alguns objetivos específicos da proposta do Observatório aqui descrita. São objetivos específicos do observatório:

- a) Desenvolver um conjunto de atividades de pesquisa e extensão focalizadas em Economia Criativa na região sul do Estado do Rio Grande do Sul;
- b) Promover o debate público sobre o desenvolvimento regional e seus impactos econômicos e sociais, levando-se em consideração, particularmente, a economia criativa como uma opção de desenvolvimento sustentável;
- c) Atuar como articulador auxiliando a desenvolver parcerias entre os criativos x governo x empresas privadas;
- d) Promover a qualificação das atividades de ensino e de formação profissional, integrando e oportunizando a participação dos alunos de cursos da graduação e de pós-graduação nas atividades do Observatório.

Estes objetivos específicos serão alcançados por meio das atividades que o Observatório promoverá que serão descritas na próxima seção.

4.3 Atividades do Observatório

A partir da análise dos dados obtidos as atividades propostas para o Observatório de Economia Criativa são as seguintes:

- a) Promover atividades de pesquisa sobre o tema Economia Criativa, principalmente em relação ao impacto no desenvolvimento econômico e social, por meio de centros de estudos, núcleos de pesquisas e eventos culturais e científicos;
- b) Realizar mapeamento dos criativos da região sul do Rio Grande do Sul;
- c) Realizar atividades de extensão com a comunidade local, com cursos presenciais e EAD, com a finalidade de auxiliar os criativos no acesso ao mercado de trabalho ou a empreender;
- d) Mobilização para estabelecimento de marcos regulatórios favoráveis à economia criativa brasileira;
- e) Realizar parcerias com outros órgãos públicos e empresa privadas;
- f) Promover e fortalecer as organizações associativas (cooperativas, redes e coletivos);
- g) Auxiliar na formação de competências criativas de modo a promover a inclusão produtiva;

h) Formular, implementar e monitorar políticas públicas voltadas ao desenvolvimento da região sul do Rio Grande do Sul apoiando ações criativas de profissionais e de micro e pequenos empreendedores.

4.4 Estrutura do Observatório

Conforme verificado nos observatórios analisados, cada OBEC instituiu-se nas Universidades em cursos diferentes, o OBEC do RJ é ligado ao curso de Produção cultural da Universidade Federal Fluminense, o OBEC RS ao curso de Economia, OBEC Bahia é sediado no Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, da Universidade Federal da Bahia, o OBEC Goiás tem sede no Laboratório de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Mídias Interativas da Universidade Federal de Goiás, o OBEC do Distrito Federal está vinculado ao Departamento de Artes Visuais da Universidade de Brasília e, por fim, o OBEC AM está inserido na Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Amazonas.

A proposta do presente trabalho é que o observatório da UFPel seja vinculado ao Gabinete do Reitor ou do Vice-Reitor, pois como a Economia Criativa compreende vários cursos da UFPel e os objetivos compreendem atividades de pesquisa e extensão que abrangem Pró-reitoria de extensão e Pró-reitoria de pesquisa, o ideal é que o Observatório esteja vinculado a uma estrutura superior a todos envolvidos para que todos os cursos e Pró-reitorias sejam protagonistas das ações do observatório.

Além disso, a proposta é de que o Observatório da Universidade Federal de Pelotas seja gerido por um coordenador(a) que seja professor(a) de algum dos cursos criativos da UFPel que são arquitetura e urbanismo, artes visuais, música, cinema, dança, design e teatro. A Coordenação será responsável por liderar as ações de pesquisa e extensão sobre economia criativa na UFPel e promover os eventos culturais e científicos sobre o tema.

O observatório será composto por dois núcleos, um núcleo de pesquisa e um núcleo de extensão que serão chefiados por um professor representante escolhido dentre os cursos criativos da UFPel.

O Núcleo de pesquisas terá como atribuições coordenar as discussões, debates, pesquisas, análises, mapeamento dos criativos na região sul do RS, e analisar e realizar propostas de políticas públicas relacionadas à Economia Criativa.

