

PLANO DE **ECONOMIA CRIATIVA** DE PORTO ALEGRE

2023-2030



**Prefeitura de
Porto Alegre**

SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO E TURISMO

PLANO DE ECONOMIA CRIATIVA DE PORTO ALEGRE



Prefeitura de
Porto Alegre

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE

Prefeito de Porto Alegre

Sebastião Melo

Secretária Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Júlia Evangelista Tavares

Secretário Adjunto Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Douglas Martello

Coordenadora de Economia Criativa - Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Joana de Macedo Braga

PLANO DE ECONOMIA CRIATIVA DE PORTO ALEGRE



FICHA TÉCNICA

Coordenação Geral e Técnica
Joana Braga

Apoio e Revisão Técnica
Débora Toffoli
Hosana Aprato

Design Gráfico
Augusto Mattos

Equipe de Comunicação
Hosana Dias Aprato



AUTORES

Textos introdutórios das diretrizes:

1. A ECONOMIA CRIATIVA NO CERNE DO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

Felipe Rosa

Diretor de Políticas Públicas, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo

2. A IMPORTÂNCIA DO RECONHECIMENTO DAS APLS PARA O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA

Beatriz Job e Heloísa Herve

Coletivo SomosMAG

3. METAS COMPETITIVAS PARA EMPRESÁRIOS CRIATIVOS EM PORTO ALEGRE

Sara Vieira Borelli

Empresária, Nau Space

AUTORES

4. A BUSCA POR INDICADORES ECONÔMICOS DE CRIATIVIDADE

Cristiano Max Pereira Pinheiro

Coordenador do Programa de Indústria Criativa da Universidade Feevale

Rodrigo Salvato de Assis

Economista, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo

5. A ECONOMIA CRIATIVA NO TERRITÓRIO: UMA ESTRATÉGIA DE IMPACTO

Jorge Piqué

Fundador da UrbsNova Inovação Social. Criador e gestor do Distrito Criativo de Porto Alegre

6. CENÁRIOS DE FUTUROS: EDUCAÇÃO PARA A ECONOMIA CRIATIVA

Paula Visoná

Professora universitária e coordenadora de Cursos de Pós-graduação em Design



MEMBROS DO COMITÊ MUNICIPAL DE Economia Criativa

PORTARIA 578/2022

- Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SMDET)**
Titular: Joana de Macedo Braga
Suplente: Cinthia Fusquine Verbist
Titular: Luiz Armando da Silva de Oliveira
Suplente: Daniela Alves Machado de Braga
- Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Urbanismo e Sustentabilidade (SMAMUS)**
Titular: Rovana Reale Bortolini
Suplente: Virgínia Sanchis Damonte
- Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social (SMDS)**
Titular: Andressa Mielke Vasconcelos
Suplente: Márcia Chaves Moreira
- Secretaria Municipal da Fazenda (SMF)**
Titular: André Fernando Butzen
Suplente: Ione Denise Horlle Cubas
- Secretaria Municipal de Planejamento e Assuntos Estratégicos (SMPAE)**
Titular: João Pedro Zanetti Maffessoni
Suplente: Maria Paula Merlotti
- Secretaria Municipal de Educação (SMED)**
Titular: Marina Andrades Felipe
Suplente: Glaubia Maria Martins da Silva
- Secretaria Municipal de Cultura e Economia Criativa (SMCEC)**
Titular: Daniela Borges Mazzilli
Suplente: Álvaro Afonso de Almeida Franco
- Departamento Municipal de Habitação (DEMHAB)**
Titular: Luz Maria Guimarães da Silva
Suplente: Caroline Gonçalves Chaves
- Gabinete de Comunicação Social (GCS/PMPA)**
Titular: Ricardo Martins Gomes
Suplente: Rafael Ocaña Vieira
- Gabinete do Vice-Prefeito (GVP/PMPA)**
Titular: Cláudia Caldas Silber
Suplente: Júlia Evangelista Tavares
- Gabinete de Inovação (GI/PMPA)**
Titular: Luiz Carlos Pinto da Silva Filho
Suplente: Joana Baleeiro Passos
- Câmara Municipal de Vereadores de Porto Alegre (CMPA)**
Titular: Alexandre Wagner da Silva Bobadra
Suplente: Nádia Rodrigues Silveira Gerhard
- Secretaria de Cultura do RS (SEDAC)**
Titular: Carolina Biberg Maia
Suplente: Ana Luísa Pereira Nunes
- Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia do RS (SICT)**
Titular: Diego Souza
Suplente: Luciane Lewis Xerxenevsky
- Porto Alegre Convention & Visitors Bureau**
Titular: Adriane Hilbig
Suplente: Vinícius Pujol
- Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões do RS (SATED-RS)**
Titular: Adriane Azevedo
Suplente: Luciano Fernandes
- Fundação Iberê Camargo**
Titular: Robson Bento Outeiro
Suplente: Thiago Silva de Araújo
- Instituto Cultural Português**
Titular: Leonora Horn Schneider
Suplente: Dominique Martins Andujar
- Sindicato de Hospedagem e Alimentação de Porto Alegre e Região (SINDHA)**
Titular: Oscar Henrique Stein Schmidt
Suplente: André Luiz Grazziotin Chaves Barcelos

- Câmara do Livro**
Titular: Isatir Antonio Bottin Filho
Suplente: Maximiliano Ledur
- Associação de Amigos da Cinemateca Capitólio (AAMICCA)**
Titular: Pedro Guindani Lopes de Almeida
Suplente: Juliana Vieira Costa
- Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado do Rio Do Grande do Sul (SIAV)**
Titular: Sofia Rodrigues Ferreira
Suplente: Diego Tafarel
- Colegiado Setorial Audiovisual do RS**
Titular: Gisele Cardoso Hiltl
Suplente: Sofia Rodrigues Ferreira
- Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre (Sindilojas Porto Alegre)**

Titular: Arcione Piva
Suplente: Marcelo Paes
- Distrito Criativo – UrbsNova**
Titular: Jorge Ferro Piqué
Suplente: Lucas Bernardes Volpatto
- Circle**
Titular: Lívia dos Santos Menegat
Suplente: Nicolas Skowronski
- Associação Riograndense dos Escritórios de Arquitetura (AsBEA)**
Titular: Maurício Ceolin Rosa
Suplente: Cristiane de Lima Machado
- MAG**
Titular: Heloisa Hervé
Suplente: Beatriz Martins Job
- Feevale Techpark**
Titular: Eduarda Brito Sawaya
Suplente: Manuela Bruxel
- Federação das Associações das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação (ASSESPRO)**
Titular: Julio César Ferst
- Sindicato das Indústrias da Construção Civil do Estado do RS (Sinduscon-RS)**
Titular: Rafael Goellner Garcia
Suplente: Romeu Tomasetto
- Associação Brasileira de Gestão Cultural (ABGC)**
Titular: Gisele Minato de Miranda
- Nau Live Spaces**
Titular: Cmila Borelli
Suplente: Mônica Riffel
- Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)**
Titular: Fabrício Farias Tarouco
Suplente: Paulo Henrique da Rocha Bittencourt
- Universidade La Salle**
Titular: Judite Sanson de Bem
- Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo (ASPEUR/FEEVALE)**
Titular: Cristiano Max Pereira Pinheiro
Suplente: Daniel Conte
- SENAC, SESC e FECOMÉRCIO**
Titular: Elivelto Nagel da Rosa Finkler
Suplente: Glaucilene Pedroso Trapp
- APOIA.se**
Titular: Bruno Melo Pereira
Suplente: Hernan Efron
- Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter)**
Titular: Cláudia Katherine Rodrigues
Suplente: Jeferson Luiz Dellavalle Dutra
- Câmera Viajante**
Titular: Rogério Pedroso do Amaral Ribeiro

MENSAGEM DA SECRETÁRIA

(Júlia Evangelista Tavares)

PORTO ALEGRE: CAPITAL INOVADORA E CRIATIVA

Porto Alegre foi a cidade responsável por inserir o Rio Grande do Sul na liderança do ranking dos estados com mais empreendimentos do setor de inovação. A avaliação foi divulgada pelo Centro de Liderança Pública (CLP), em 2023. O ranking analisa o número de parques tecnológicos e científicos, aceleradoras, incubadoras para cada 1 milhão de habitantes.

No estudo, a capital aparece entre os municípios que mais concentram trabalhadores no setor da Economia Criativa, o que corresponde a 4,31% do total de empregos gerados na cidade. O valor é maior do que a média do estado, que é de 1,96%, fato que reforça a liderança da capital na criação de vagas.

A diversidade e a presença desses empregos demonstram a vitalidade da economia e a capacidade de adaptar-se às demandas do mercado contemporâneo. A Economia Criativa incrementa, não somente a cultura local, mas representa papel vultoso na promoção de empregos, inovação e elevação econômica.

VIENSA GEN



APRESENTAÇÃO.....8

1. CONTEXTUALIZAÇÃO da Economia Criativa em PORTO ALEGRE.....9

1.1 Perfil do mercado de trabalho de Economia Criativa de Porto Alegre.....9

1.1.1 Tipo de contrato dos trabalhadores de Economia Criativa.....10

1.1.2 Tipo de contratação/demissão dos trabalhadores de Economia Criativa.....11

1.2 Mapeamento dos estabelecimentos com CNAEs relacionados à Economia Criativa.....12

1.2.1 Número de empresas por grande área de Economia Criativa.....13

1.2.2 Distribuição por atividade específica de Economia Criativa.....14

1.2.3 Concentração de empresas por CNAE criativo.....15

2. PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO E FOMENTO À ECONOMIA CRIATIVA: POA CRIATIVA.....16

3. A GOVERNANÇA - COMITÊ MUNICIPAL DE ECONOMIA CRIATIVA (CMEC).....16

3.1 Objetivo.....17

3.2 Competências.....17

3.3 Composição.....17

4. METODOLOGIA DE CONSTRUÇÃO DO PLANO18

4.1 Construção de um modelo operacional para mapeamento da Economia Criativa na Capital.....18

4.2 Análise do potencial criativo da cidade20

4.2.1 Construção dos indicadores, validação e levantamento dos dados.....20

4.2.2 Análise: Workshop de mapeamento de potenciais criativos municipais.....27

4.2.2.1 Etapas da dinâmica de análise dos potenciais criativos: fluxograma do processo.....27

4.2.2.3 Resultados Matriz SWOT/FOFA.....29

4.2.2.4 Carta reflexões sobre potencial criativo.....30

4.3 Elaboração do propósito.....32

4.4 Elaboração do propósito.....34

5. Propósito do Plano Municipal de Economia Criativa.....34

6. Diretrizes.....35

7. Plano de Ação.....35

Diretriz 1.....36

Diretriz 2.....38

Diretriz 3.....41

Diretriz 4.....44

Diretriz 5.....47

Diretriz 6.....50

Diretriz 7.....54

8. Cronograma de execução.....55

A Economia Criativa é um conceito que tem ganhado crescente destaque nas últimas décadas, representando uma abordagem inovadora e dinâmica para o desenvolvimento econômico e social. Esta abordagem baseia-se na ideia de que a criatividade, a cultura, o conhecimento e a inovação desempenham um papel fundamental na geração de valor econômico, empregos e bem-estar. A Economia Criativa engloba uma série de setores, como artes, entretenimento, design, moda, tecnologia da informação, mídia, gastronomia e entre outros, promovendo a convergência entre criatividade e negócios.

No cerne da Economia Criativa, encontra-se a ideia de que a criatividade não se limita apenas às artes, mas também permeia todas as esferas da vida, moldando produtos, serviços e experiências.

Esta valoriza a propriedade intelectual, promove a diversidade cultural e fomenta a inovação constante, incentivando a criação de novos mercados e oportunidades de negócios.

A Economia Criativa não apenas contribui para o crescimento econômico mas, também, desempenha papel vital na construção da identidade cultural, no fortalecimento da coesão social e na melhoria da qualidade de vida. Neste contexto, a compreensão e o incentivo à Economia Criativa têm se tornado prioridade para governos, empresas e sociedade em geral, à medida que reconhecem seu potencial transformador e sua capacidade de impulsionar o progresso sustentável em um mundo cada vez mais globalizado e orientado pela inovação.