O Núcleo de extensão terá como atribuições a criação de redes de criativos e empresas com outras regiões do país e do mundo, realizar atividades de extensão com a comunidade local, com cursos presenciais e EAD, e realizar parcerias com outros órgãos públicos e empresa privadas.

As atividades de pesquisa e extensão serão realizadas por professores e alunos das diversas áreas da UFPel promovendo o intercâmbio entre os cursos que é necessário para o desenvolvimento da Economia Criativa como demonstraram as entrevistas.

Tanto o OBEC RS quanto o OBEC RJ são constituídos por somente professores e alunos, não possuem técnico administrativo para dar suporte ao trabalho. Porém, conforme mencionado pelo gerente do OBEC RS o ideal é que se tenha um técnico-administrativo na equipe.

A proposta é que a coordenação do observatório da UFPel seja assessorado administrativamente por um técnico administrativo e os núcleos de pesquisa e extensão por bolsistas de iniciação ao trabalho.

CONCLUSÃO

Nas últimas décadas, a globalização, as tecnologias, as transformações na cultura e lazer e o capital intelectual têm gerado relevantes modificações na sociedade. A sociedade contemporânea transformou-se de sociedade industrial para a chamada sociedade do conhecimento e da informação, a mudança da economia de produção em massa para economia cuja base do capital é intelectual, com ênfase em formações de redes e na troca de conhecimento (HOWKINS, 2013).

As indústrias criativas passaram a ser uma opção de desenvolvimento econômico e social tendo em vista a crise da economia tradicional. Os dados apresentados no trabalho demonstram que a economia criativa cresce mesmo em tempos de crise: no período de 2013 a 2015, a participação da Economia Criativa no PIB Brasileiro cresceu de 2,56% para 2,64% (FIRJAN, 2016).

Além de gerar emprego e renda, a economia criativa tem seu foco também na promoção do bem-estar da sociedade, pois como trabalha com recursos inesgotáveis e estrutura-se em rede, ela é estratégica para a sustentabilidade do planeta, não sendo apenas uma atividade econômica, mas também um fator de evolução, a qual pode reformatar a sociedade, originando modelos mais solidários de viver e de fomentar o desenvolvimento (DEHEINZELIN, 2009).

O Brasil, apesar de ser conhecido por sua criatividade, ainda está muito atrás comparado aos países europeus em relação ao tema da Economia Criativa. Apesar da iniciativa do Ministério da Cultura em criar a Secretaria da Economia Criativa e os Observatórios de Economia Criativa, o Brasil ainda tem muito a evoluir nessa área.

Os objetivos específicos da pesquisa foram atingidos, já que foi apresentado o conceito atual de economia criativa, a sua evolução histórica e restou comprovado o seu potencial como instrumento para a promoção do desenvolvimento econômico sustentável e social com a demonstração de dados do Brasil e do exterior.

O objetivo geral do trabalho também foi atingido, qual seja o de propor a criação de um Observatório de Economia Criativa com o objetivo de que a UFPel tenha um espaço para formação, discussões, debates, pesquisas, análise, mapeamento e projetos sobre economia criativa, um ambiente acadêmico-prático de estudos e pesquisas sobre o tema envolvendo alunos, professores, especialistas, agentes governamentais, atores privados e representantes do setor criativo.

A pesquisa de campo, junto aos Observatórios do Rio de Janeiro e do Rio Grande do Sul, foi importante para entender o funcionamento dos observatórios, conhecer as atividades e pesquisas realizadas, as dificuldades encontradas e para obter elementos para a proposta de intervenção na UFPel. Nas entrevistas com os coordenadores do Observatório, compreende-se os prováveis motivos da proposta inicial do Ministério da Cultura de criação dos observatórios ter sido abandonada, conforme comprovam as entrevistas com os coordenadores.

Os entrevistados apontam que os observatórios receberam somente o recurso inicial do orçamento previsto para todo o projeto e apontam como possíveis causas a desestruturação do Ministério da Cultura e a implantação do projeto sem que a questão da própria Economia Criativa estivesse bem discutida e difundida no Brasil.

Com a presente pesquisa, percebe-se que realmente o conceito de Economia Criativa ainda não é conhecido por todos e não há um entendimento unânime sobre o tema. Os próprios coordenadores dos observatórios estaduais têm visões diferentes sobre o assunto, com um viés relacionado ao curso de origem de cada coordenador.

A coordenadora do OBEC RJ, que é professora do curso de produção cultural, deixa claro que não entende a economia criativa conforme a teoria anglo-saxônica e australiana mencionadas no referencial teórico que são relacionadas à economia. Já o OBEC RS, que é ligado ao curso de economia, tem esse viés econômico, e teve dificuldades no seu início, pois os criativos não compreendiam a ideia do observatório de economia criativa.

Talvez, por não existir um consenso entre os observatórios sobre as próprias atividades desempenhadas e por haver certa desconfiança dos criativos em relação à economia criativa, esses fatos podem ter levado ao abandono do projeto inicial do Ministério da Cultura em relação aos cinco observatórios, com exceção do OBEC RS.

A pesquisadora entende que a permanência somente do OBEC RS é um reflexo das atividades desempenhadas pelo mesmo, mais voltado à extensão, contribuindo de forma efetiva com a capacitação dos criativos - diferentemente da OBEC RJ que focou em pesquisas teóricas - e por ter como coordenador um especialista em Economia Criativa.

Nota-se, conforme compreendido na análise das entrevistas, que há certa desconfiança, principalmente, do pessoal que trabalha com cultura com o aspecto econômico do termo economia criativa, o que reforça a importância da implantação do observatório no sentido de ensinar, conscientizar os criativos sobre a importância da economia criativa e para esclarecer que a mesma é diferente da economia tradicional.

Conforme demonstrado neste estudo, investir em economia criativa será uma possível solução para o desenvolvimento da região sul do Rio Grande do Sul que tem como característica a baixa industrialização, já que a base do capital da economia criativa é o conhecimento e, em Pelotas, por exemplo, é uma região propícia para o seu desenvolvimento, pois possui três Universidades, formando um expressivo capital intelectual, além de ter uma atuação cultural muito relevante.

A implantação do observatório auxiliará a UFPel a realizar a sua missão de, também, atuar como protagonista no desenvolvimento econômico-social, principalmente, da região onde está inserida, auxiliando e capacitando os criativos da região a empreenderem, atuando como articulador, aproximando os criativos do governo e das empresas privadas, buscando conhecer, sobretudo, as necessidades dos criativos da região e procurar apresentar soluções.

Um dos obstáculos encontrados nesta pesquisa foi a dificuldade de encontrar bibliografia específica sobre economia criativa e sobre definição e atuação dos observatórios. Além disso, esperava-se realizar mais entrevistas com os outros quatro observatórios estaduais de economia criativa - que provavelmente não tiveram interesse em participar por não estarem em atividade - e, também, com os demais coordenadores de cursos criativos da UFPel que não demonstraram interesse em participar do presente trabalho.