1 Contextualização da Economia Criativa em Porto Alegre

1.1 PERFIL DO MERCADO DE TRABALHO DE ECONOMIA CRIATIVA DE PORTO ALEGRE

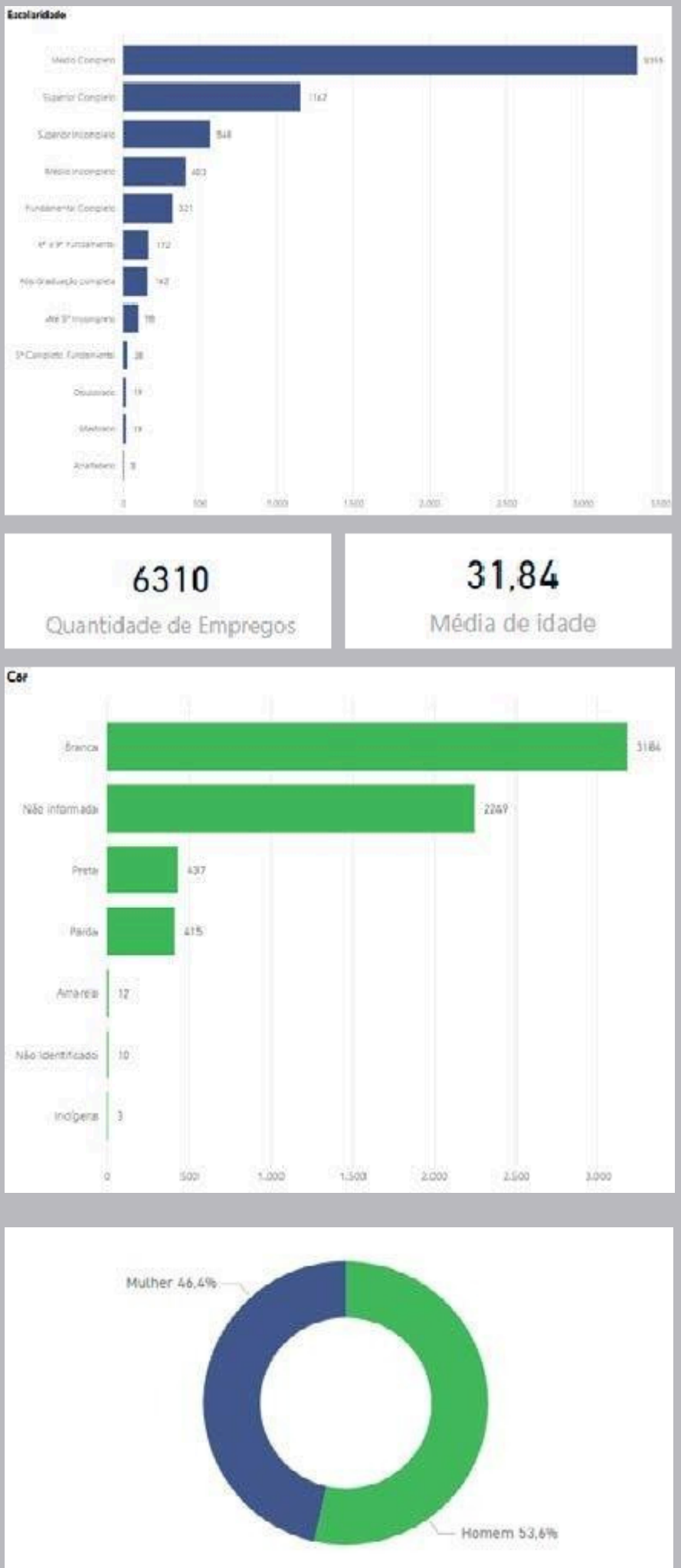
De acordo com os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2022, o mercado de trabalho formal da Economia Criativa em Porto Alegre apresentou as seguintes características:

- Número de empregos: registro de 6.310 empregos.
- Distribuição por idade: a média de idade dos profissionais foi de 31,8 anos, refletindo uma força de trabalho relativamente jovem.
- Nível de escolaridade: a maior parte dos empregos na Economia Criativa exigia níveis de escolaridade mais elevados, com 1.162 profissionais de ensino superior completo (18,4%) e 162 com pós-graduação completa (2,6%). Além disso, 5.598 (88,7%) possuíam, pelo menos, o ensino médio completo, com 3.355 (53,3%).
- Distribuição por escolaridade: com variação na escolaridade dos profissionais, 568 (9%) tinham ensino superior incompleto, 403 (6,4%) ensino médio incompleto e 321 (5,1%), ensino fundamental completo. Apenas 98 (1,6%) possuíam escolaridade até o 5º ano do ensino fundamental e 28 (0,4%) tinham o 5º ano completo.
- Grau de pós-graduação: entre os profissionais, 19 (0,3%) eram doutores e 19 (0,3%) mestres.
- Distribuição por gênero: a maioria dos profissionais era do sexo masculino

representando 53% dos empregados, enquanto as mulheres compunham 44% da força de trabalho.

- Níveis de escolaridade inferiores: foi registrada presença pequena, mas significativa, de profissionais com escolaridade mais baixa, incluindo 19 (0,3%) de analfabetos.

Figura 1: Dados gerais de perfil socioeconômico dos trabalhadores da Economia Criativa



Fonte: Painel de Economia Criativa. SMDet, 2023. RAIS, 2022.

Estes dados refletem a diversidade e a demanda por diferentes níveis de habilidade na Economia Criativa em Porto Alegre, bem como a necessidade de educação superior e treinamento especializado para muitas posições neste setor em crescimento. Além disso, a predominância masculina na força de trabalho indica um desafio a ser abordado em termos de igualdade de gênero.

1.1.1 TIPO DE CONTRATO DOS TRABALHADORES DE ECONOMIA CRIATIVA

De acordo com os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2022, o mercado de trabalho na área de Economia Criativa em Porto Alegre apresentou diversidade em contratos. Os principais tipos incluíam:

Empregado geral (CLT): Grupo representa a maioria dos trabalhadores na Economia Criativa de Porto Alegre. Um total de 5.753 estava sob contrato de trabalho regular, no regime de CLT (Consolidação das Leis do Trabalho).

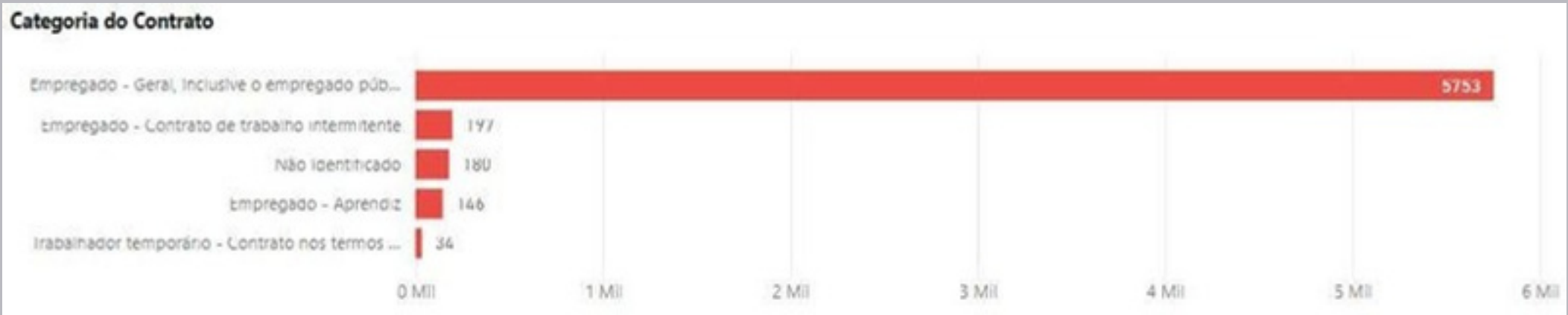
A modalidade representa a forma tradicional de emprego com direitos trabalhistas e estabilidade.

Empregado em contrato de trabalho intermitente: Um grupo menor, com 197 trabalhadores. Esta modalidade possui contrato flexível que permite a prestação de serviços de acordo com a demanda do empregador, com períodos intercalados de trabalho e inatividade.

Aprendizes: Havia 146 trabalhadores sob contrato de aprendizagem, modalidade que combina educação formal e formação prática no ambiente de trabalho. É destinada a jovens que buscam adquirir experiência profissional e qualificação.

Temporários: Um total de 34 trabalhadores estavam empregados sob contratos temporários, normalmente utilizados para atender picos sazonais de demanda ou necessidades específicas de projetos de curto prazo.

Figura 2: Dados gerais de categoria de contratos de Economia Criativa



Fonte: Painel de Economia Criativa. SMDET, 2023. RAIS, 2022.

1.1.2 TIPO DE CONTRATAÇÃO/DEMISSÃO DOS TRABALHADORES DE ECONOMIA CRIATIVA

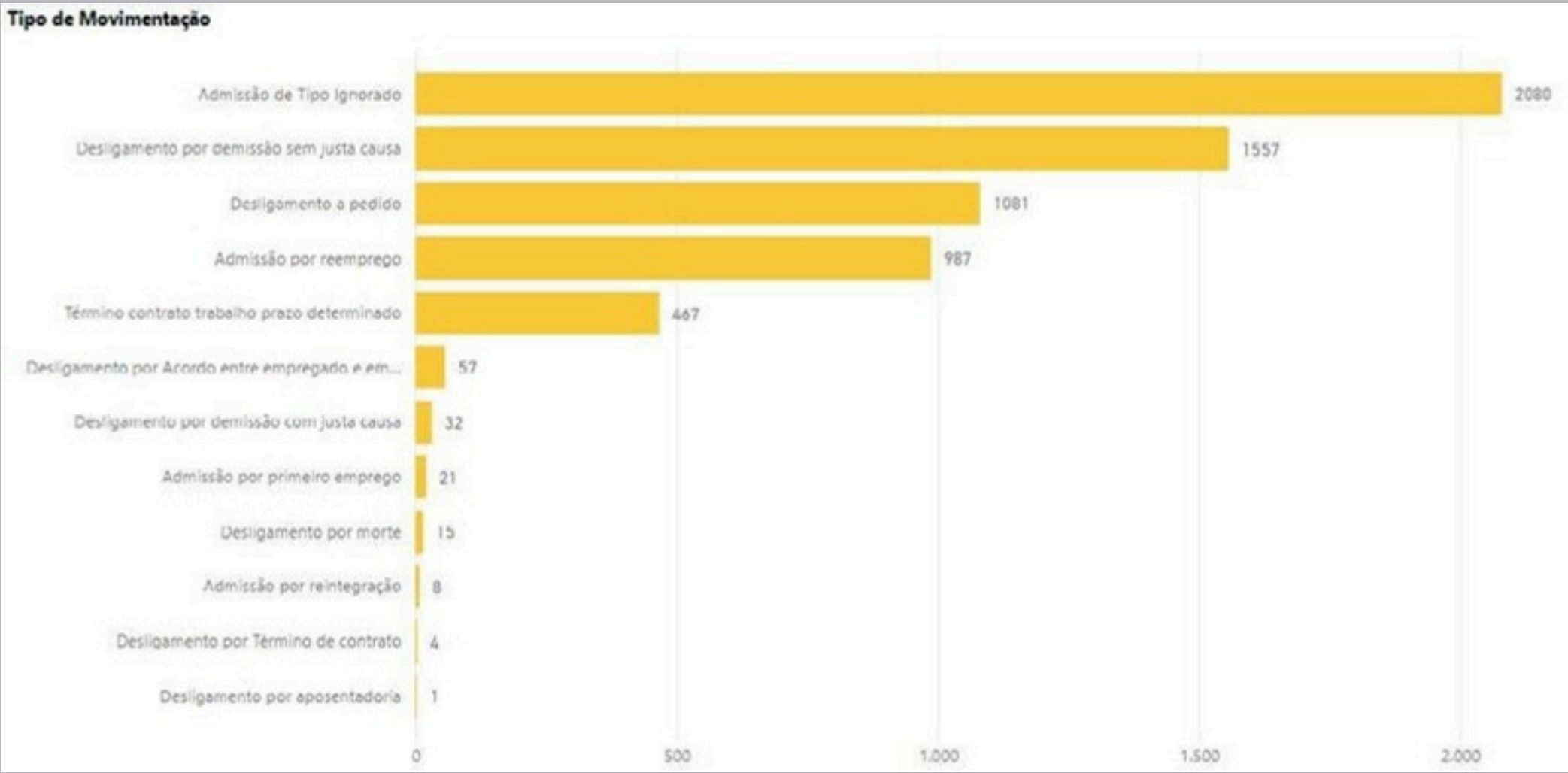
Os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2022 revelam importantes informações sobre a Economia Criativa em Porto Alegre. Neste período, a cidade registrou o total de 1.388 admissões, destacando a vitalidade do setor. Este número representa a entrada de novos talentos e profissionais criativos na economia local.

Por outro lado, os números de desligamentos apresentam um cenário interessante. Cerca de 419 pessoas solicitaram o desligamento de seus empregos, evidenciando a busca por novas oportunidades ou a necessidade de flexibilidade profissional no mercado criativo.

Além disso, 412 pessoas foram demitidas sem justa causa, o que pode ser reflexo de oscilações no mercado ou mudanças nas estratégias das empresas.