Diante de todo o exposto, torna-se evidente a necessidade do governo brasileiro priorizar políticas públicas para fortalecimento da Economia Criativa no país, já que é um dos setores que mais cresce da economia global e um dos principais insumos desta Economia, que é a criatividade, é reconhecida mundialmente no povo brasileiro devido a sua diversidade étnica e cultural. Criar redes de fornecedores com outras regiões do país e do mundo, realizar mapeamento dos criativos, promover políticas de incentivo fiscal para empresas dos setores criativos são alguns dos exemplos de políticas que podem ser adotadas.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, A. M. S.; MANGUEIRA, A. C. S. **A importância do observatório de atividades industriais vis-a-vis tendências em ciência, tecnologia e inovação.** Química Nova, São Paulo, v. 28, suplemento, p. S112-S118, nov./dez. 2005. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422005000700022. Acesso em 09 nov 2018.
- AUDY, J. **A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade.** *Estud. av.* [online]. 2017, vol.31, n.90, pp.75-87. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v31n90/0103-4014-ea-31-90-0075.pdf>>. Acesso em 09 abr 2018.
- BACK, S. **Modelo de observatório para apoio ao processo de inovação nas organizações: aplicação para as indústrias brasileiras de bens de capital.** 2016. 376p. Tese (Doutorado em Ciência e Engenharia de Materiais) - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/167762>>. Acesso em 09 nov 2018.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70. 2011.
- BOTELHO, I. **Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão.** In: Brasil. Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014). Brasília. 2011. p. 87-92.
- BRASIL MinC. Secretaria da Economia Criativa - SEC. **Relatório de Gestão - 2011/2012, janeiro a agosto de 2013.** Brasília. 2013: Ministério da Cultura. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/950374/Relat%C3%B3rio/32a18e51-0299-483f-9604-96a3e221b0ab>>. Acesso em 07 abr 2018.
- BRASIL MinC Unesco. **Relatório Final. Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura.** Brasília, DF, Brasil. 2016: Ministério da Cultura - UNESCO. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA_PNEC_RELAT%C3%93RIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6> Acesso em 07 abr 2018.
- BRESSER-PEREIRA, L. C. **Crescimento e desenvolvimento econômico: notas para uso em curso de desenvolvimento econômico na Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas.** [S.l.], 2008. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/Papers/2007/07.22.CrescimentoDesenvolvimento.Junho19.2008.pdf>>. Acesso em 11 abr 2018.
- BRITISH COUNCIL (United Kingdom). **Mapping the creative industries: the UK context.** London, Oct. 2005.
- CORAZZA, R. I. **Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas.** Revista Brasileira de Inovação, Campinas (SP), vol. 12, p.207-231, janeiro/junho 2013. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/8649059>>. Acesso em 20 fev 2018.

CRESWELL, J. W. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DEHEINZELIN, L. **Indicadores de Nações: uma contribuição ao diálogo da sustentabilidade**. Organizado por Anne Louette. Editora Willis HarmanHouse. São Paulo, 2009. Disponível em:

<<http://www.ecodesenvolvimento.org/biblioteca/livros/indicadores-de-nacoes-uma-contribuicao-ao-dialogo>>. Acesso em 10 abr 2018.

DIAS, M. C. **Inovação, Cultura e sustentabilidade: um estudo sobre a economia criativa**. 2014. 161f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal do Espírito Santo, Programa de Pós-Graduação em Economia. Vitória, 2014.

DUISENBERG, E. S. **Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável?** In REIS, Ana Carla. (Org.). ECONOMIA CRIATIVA como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo, 2008.

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. **Introduction: Universities in the Global Knowledge Economy**. In: ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF (orgs). Universities in the Global Knowledge Economy – A Triple Helix of University-Industry Government Relations. London: Pinter, 1997.

FEEVALE. **Histórico do mestrado profissional em indústria criativa**. Disponível em: <<https://www.feevale.br/pos-graduacao/stricto-sensu/mestrado--profissional-em-industria-criativa>>. Acesso em 10 nov de 2018.

FIRJAN. **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Fundação de Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2008.

FIRJAN. **Indústria Criativa**. Mapeamento da indústria Criativa no Brasil. Fundação de Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2012.

FIRJAN. **Indústria Criativa**. Mapeamento da indústria Criativa no Brasil. Fundação de Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>>. Acesso em 05 mar 2018.

FLEW, T. **The global creative economy and the new development debate**. In 3rd International SEARCH Conference : Communicating Cultural Diplomacy Through the Media, 30-31 May 2013, Taylor's University, Kuala Lumpur, Malaysia. p. 1-28

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa: e seu papel na transformação do trabalho, lazer, comunidade e cotidiano**. Tradução de Ana Luiza Lopes. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. Rio de Janeiro: Atlas, 2017, 1 recurso online ISBN 9788597012934.

GIMENEZ, A. M. N.; BONACELLI, M. B. M. **Repensando o Papel da Universidade no Século XXI: Demandas e Desafios Tecnologia e Sociedade**, vol. 9, núm. 18. Curitiba. 2013. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/4966/496650340006.pdf>>. Acesso em 8 abr 2018.

GOEBEL, M. A.; MIÚRA, M. N. **A Universidade como fator de Desenvolvimento: caso do município de Toledo-PR**. Revista Expectativa, v.3.n.3, 2004. Disponível em <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/743>>. Acesso em 10 abr 2018.

GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Alínea, 2001.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. **Metodología de la Investigación**. México: MC Graw Hill, 2006.

HOWKINS, J. **A economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. Tradução de Ariovaldo Griesi. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2013.

IBGE. **Os Números da Cultura no Brasil**. Brasília: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Sistema de Informações e Indicadores, 2006. Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/>>. Acesso em 10 mar 2018.

KARLSSON, C. **Researching Operations Management**. Routledge. Nova York. 2009.

MARCIAL, N. A. **¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones?** Innovación Educativa, v. 9, n. 47, abr./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>>. Acesso em: 9 nov 2018.

MARIA DE OLIVEIRA, J.; DE ARAUJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Texto para Discussão, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2013. Disponível em <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=2092>. Acesso em 12 mar 2018.

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. Disponível em: <[https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/139/4/Teorias%20e%20politicadas%20da%20cultura.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/139/4/Teorias%20e%20politicadas%20cultura.pdf)>. Acesso em 25 fev 2018.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+D+A+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>>. Acesso em 02 mar 2018.

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS DE BUENOS AIRES. Disponível em: <<http://www.buenosaires.gob.ar/innovacion/oic>>. Acesso em 15 nov 2018.

OBSERVATÓRIO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS DA UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO. Disponível em <<http://www.faac.unesp.br/?fbclid=IwAR0xEzmZE0iDSnt5XCymz4thmLXhWCntTswRaFlqYfv-8BjckBVJGX1IBQU#!/departamentos/comunicacao-social/lecotec/projetos/observatorio-de-industrias-criativas1007/inicio/>>. Acesso em 15 nov 2018.

OBSERVATÓRIO ESTADUAL DE ECONOMIA CRIATIVA DE GOIÁS. Disponível em <<https://obec.medialab.ufg.br/p/19109-o-obec>>. Acesso em 15 nov 2018.

OBSERVATÓRIO ESTADUAL DE ECONOMIA CRIATIVA DO DISTRITO FEDERAL. Disponível em <<http://www.obecdf.org/>>. Acesso em 15 nov 2018.

OBSERVATORY OF CULTURAL POLICIES IN AFRICA. Disponível em <<http://www.ocpanet.org/>>. Acesso em 15 nov 2018.

OLIVEIRA, D.C., **Análise de Conteúdo Temático Categorial: Uma proposta de sistematização**. Rev. Enferm. UERJ, Rio de Janeiro, 2008 out/ dez; 16 (4):569-76

OLIVEIRA, J. M., LARANJA, M., LAHORGUE, M. A., & Born, H. F. (2016). **Cross Innovation approach and the creative industries: a case study in the city of Lisbon, Portugal**. International Journal of Innovation - IJI, 4(1), 01–12.

REIS, A. C. F.; DEHEINZELIN, L. **Cadernos de Economia Criativa: Economia Criativa e desenvolvimento local**. SEBRAE, 2008. Disponível em: <<http://vix.sebraees.com.br/arquivos/biblioteca/Cadernos%20de%20Economia%20Criativa.pdf>>. Acesso em 10 abr 2018.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. **Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas**. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014. Disponível em: <https://ac.els-cdn.com/S1809203916302091/1-s2.0-S1809203916302091-main.pdf?_tid=9f0ee4ed-e01c-4313-ac30-55d9aa83da9d&acdnat=1521031678_af0b3eafefd1f7a7a180c7577a1eaf7c>. Acesso em 04 mar 2018.