A Economia Criativa também foi influenciada por contratos de trabalho a prazo determinado, totalizando 223 termos. Isto sugere uma dinâmica constante na contratação de profissionais temporários em setores como publicidade, design e entretenimento. A modalidade de desligamento por acordo, com 23 casos, destaca a importância do diálogo entre empregadores e funcionários na busca de soluções mutuamente vantajosas, aspecto fundamental na Economia Criativa, que muitas vezes envolve contratos flexíveis e colaborações pontuais.

Figura 3: Dados gerais de tipos de contratação/demissão de Economia Criativa



Fonte: Painel de Economia Criativa. SMDet, 2023. RAIS, 2022.

Em contraste, os desligamentos por justa causa, com 17 casos, são relativamente baixos. O número pode indicar um ambiente de trabalho relativamente

estável e um compromisso geral dos profissionais com as regras e expectativas estabelecidas.

1.2 MAPEAMENTO DOS ESTABELECIMENTOS COM CNAES RELACIONADOS À ECONOMIA CRIATIVA

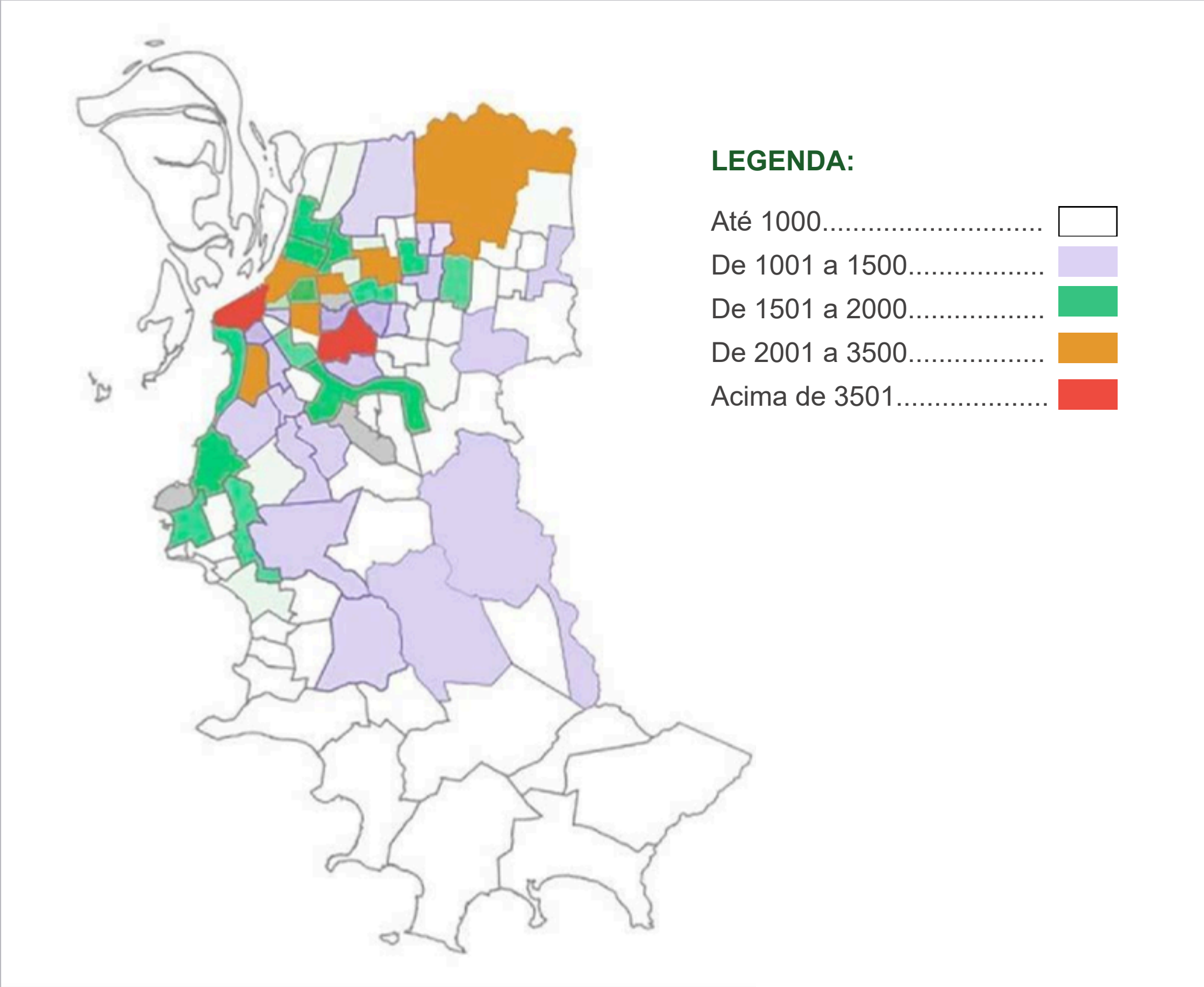
Mapear Porto Alegre com indicadores econômicos é uma estratégia crucial para impulsionar a Economia Criativa na cidade, bem como para melhorar o ambiente de negócios e estimular investimentos.

A Economia Criativa é um setor em crescimento que liga, de maneira singular, produtores, instituições de ensino e setor público.

Ao adotar uma abordagem data-driven e promover a transparência dos dados, os gestores públicos podem tomar decisões baseadas em evidências para fortalecer essa indústria vital.

A primeira razão pela qual o mapeamento com indicadores econômicos é fundamental é a capacidade de mensurar e entender o impacto da Economia Criativa na cidade. Isto permite que as autoridades identifiquem setores específicos que mais contribuem para a economia e empregam talentos locais. Com os dados, é possível desenvolver políticas públicas direcionadas que promovam o crescimento dos segmentos.

Figura 4: Mapa de concentração de empresas de Economia Criativa em Porto Alegre



1.2.1 NÚMERO DE EMPRESAS POR MACRO ÁREA DE ECONOMIA CRIATIVA

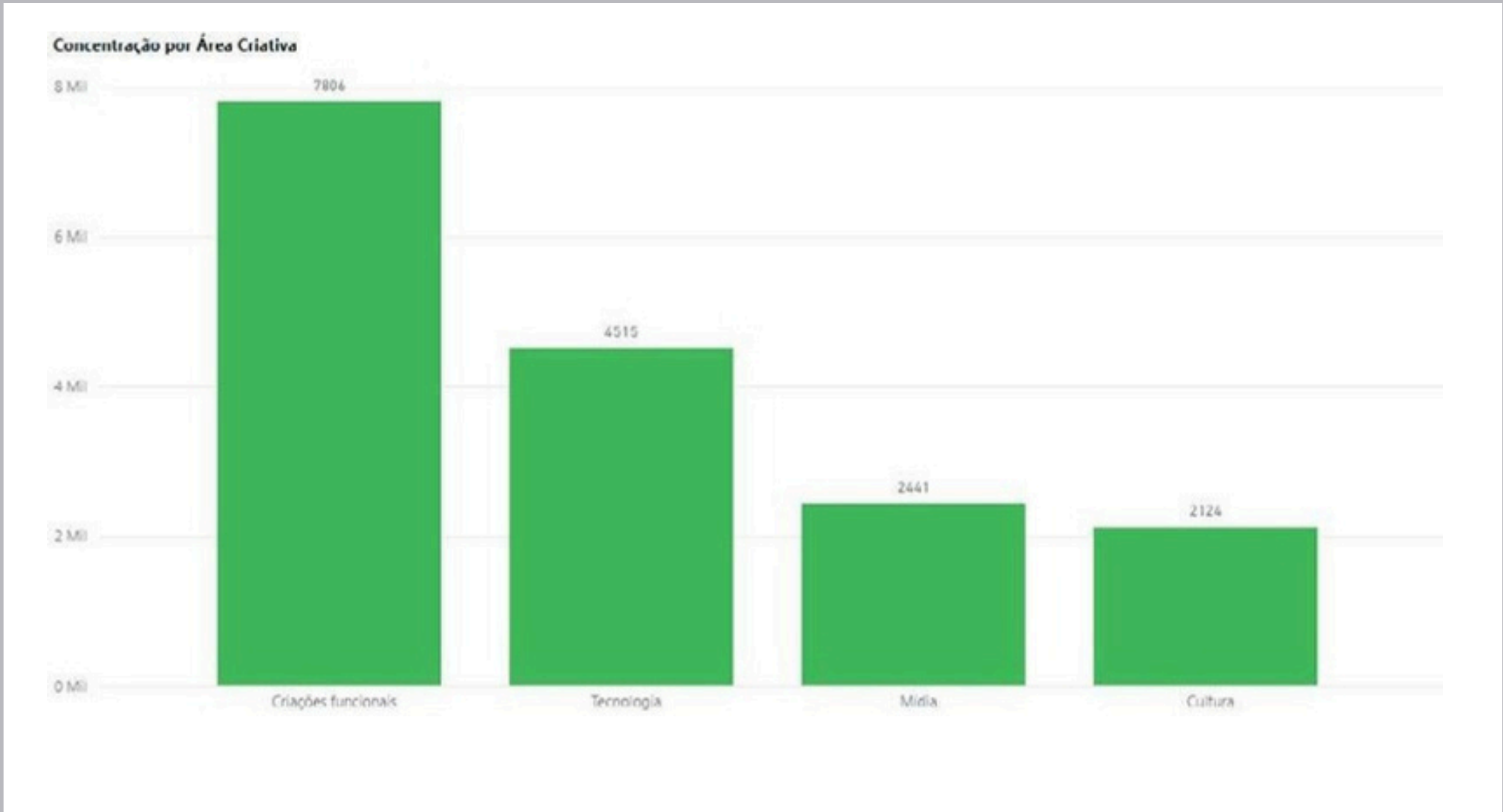
Os números revelados sobre o número de empresas criativas por macro área criativa oferecem uma visão fascinante do cenário econômico atual Porto Alegre, assim como muitas outras cidades, está se destacando na promoção da criatividade e da inovação em diversas áreas.

- **Setor de Criações Funcionais:** Esta área lidera com um total de 7.806 empresas. O número reflete a importância crescente de produtos e serviços

que combinam funcionalidade e estética, abrangendo setores que vão desde design de produtos e moda até arquitetura, design de interiores e publicidade.

- **Setor de Tecnologia:** Com 4.515 empresas em atuação, Porto Alegre demonstra crescente relevância. A interconexão entre tecnologia e criatividade é evidente, uma vez que essas empresas buscam inovações para atender às necessidades em constante evolução do mercado.

Figura 5: Distribuição das empresas por área de Economia Criativa em Porto Alegre



Fonte: Painel de Economia Criativa. SMDet, 2023. RAIS, 2022.

- **Setor de Mídia:** Existem 2.441 empresas atuantes. As empresas desempenham papel crucial na comunicação, disseminação de informações, entretenimento e publicidade, contribuindo para a cultura local e a Economia Criativa.

- **Setor de Cultura:** O nicho conta com 2.124 empresas, o que mostra a diversidade de manifestações culturais em Porto Alegre. Tais empresas abrangem desde atividades artísticas e culturais até festivais e eventos, enriquecendo a vida cultural da cidade.

1.2.2 DISTRIBUIÇÃO POR ATIVIDADE ESPECÍFICA DE ECONOMIA CRIATIVA

- **Arquitetura, Design e Moda:** Com um total de 5.454 empresas, esta categoria reflete a forte presença e o dinamismo destes na cidade. As empresas têm papel vital na criação de espaços funcionais, produtos inovadores e tendências de estilo que contribuem para a estética da cidade.

- **TI e Software:** Com 3.356 empresas, os setores demonstram crescente importância na economia da cidade. Porto Alegre destaca-se como um centro de inovação tecnológica, impulsionando o desenvolvimento de soluções digitais e software de ponta.

- **Publicidade, Pesquisa e Mercado:** Com 2.352 empresas ativas, os segmentos são essenciais para a promoção de produtos e serviços no município. Essas empresas desempenham papel importante na construção de marcas e no entendimento das necessidades do mercado.

- **Publicação, Editoração e Mídia:** As 1.591 empresas em operação contribuem para a disseminação de informações, notícias e entretenimento na cidade.

- **Artes Visuais e Performáticas:** A capital abriga 1.417 empresas, fato que demonstra o comprometimento da cidade com a expressão cultural.