SOUKUP FILHO, V. **O Fenômeno *Born Global* na Economia Criativa do Brasil: um estudo de casos no setor audiovisual**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2014. Disponível em: <http://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Vaclav_Soukup.pdf>. Acesso em 11 mar 2018.

SOUZA, N. J. **Desenvolvimento Econômico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

THIOLLENT, M. **Pesquisa-ação nas organizações**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

UNESCO. **Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways**, 2013. Special Edition. Published by UNDP, New York and UNESCO, Paris: 2013.

Disponível em: <<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>>. Acesso em 24 fev 2018.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa, uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa; Ministério da Cultura; São Paulo: Itaú Cultural, 2010. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 02 mar 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS. **Plano de Desenvolvimento Institucional UFPel, 2015-2010**. Disponível em https://wp.ufpel.edu.br/pdi/files/2016/09/PDI-UFPel_13-2015_rev04.pdf. Acesso em 12 nov 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **Conheça os OBEC**. Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura, 2016. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/obec/neccult/noticia.php?id=15&titulo=CONHE%C3%87A%20O%20OBEC>>. Acesso em 07 abr 2018.

WACHOWICZ, M. **A Construção de um Marco Regulatório para a Economia Criativa no Brasil**. In: Brasil. Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014). Brasília. 2011. p. 126 - 128.

WHITE, S.; GUNASEKARAN, A.; ROY, M H. **Performance measures and metrics for the creative economy**. Benchmarking: Na International Journal, v. 21, n. 1, p. 46-61, 2014. Disponível em: <<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/BIJ-03-2012-0017>>. Acesso em 02 mar 2018.

Apêndices

**APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O COORDENADOR DO
MESTRADO DA FEEVALE**

- a) Como foi criado o mestrado?
- b) Quais pesquisas que são realizadas no mestrado?
- c) No teu entendimento, quais ações os órgãos públicos devem realizar para fomentar a economia criativa?
- d) Conheces o observatório de economia criativa do Rio Grande do Sul?
- e) Quais atividades você considera importante que um observatório de economia criativa realize?

**APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS COORDENADORES DOS
OBSERVATÓRIOS DE ECONOMIA CRIATIVA**

- a) Quais os motivos para criação do observatório?
- b) Quais atividades desempenhadas?
- c) Qual a estrutura do observatório?
- d) Quais ações você considera importante que um observatório realize?
- e) Há pesquisas sobre o impacto da criação do observatório na região onde está inserido?
- f) Quais obstáculos encontrados na atuação do observatório?

**APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS COORDENADORES DOS
CURSOS CRIATIVOS DA UFPel**

- a) A faculdade tem trabalhos de pesquisa e extensão voltados a auxiliar os criativos no acesso ao mercado de trabalho ou a empreender?
- b) Há pesquisas ou ações na faculdade que visam fomentar o desenvolvimento social e econômico da região sul do Rio Grande do Sul?
- c) Há projetos com outros órgãos públicos ou empresas privadas?
- d) Quais os obstáculos encontrados pelos egressos para exercer a profissão?
- e) Você acredita que a economia criativa pode ser uma propulsora ao desenvolvimento econômico da região sul do Rio Grande do Sul?
- f) Diante da relevância do tema você considera que a UFPel deve dar mais atenção ao tema, promovendo pesquisas, mapeamento, atualização e projetos sobre economia criativa?

APÊNDICE D - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A REITORIA DA UFPEL

- a) A gestão tem realizado ações para fomentar o desenvolvimento de Pelotas e região sul?
- b) Você acredita que a Economia Criativa pode ser uma propulsora de desenvolvimento econômico e social da região sul do Rio Grande do Sul?
- c) Você considera que a UFPEL deve dar mais atenção ao tema da Economia Criativa, promovendo pesquisas, mapeamento, atualização e projetos sobre economia criativa por meio de um Observatório de Economia Criativa?