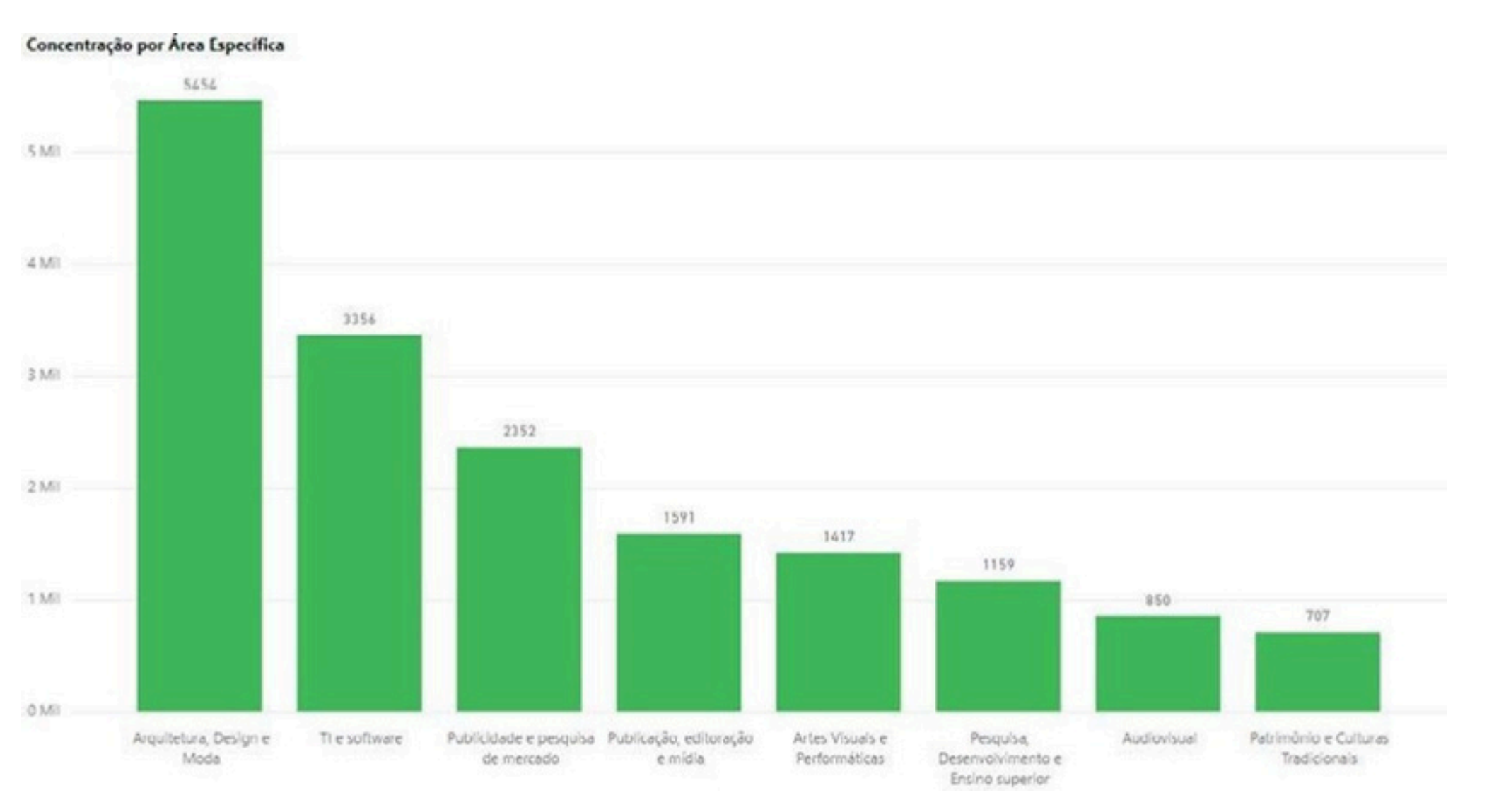
- **Pesquisa, Desenvolvimento e Ensino Superior:** Com 1.159 empresas, esse setor desempenha um papel crucial na promoção da educação, pesquisa e inovação em Porto Alegre.

- **Audiovisual:** O setor conta com 850 empresas, destacando o crescimento da produção e distribuição de conteúdo audiovisual, incluindo cinema, televisão e mídias digitais, na cidade.

- **Patrimônio e Culturas Tradicionais:** Porto Alegre também valoriza suas tradições e patrimônio, com 707 empresas envolvidas nessa área.

1.2.2 DISTRIBUIÇÃO POR ATIVIDADE ESPECÍFICA DE ECONOMIA CRIATIVA

Figura 6: Distribuição das empresas por área específica de Economia Criativa em Porto Alegre

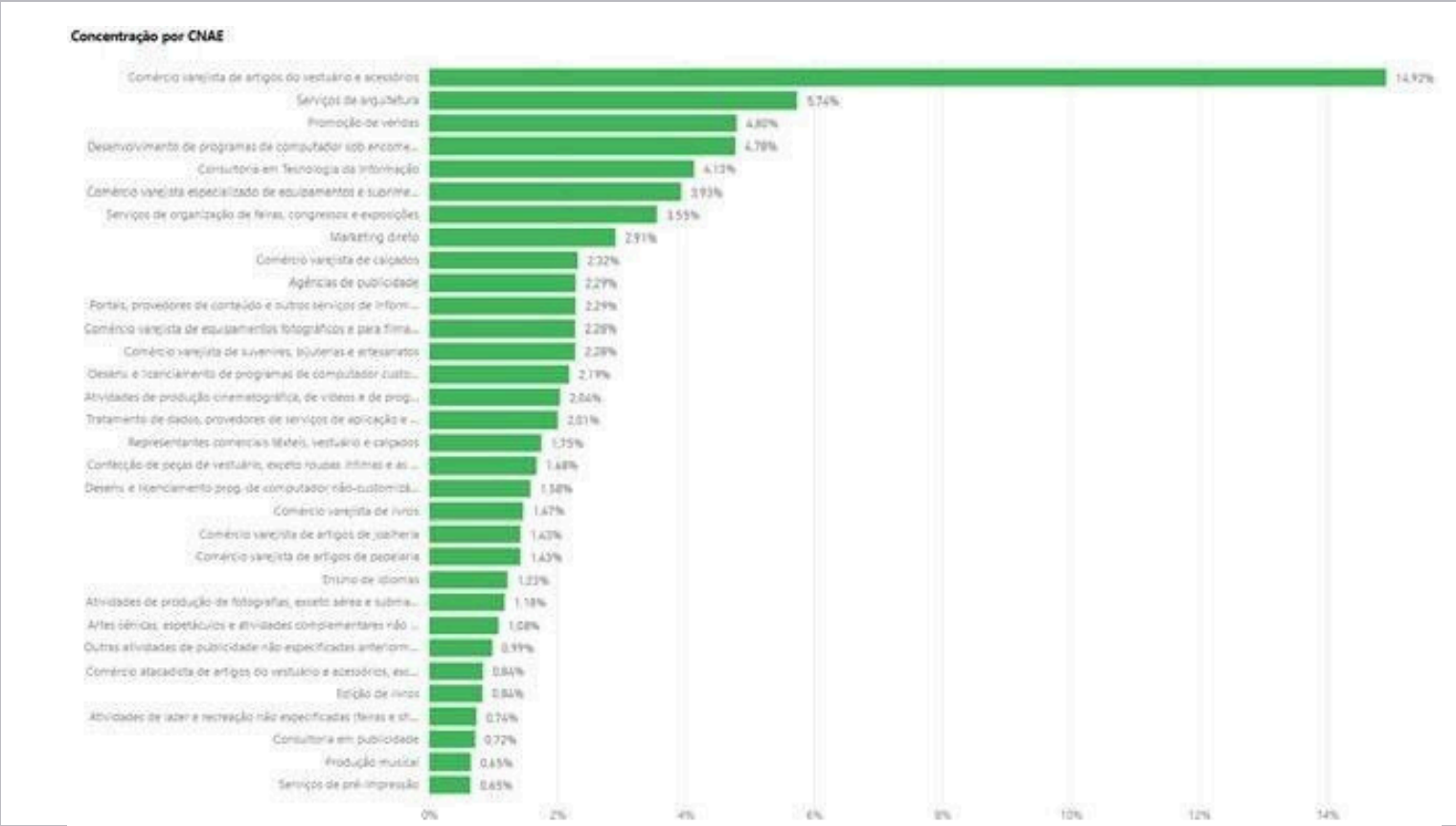


1.2.3 CONCENTRAÇÃO DE EMPRESAS POR CNAE CRIATIVO

A análise da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) na Economia Criativa de Porto Alegre, com base nos dados da RAIS 2022, é processo fundamental para compreender e impulsionar o desenvolvimento desse setor tão vital para a cidade. A Economia Criativa não apenas enriquece a cultura local, mas também desempenha papel significativo na geração de empregos, inovação e crescimento econômico. Portanto, a análise dos CNAEs torna-se uma ferramenta valiosa para direcionar esforços e recursos de forma eficaz.

Um dos principais benefícios dessa análise é a capacidade de identificar setores específicos que mais contribuem para a Economia Criativa. Isso permite que os gestores públicos direcionem políticas e programas de apoio de maneira mais precisa. Se, por exemplo, os dados da RAIS mostram que as empresas de design de moda estão crescendo significativamente, isso pode levar a investimentos direcionados, como a criação de incubadoras de moda, eventos e treinamentos específicos para o segmento.

Figura 7:
Distribuição das empresas por CNAE de Economia Criativa em Porto Alegre



Fonte: Painel de Economia Criativa. SMDet, 2023. RAIS, 2022.

2 PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO E FOMENTO À ECONOMIA CRIATIVA: POA CRIATIVA

O olhar para a Economia Criativa não é novo na cidade. Assim, no passado muitas outras iniciativas foram desenvolvidas pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre relacionados ao tema. Um Plano Municipal de Economia Criativa foi elaborado em 2014, também a criação do Comitê Municipal de Economia Criativa constituído no ano anterior a este, reunindo-se até meados de 2017. Projetos pontuais nas áreas de design, moda, gastronomia, audiovisual e tecnologia envolveram diversas pastas e posicionaram as áreas criativas da cidade em cenário nacional entre 2012 a 2019.

No entanto, além de as evidentes mudanças culturais e econômicas ocorridas desde então, a iniciativa, agora, amplia-se para um programa de governo, de caráter transversal.

A ação está alicerçada na governança e no monitoramento econômico enquanto método para o estabelecimento de políticas, no desenvolvimento de planejamento estratégico com objetivos de curto, no médio e longo prazo estabelecidos a partir de eixos

de atuação definidos e na entrega de um plano de Economia Criativa como um fim.

Estabelecido em 2021, o Programa de Desenvolvimento e Fomento da Economia Criativa – POA CRIATIVA tem o objetivo de promover um ambiente favorável para o desenvolvimento da economia em Porto Alegre. Visa, ainda, estimular a geração de conhecimento e o mercado de produtos ou serviços concebidos com esse perfil e ampliando a participação das indústrias criativas no PIB local.

O programa é coordenado pela SM-DET, e propõe seis eixos de atuação para o desenvolvimento das ações: mapeamento e monitoramento; qualificação profissional; mercado/produto e serviço criativo; territórios criativos; promoção; e consolidação de política pública.



3 A GOVERNANÇA – COMITÊ MUNICIPAL DE ECONOMIA CRIATIVA (CMEC)

O Comitê Municipal de Economia Criativa (CMEC) tem sua estratégia para a consolidação da política pública centrada no fortalecimento da governança local, baseada na quintupla hélice. O CMEC tem como objetivo estabelecer as diretrizes para o fortalecimento da Economia Criativa no âmbito do Programa POA CRIATIVA.

A revisão, por meio do Decreto 21.203, de 14 de outubro de 2021, criou condições igualitárias de acesso ao desenvolvimento das políticas públicas a todas

as áreas que compõe a Economia Criativa da cidade. A participação da sociedade civil deu-se por meio de chamamento público.

Desta forma, o CMEC é composto por membros dos diferentes segmentos da Economia Criativa (criações funcionais, cultura, mídia e tecnologia), bem como agentes de governo, de fomento e da academia que interagem, direta ou indiretamente, com esses segmentos.





P O R T O A L E G R E

Comitê Municipal
de Economia Criativa

3.1 Objetivo

O Comitê Municipal de Economia Criativa tem como objetivo estabelecer as diretrizes para o fortalecimento da Economia Criativa no âmbito do Programa POA CRIATIVA, visando o desenvolvimento de atividades e o fomento dos setores criativos, em conformidade com os seis eixos da proposta de atuação do Programa Municipal de Economia Criativa: mapeamento e monitoramento; qualificação profissional; mercado/produto e serviço criativo; territórios criativos; promoção; e consolidação de política pública.

3.2 Competências

I – acompanhar, fortalecer e potencializar as iniciativas de Economia Criativa no âmbito municipal;

II – elaborar um Plano Municipal de Economia Criativa;

III – estabelecer programas de intercâmbio e cooperação técnica em âmbito regional, nacional e internacional;

IV – mapear a Economia Criativa na capital gaúcha;

V – propor políticas públicas para Economia Criativa; e

VI – realizar formação continuada na área de Economia Criativa através de fóruns, congressos, oficinas, palestras, entre outros.

3.3 Composição

O CMEC será composto por membros titulares e suplentes, conforme listado abaixo:

- Doze (12) representantes de governo, sendo 02 do governo municipal e 01 da Câmara de Vereadores;
- Duas (02) indicações diretas do prefeito (representantes de governo ou não);
- Vinte (20) entidades selecionadas por chamamento público, representando as áreas criativas:
 - Criações Funcionais
 - Cultura
 - Mídias
 - Tecnologia;
- Seis (06) de suporte e incentivo:
 - Ensino e Pesquisa
 - Fomento, Financiamento e Investimentos.



4 METODOLOGIA DE CONSTRUÇÃO DO PLANO

4.1 Construção de um modelo operacional para mapeamento da Economia Criativa na capital

Como já exposto anteriormente, há muitas discussões em torno de o conceito de Economia Criativa e de sua abrangência. Contudo, para o desenvolvimento de uma política pública focada no fomento e na melhoria do ambiente de negócios, é necessário ter clareza dos setores econômicos criativos alvos do programa. Assim, a SMDET integrou o Grupo de Trabalho de Economia Criativa da Secretaria de Ciência e Tecnologia

Esse esforço é necessário na medida em que o conceito de Economia Criativa é relativamente novo e não se materializa em um modelo único, aceito universalmente. Objetiva-se estabelecer um conceito operacional que permita definir os critérios de mensuração e análise das atividades relacionadas com a Economia Criativa.

A definição de um modelo tem como ponto de partida o debate em torno do conceito de Economia Criativa, de modo a construir um consenso em torno das atividades que a compõem. Esse acordo, no entanto, não tem a pretensão de esgotar uma discussão que ainda está em andamento, mas estabelecer uma definição operacional que permita orientar um conjunto de indicadores para análise do tema. Isso porque o conceito de Economia Criativa ainda está em construção. De modo geral, este debate, que se iniciou na virada do século XX para o XXI,

do Estado do RS (SCIT-RS), através do programa INOVA RS, em parceria com Departamento de Economia e Estatística (DEE/SPGG-RS), e por demanda da Secretaria de Estado da Cultura (SEDAC-RS), nos marcos da Ação Programática RS Criativo. O resultado do trabalho coletivo, consolidado pela Nota Técnica 431 , DEE/ SPGG, foi o desenvolvimento um modelo operacional para mapeamento da Economia Criativa, com a definição de quais as atividades econômicas e quais ocupações profissionais devem ser incluídas no conceito.

1 Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão
Subsecretaria de Planejamento
Departamento de Economia e Estatística
Nota Técnica n.43 de agosto de 2021

resulta de um esforço para compreender as novas dinâmicas gestadas pela convergência entre a expansão da indústria cultural, o processo de globalização da economia e as perspectivas abertas pelo processo de inovação tecnológica e produtiva. A formulação pioneira acerca do tema foi realizada pelo Governo do Reino Unido, por meio do seu DCMS, que elaborou, em 1998, o seu primeiro mapeamento das indústrias criativas. A partir dessa abordagem pioneira, instituições vinculadas ao sistema das Nações Unidas, como o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a Organização Internacional de Propriedade intelectual (WIPO) e a Agência das Nações Unidas para a Cultura e a Educação (UNESCO), passaram a realizar um trabalho sistemático de desenvolvimento de ferramentas teóricas e metodológicas para um maior entendimento da dinâmica e do potencial da Economia Criativa.

“As distintas abordagens dos estudos que focam esse tema convergem no sentido de postular que a cultura pode ser um vetor relevante para o desenvolvimento. De modo geral, incluem-se na Economia Criativa todos aqueles setores nos quais a criação de valor tem como base dimensões imateriais, como a criatividade, a cultura, o conhecimento e a inovação. É uma parte da economia em que a agregação de valor é determinada por elementos intangíveis, mais do que pela dimensão material da produção. São, além disso, setores que estão diretamente associados a processos de inovação, tanto do ponto de vista tecnológico como do ponto de vista da estrutura organizacional e dos modelos de negócio.”

No entanto, não há uma definição mais estrita, amplamente estabelecida e acordada acerca de quais são as atividades econômicas que compõem a Economia Criativa. A formulação de um modelo operacional implica na identificação detalhada das atividades econômicas e ocupações profissionais reconhecidas como Economia Criativa. Por isso, o primeiro passo na definição do modelo operacional foi a análise e comparação da composição dos modelos adotados por outras instituições e unidades da Federação.

Nesse sentido, foi feita uma síntese a partir de três modelos: **(a)** o que tem como base a definição de Economia

Criativa do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e utilizava os critérios adotados pelo Sistema de Informações e Indicadores da Cultura (SIIC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019); **(b)** o modelo utilizado pela Firjan nos seus mapeamentos da Economia Criativa no Brasil (Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, 2019); e **(c)** o modelo debatido pelo Governo do Estado de São Paulo na construção de suas políticas para o setor (ADDUCI; NOVAIS, 2019)

A análise da composição desses três modelos foi complementada com uma análise e revisão completa tanto da Classificação Nacional de Atividades Econômicas do IBGE como da Classificação Brasileira de Ocupações com o objetivo de garantir a incorporação de todas as atividades e ocupações relacionadas com o presente objeto de estudo.

Com base no debate realizado no GT, foi consolidado o modelo que servirá como critério de análise do potencial de desenvolvimento da Economia Criativa para os municípios. O modelo consiste em quatro grandes grupos e oito subgrupos que serviram como base para o levantamento das atividades econômicas e das ocupações criativas que constituem o presente modelo operacional.

SETORES QUE COMPÕEM A ECONOMIA CRIATIVA

Figura 8:

ÁREA	GRUPO	ATIVIDADES
CULTURA	Patrimônio e culturas tradicionais	Expressões culturais tradicionais Patrimônio e culturas tradicionais Cultura popular Patrimônio, museus e bibliotecas Artesanato Gastronomia
	Artes visuais e performáticas	Artes visuais Artes cênicas (teatro e dança) Música Fotografia Casas de espetáculo Estúdios de gravação Produtoras
MÍDIA	Publicação, editoração e mídia	Edição de livros, jornais e revistas Edição integrada à impressão de livros, jornais e revistas Comercialização de livros, jornais e revistas Portais e provedores de conteúdo na internet
	Audiovisual	Produção, distribuição e exibição cinematográfica e audiovisual Atividades de TV aberta, rádio e TV a cabo
CRIAÇÕES FUNCIONAIS	Arquiteto, design e moda	Serviços de arquitetura Design de produto Design de moda Confeção e comercialização de moda Comercialização de produtos relacionados ao design
	Publicidade e pesquisa de mercado	Agências de publicidade Agências de pesquisa de opinião
TECNOLOGIA	Ensino e pesquisa	Ensino de artes, cultura e línguas Atividades de pesquisa acadêmica nas áreas de humanas, saúde e exatas Instituições universitárias
	TI e software, pesquisa e desenvolvimento	Fabricação de equipamentos Comercialização de equipamentos Criação de programas de computador Indústria de games

Fonte: elaboração do autor

4.2 Análise do Potencial Criativo da Cidade

4.2.1 Construção dos Indicadores, Validação e Levantamento dos Dados

Tendo como ponto de partida a elaboração de um modelo operacional de análise da Economia Criativa em Porto Alegre, que identificou quatro macro áreas (criações funcionais, cultura, mídia e

tecnologia), foi proposta uma metodologia de análise dos segmentos econômicos integrante destas, por meio do cruzamento de indicadores que compõe as dimensões de mercado, educação e governo. Enquanto método, essa etapa foi validada por Grupos de Pesquisa Brasileiros e em reunião com Instituições com modelos já válidos em atuação nacional.

INDICADORES PROPOSTOS:

Figura 9:

DIMENSÃO	INDICADOR	DADOS	FONTE PRIMÁRIA	FONTE SECUNDÁRIA	OBSERVAÇÕES
Mercado	Cenário atual	Nº de Empregados por setor (3)	CBO (informal? - PNAD)	FIRJAN - RAIS 2017; Cadastro de empresas IBGE	criativos no setor criativo; criativos em setores não criativos; não criativos em setores criativos (a partir da intensidade criativa)
		Nº de MEIS por setor	MEI (informal? - PNAD)	FIRJAN - RAIS 2017	
		Nº de Empresas por setor	LISTA DE CNAES	Sala Empreendedor	
		Ambientes de inovação (incubadora, aceleradora, parque tecnológico)	Busca ativa (site SICT)		Criar gradação (CERNE)
		Entidades representativas dos setores	Busca ativa; sistema estadual de cultura		
	Faturamento por setor	Massa salarial por setor	RAIS		
		VAF			
		Dados de arrecadação do setor	Tributos (ISS, ICMS)		
	Estudos de Mercado (tendência)	Tendência de consumo por setor	Estudos setoriais		Mundo
		Dados de importação e exportação	Balança Comercial Geral (RS)	APEX (bens)	
Educação	Cursos do Setor Criativo	Cursos de Graduação por setor	E-MEC	Pesquisa sobre Cursos de Graduação Criativa no RS (2014)	Quando iniciativa geral (ampla), contabiliza 1 ponto pra cada setor
		Cursos de Stricto Sensu por setor	CAPES		Quando iniciativa geral (ampla), contabiliza 1 ponto pra cada setor
		Núcleos, Grupos e Laboratórios ligados ao stricto sensu de Economia Criativa (por setor)	Busca Ativa + Diretório CNPq		
		Cursos de Lato Sensu (sede física)	E-MEC		
		Cursos Técnicos (sede física)	Sala de Empreendedor		
		Escolas de arte (física) por setor	CNAE Escolas de Arte		Quando iniciativa geral (ampla), contabiliza 1 ponto pra cada setor
Governo	Legislação Municipal	Número de Leis de Incentivo (Inovação e Cultura) exceto emergenciais	Busca ativa	Sistema Estadual de Cultura	
		Número de Editais implementados com Leis de Incentivo Emergenciais em Pandemia COVID-19 (Inovação e Cultura)	Busca ativa	Sistema Estadual de Cultura	
		Número de Projetos submetidos as leis Municipais de Incentivo no ano de 2019/2020 por setor (Inovação e Cultura)	Secretarias Municipais		
	Perfil Municipal	Número de Comissões e Comitês ligados a Governança dos setores criativos do município	Secretarias Municipais		
		Avaliação do Sistema Público de Cultura	SEDAC - Mapa Lab	MAPA LAB (2020)	
		Sistemas de Informações e Indicadores Culturais	IBGE (2017-2018)		
		Tamanho da população	IBGE	Perfil de Municípios - 2018	

Assim, destacamos alguns dados a respeito dos indicadores propostos:

a) em relação ao mercado na capital:

- Em 2019, segundo IBGE, a Economia Criativa envolve mais de 11 mil empresas, 14% do total:

EMPRESAS DA ECONOMIA CRIATIVA EM PORTO ALEGRE - 2019

Figura 10:

GRUPOS	EMPRESAS	% DA ECONOMIA CRIATIVA	% DO TOTAL DE EMPRESAS DO MUNICIPIO
Arquitetura, design e moda	4.034	34,3	4,8
Tecnologia da informação e software	2.325	19,8	2,8
Publicidade e pesquisa de mercado	1.341	11,4	1,6
Artes visuais e performáticas	1.233	10,5	1,5
Publicação, editoração e mídia	1.159	9,8	1,4
Pesquisa, desenvolvimento e ensino superior	643	5,5	0,8
Produção audiovisual	582	4,9	0,7
Patrimônio e culturas tradicionais	430	4,7	0,6
TOTAL	11.747	100,0	14,0

- A Economia Criativa gera mais de 100 mil postos de trabalho formal, que representam
- quase 12% do emprego na cidade (IBGE, 2021):

EMPREGOS FORMAIS DA ECONOMIA CRIATIVA EM PORTO ALEGRE — 2019

Figura 11:

GRUPOS	EMPREGOS	% DA Economia Criativa	% DO TOTAL DE EMPREGOS
Arquitetura, design e moda	35.135	34,9	4,1
Pesquisa, desenvolvimento e ensino superior	26.601	26,4	3,1
Tecnologia da informação e software	17.089	16,9	2,0
Publicação, editoração e mídia	8.267	8,2	1,0
Publicidade e pesquisa de mercado	4.584	4,5	0,5
Artes visuais e performáticas	4.077	4,0	0,5
Produção audiovisual	3.389	3,3	0,4
Patrimônio e culturas tradicionais	1.613	1,6	0,2
TOTAL	100.685	100,0	11,9

Fonte dos dados brutos: Cadastro de Empresas 2019 (IBGE, 2021)

- Os distintos setores da Economia Criativa apresentam níveis diferentes de informalidade nas relações de trabalho, conforme
- relação entre o Cadastro de Empresas 2019, IBGE 2021 e Portal do Empreendedor:

EMPREGOS FORMAIS E MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEIS) DA ECONOMIA CRIATIVA EM PORTO ALEGRE — 2019 E 2021

Figura 12:

GRUPOS	EMPREGOS FORMAIS (2019)	MEIs (2021)	% DE MEIs EM RELAÇÃO AO TOTAL DE EMPREGOS FORMAIS
Publicidade e pesquisa de mercado	4.584	4.918	107,3
Artes visuais e performáticas	4.007	3.177	79,3
Patrimônio e culturas tradicionais	1.613	487	30,2
Produção audiovisual	3.389	1.015	29,9
Arquitetura, design e moda	35.135	9.194	26,0
Publicação, editoração e mídia	8.267	1.842	22,3
Pesquisa, desenvolvimento e ensino superior	26.601	3.809	14,3
Tecnologia da informação e software	17.089	504	2,9
TOTAL	100.685	24.946	24,7

Fonte dos dados brutos: Cadastro de Empresas 2019 (IBGE, 2021)
Portal do Empreendedor (BRASIL, 2022)

- Os salários nos setores relacionados com a Economia Criativa ficam acima da média dos salários dos demais setores;
- A Economia Criativa gera receita significativa de impostos:

ICMS:

- 2020 R\$ 143.477.896,00.
- 2021 R\$ 190.771.537,00.

ISS:

- 2020 R\$ 254.633.721,26.
- 2021 R\$ 319.142.744,94

- Porto Alegre se constitui no maior polo de Economia Criativa do Rio Grande do Sul. Um em cada quatro postos de
- trabalho em empresas relacionadas com a Economia Criativa se localiza em Porto Alegre (IBGE, 2021):

EMPREGOS DA ECONOMIA CRIATIVA DE PORTO ALEGRE EM RELAÇÃO AO TOTAL DO RS — 2019

Figura 13:

GRUPOS	POSTOS DE TRABALHO	% DE PORTO ALEGRE SOBRE O TOTAL DE EMPREGOS DE CADA SETOR DA Economia Criativa DO RS
Tecnologia da informação e software	17.089	38,4
Pesquisa, desenvolvimento e ensino superior	26.601	36,3
Publicação, editoração e mídia	8.267	35,7
Produção audiovisual	3.389	34,1
Publicidade e pesquisa de mercado	4.584	28,8
Artes visuais e performáticas	4.007	27,9
Patrimônio e culturas tradicionais	1.613	16,9
Arquitetura, design e moda	35.135	16,3
TOTAL	100.685	24,7

Fonte dos dados brutos: Cadastro de Empresas 2019 (IBGE, 2021).

- E, uma em cada cinco empresas relacionadas com a Economia Criativa no RS se localiza em Porto Alegre.
- A Economia Criativa de Porto Alegre no contexto nacional - empresas e empregos na Economia Criativa em capitais selecionadas:

EMPREGOS DA ECONOMIA CRIATIVA EM CAPITALIS SELECIONADAS — 2019

Figura 14:

CAPITAIS	POSTOS DE TRABALHO DA ECONOMIA CRIATIVA	% DE POSTOS DA ECONOMIA CRIATIVA EM RELAÇÃO AO TOTAL DE POSTOS DE TRABALHO
São Paulo	851.765	11,6
Rio de Janeiro	283.962	10,9
Belo Horizonte	133.101	8,3
Curitiba	109.954	10,7
Brasília	109.900	5,6
PORTO ALEGRE	100.685	11,9
Fortaleza	93.846	10,5
Recife	69.198	9,3
Salvador	63.254	8,0
Florianópolis	38.031	11,7

Fonte dos dados brutos: Cadastro de Empresas 2019 (IBGE, 2021).

- Ranking das capitais por setor (número de postos de trabalho):

Figura 15:

CAPITAIS	PATRIMÔNIO E CULTURAS TRADICIONAIS	ARTES VISUAIS E PERFORMÁTICAS	PUBLICAÇÃO EDITORAÇÃO E MÍDIAS	ARQUITETURA, DESIGN E MODA	PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	PUBLICIDADE E PESQUISA DE MERCADO	PESQUISA, DESENVOLVIMENTO E ENSINO SUPERIOR	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E SOFTWARE
1.º	São Paulo	São Paulo	São Paulo	São Paulo	São Paulo	São Paulo	São Paulo	São Paulo
2.º	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro
3.º	Brasília	Belo Horizonte	Curitiba	Fortaleza	Porto Alegre	Curitiba	Belo Horizonte	Brasília
4.º	Belo Horizonte	Brasília	Porto Alegre	Porto Alegre	Brasília	Belo Horizonte	Brasília	Belo Horizonte
5.º	Curitiba	Curitiba	Belo Horizonte	Belo Horizonte	Belo Horizonte	Fortaleza	Curitiba	Curitiba
6.º	Fortaleza	Porto Alegre	Brasília	Curitiba	Curitiba	Salvador	Recife	Porto Alegre
7.º	Porto Alegre	Fortaleza	Fortaleza	Brasília	Salvador	Porto Alegre	Porto Alegre	Florianópolis
8.º	Salvador	Salvador	Recife	Salvador	Recife	Brasília	Salvador	Fortaleza
9.º	Recife	Recife	Salvador	Recife	Fortaleza	Recife	Fortaleza	Recife
10.º	Florianópolis	Florianópolis	Florianópolis	Florianópolis	Florianópolis	Florianópolis	Florianópolis	Salvador

Fonte dos dados brutos: Cadastro de Empresas 2019 (IBGE, 2021).

- Salários na Economia Criativa em capitais selecionadas:

Figura 16:

CAPITAIS	MÉDIA SALARIAL (R\$)
Brasília	5.525
Rio de Janeiro	4.369
Florianópolis	4.325
São Paulo	3.675
PORTO ALEGRE	3.471
Curitiba	3.433
Recife	3.215
Belo Horizonte	3.200
Salvador	3.006
Fortaleza	2.173
BRASIL	2.726

Fonte dos dados brutos: Cadastro de Empresas 2019 (IBGE, 2021).

b) em relação a educação:

- Instituições com cursos de graduação pertencentes à Economia Criativa (e-Mec, 2021):

Figura 17:

INSTITUIÇÃO DE ENSINO	CRIAÇÃO FUNCIONAL	CULTURA	MÍDIAS	TECNOLOGIA
Centro Universitário Ritter dos Reis	26	3	10	14
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	16	14	7	4
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	7	7	6	8
Centro Universitário FADERGS	8	1	5	8
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	9	3	5	5
Faculdade SENAC Porto Alegre - FSPOA	4	0	5	7
Centro Universitário Metodista	10	1	4	0
Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre	8	0	4	0
Faculdade São Francisco de Assis	6	0	4	2
Faculdade IBGEN	0	0	0	7
TOTAL	94	29	50	55

- Instituições com **cursos de especialização** pertencentes à Economia Criativa (e-Mec, 2021):

Figura 18:

INSTITUIÇÃO DE ENSINO	CRIAÇÃO FUNCIONAL	CULTURA	MÍDIAS	TECNOLOGIA
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	2	1	2	8
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	0	0	3	6
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	0	1	1	3
FG Faculdade Global	1	0	1	3
Faculdade SENAC Porto Alegre - FSPOA	0	2	1	1
Faculdade de Tecnologia Alcides Maya	1	0	0	2
Centro Universitário Ritter dos Reis	0	1	1	0
Faculdade Estácio do Rio Grande do Sul - Estácio FARGS	0	0	0	2
Faculdade de Santa Cruz do Sul	0	0	0	1
IPOG - Instituto de Pós-Graduação & Graduação	2	0	0	0
TOTAL				

- Instituições com cursos de **stricto sensu** pertencentes à Economia Criativa (e-Mec, 2021):

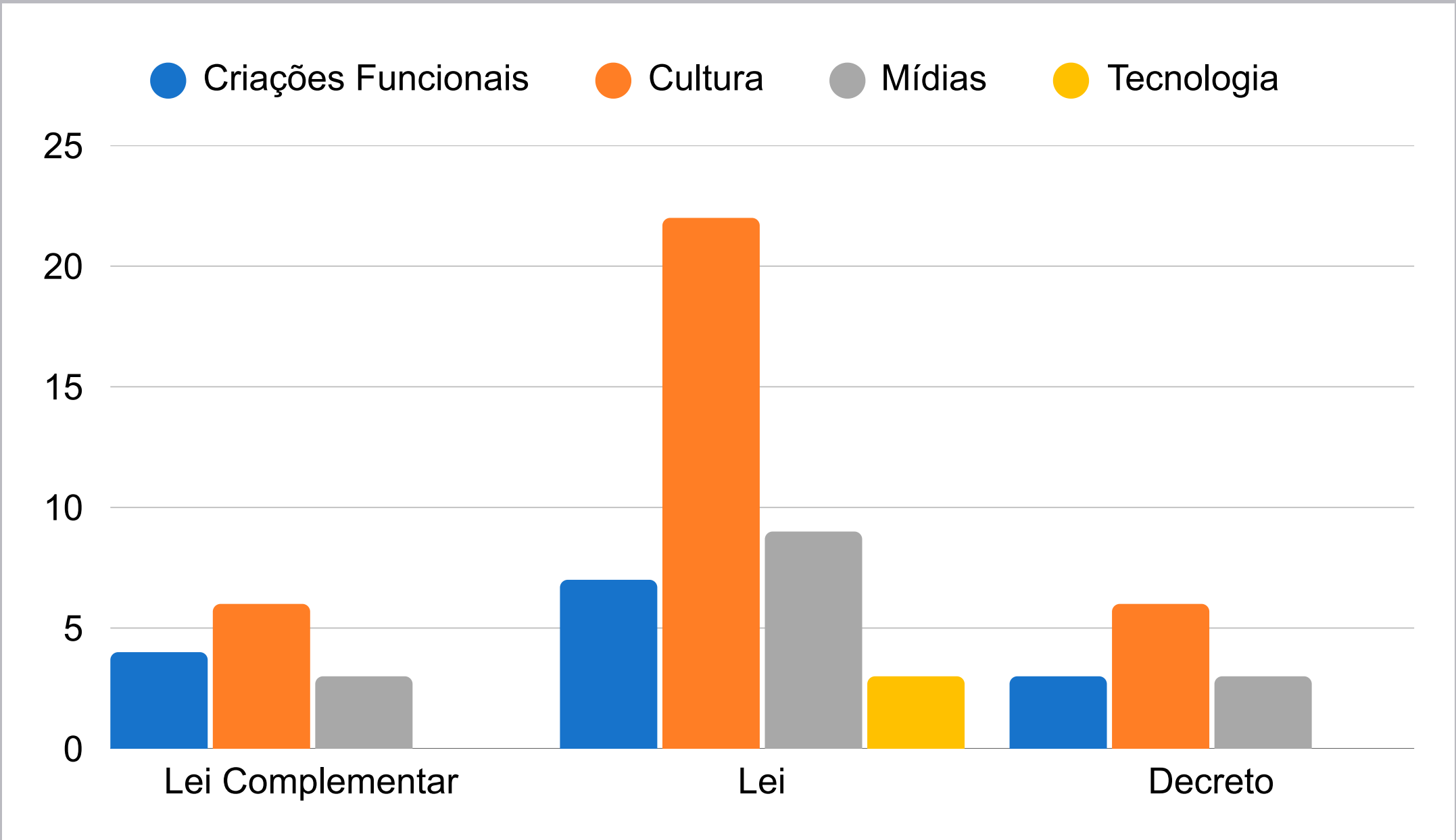
Figura 19:

INSTITUIÇÃO DE ENSINO	CRIAÇÃO FUNCIONAL	CULTURA	MÍDIAS	TECNOLOGIA
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	41	35	14	33
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	10	0	14	12
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	10	0	0(1)	0
Faculdade Meridional	3	0	0	0
TOTAL	64	36	28	45

c) em relação aos dados de governança:

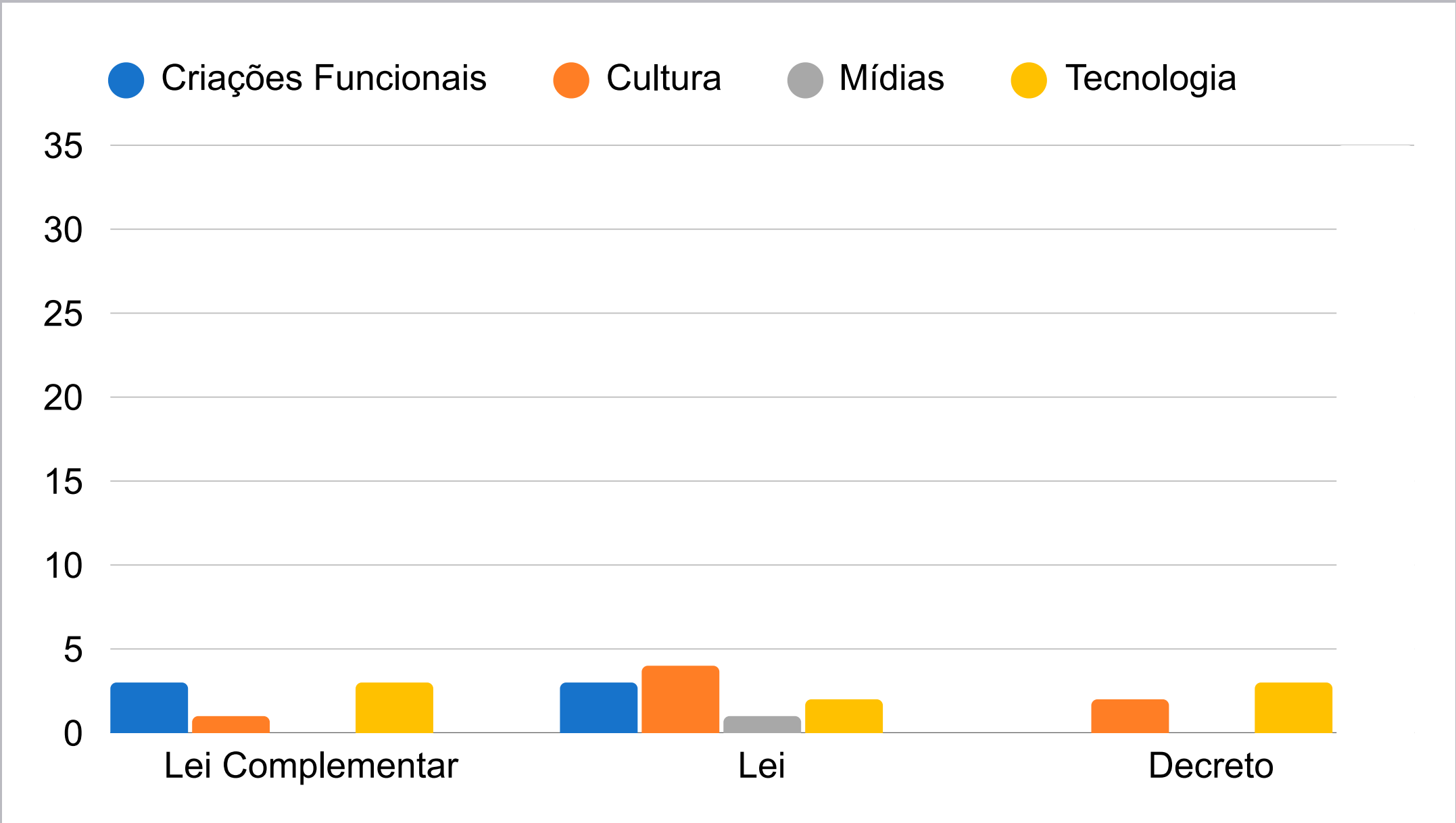
- Nível de regulamentação:

Figura 20:



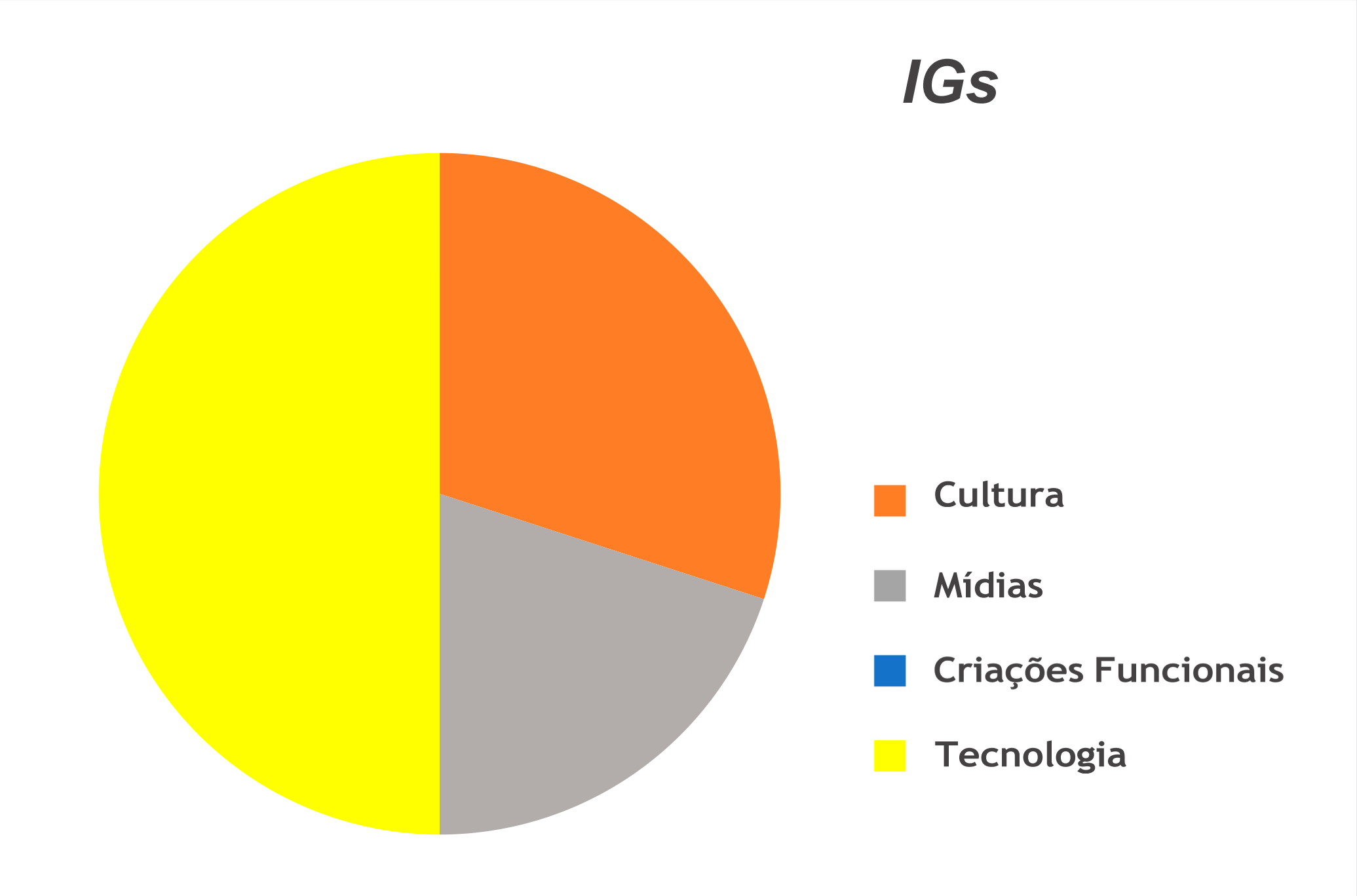
- Incentivos:

Figura 21:



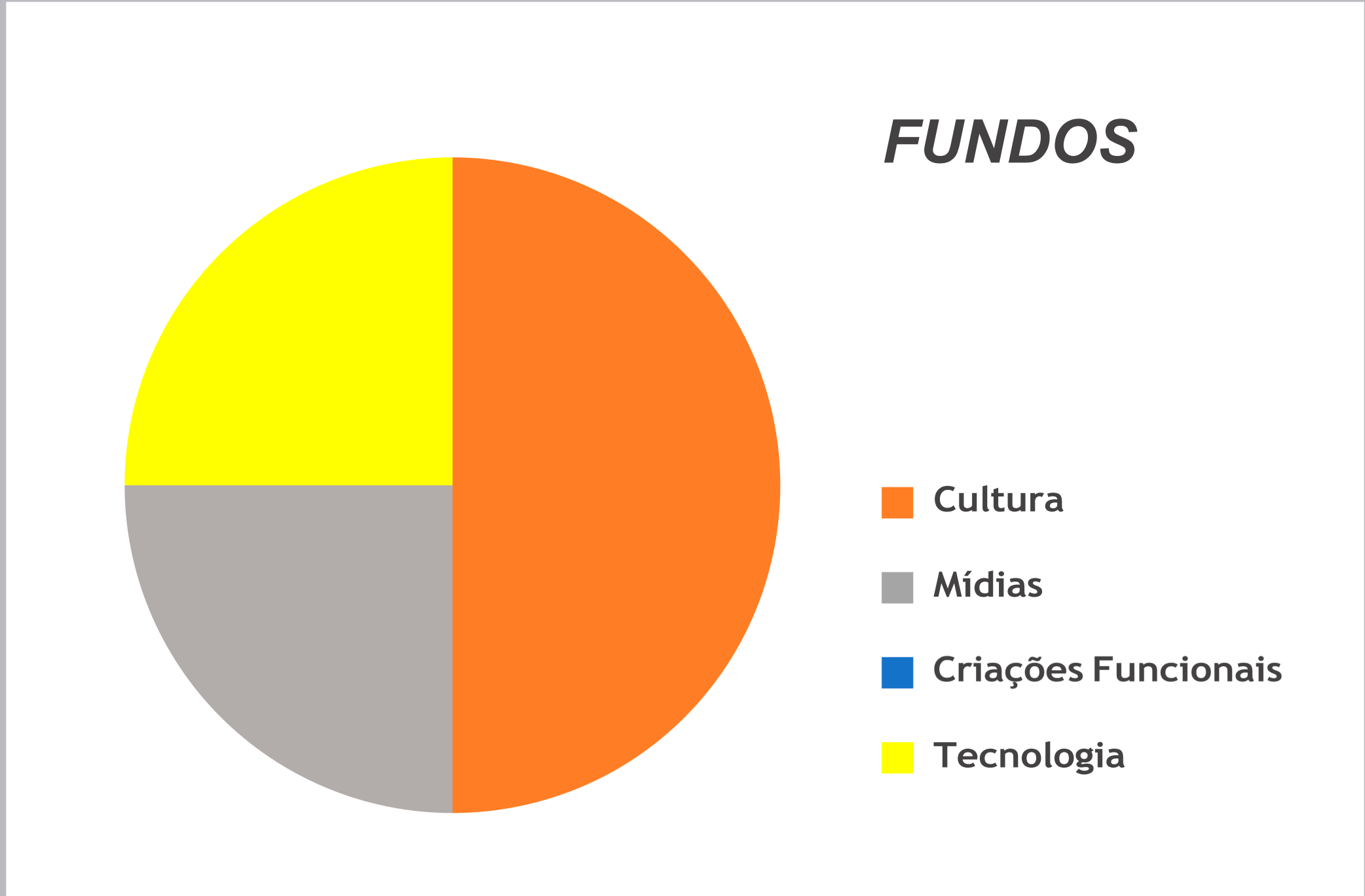
- Comissões e comitês ligados à governança dos setores criativos do município:

Figura 22:



- Fundos relacionados:

Figura 23:



4.2.2 Análise: Workshop de Mapeamento de Potenciais Criativos Municipais

A última etapa da metodologia é a análise por meio da realização de um Workshop de Mapeamento de Potenciais Criativos Municipais para cruzamento dos dados encontrados. Um evento estruturado, dividido em dois períodos distintos, destinados à análise e à reflexão sobre os elementos prementes da Economia Criativa. No primeiro momento, ocorreu a exposição de dados consolidados, uma análise cuidadosa dos setores do mercado, educação e governo (conforme acima). Uma apresentação guiada pelos especialistas envolvidos na coleta, que compartilharam os resultados de forma objetiva e precisa. No segundo período houve a apresentação da dinâmica, realizada por um membro do Grupo de Trabalho, delineando as atividades a serem realizadas. Um convite à

reflexão e colaboração que permeou o ambiente.

Os participantes foram divididos em grupos correspondentes às áreas estipuladas pela Norma Técnica 43 do Governo do Estado do Rio Grande do Sul: cultura, mídia, criações funcionais e tecnologia. Cada grupo se dedicou, ao longo de duas horas, à análise dos dados matinais, culminando na elaboração de uma Matriz SWOT fundamentada. Os primeiros resultados foram a apresentação das análises. Uma síntese objetiva das perspectivas, proporcionando compreensão abrangente das dinâmicas em jogo. Ao encerrar o dia, emergiu a análise qualitativa, um debate sobre o material apresentado que gerou uma carta do workshop. Essa carta de sugestões, apresentou diretrizes para futuras ações em Economia Criativa no município.

4.2.2.1 Etapas da dinâmica de análise dos potenciais criativos: fluxograma do processo

Figura 24:

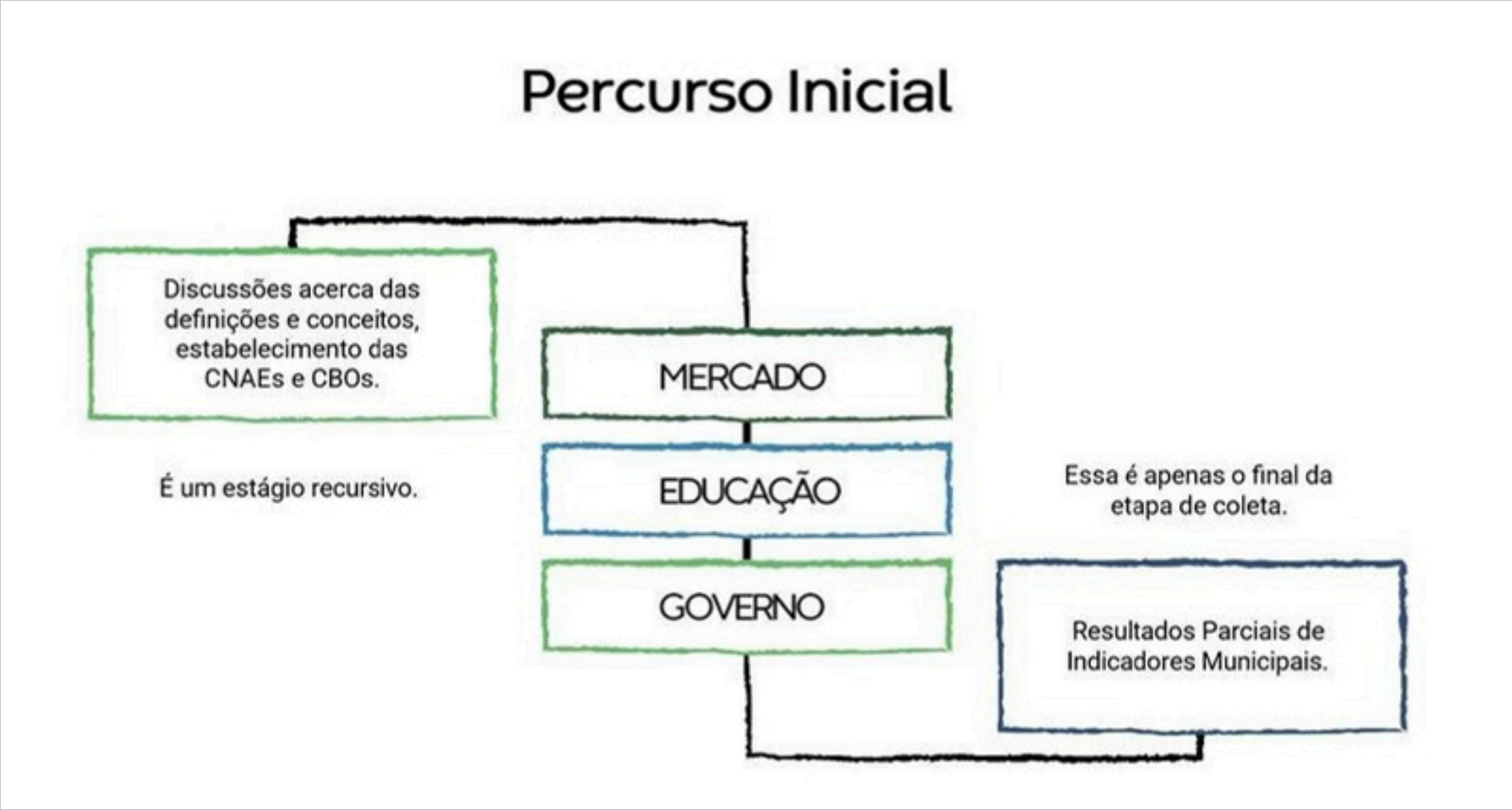


Figura 25:



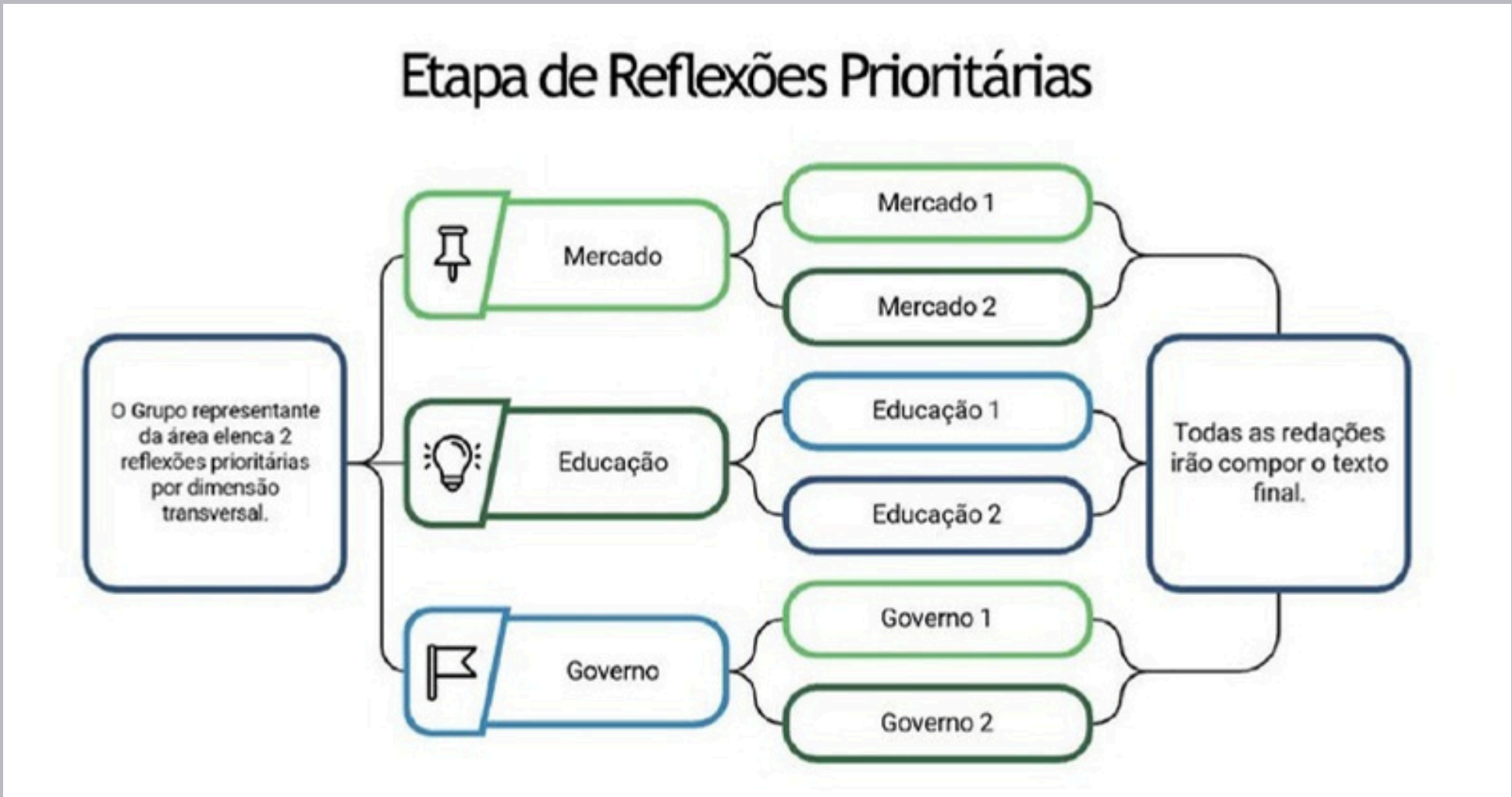
Figura 26:



Figura 27:



Figura 28:



4.2.2.3 Resultados Matriz SWOT/FOFA:

Figura 29:



Figura 30:



Figura 31:

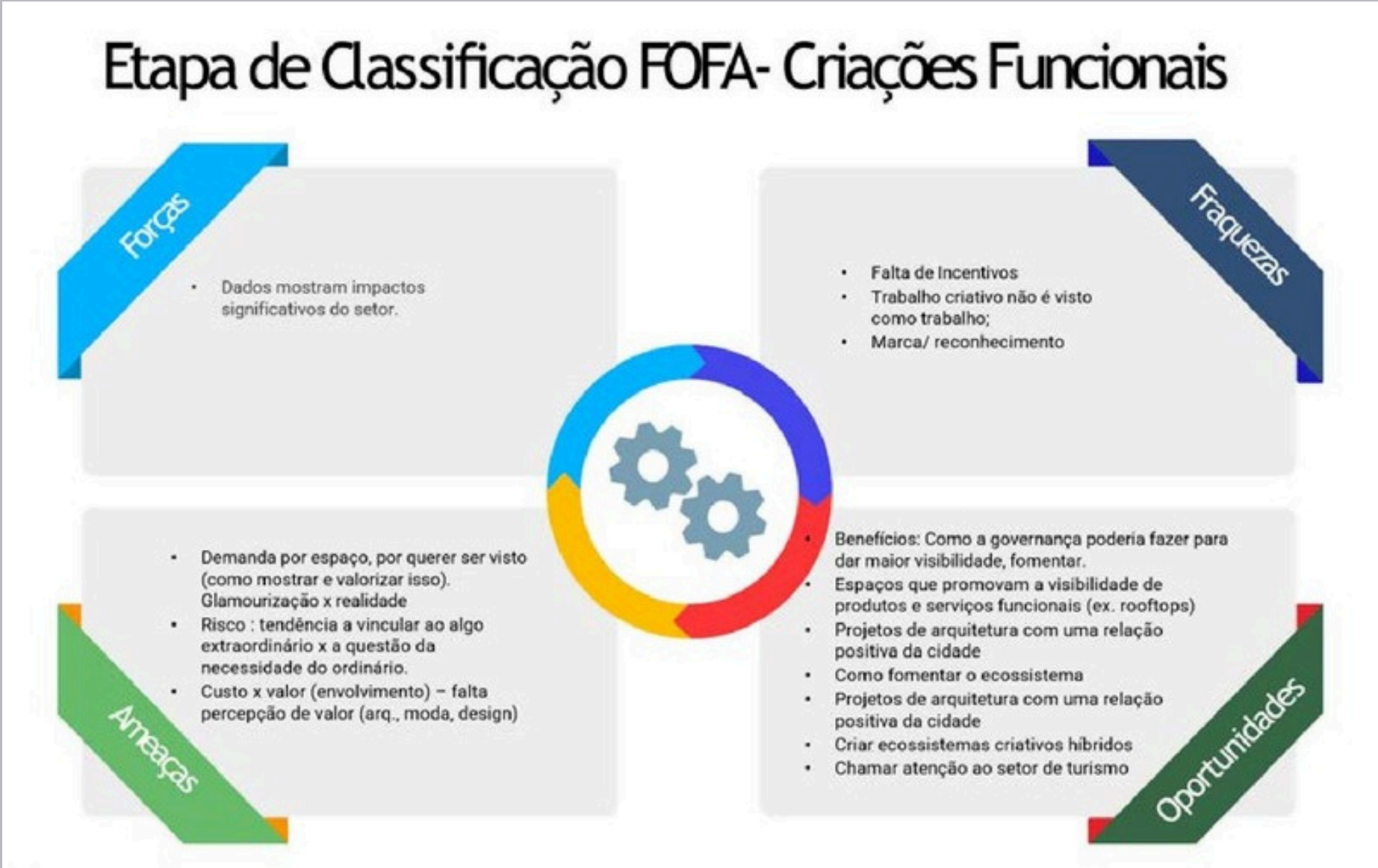


Figura 32:



4.2.2.4 Carta “reflexões potencial criativo”

O documento elaborado apresenta o produto da metodologia de potenciais criativos criadas no âmbito do programa Inova RS, em parceria com o RS Criativo, o DEE/RS, a FEEVALE e a SMDET/PMPA. Esse se configura por propostas que irão consolidar as diretrizes

de atuação do governo municipal de Porto Alegre para desenvolvimento da política pública de fomento à Economia Criativa no município, a partir dos seus potenciais criativos. Foram elencadas como prioridades reflexivas da análise de dados as seguintes questões, a partir das dimensões de Mercado (M), Educação (E) e Governo (G):

GT CULTURA

M

- Dados econômicos completos de PIB da Economia Criativa e renda individual;
- Visão de mercado: segmentos latentes, articulação de mercados, demandas crescentes e visibilidade.

E

- Maior relação das instituições de ensino com o mercado;
- Em certas áreas como artesanato, existe a necessidade de educação/treinamento formal técnica e empreendedora.

G

- Iniciativa de articulação de governo, universidade e empreendedores de Economia Criativa para uma melhor definição de Economia Criativa, para melhores políticas públicas;
- Governo ser um divulgador ativo da Economia Criativa.

GT CRIAÇÕES FUNCIONAIS

M

- Criação de um espaço híbrido de exposição, visibilidade e comercialização de produtos e serviços criativos, envolvendo não só a área de produtos funcionais, mas as outras áreas também (ex. Centro de Artesanato de Pernambuco);
- Divulgação dos dados relacionados ao impacto econômico das áreas de Economia Criativa no que tange ao mercado e sociedade de modo global.

E

- Trabalhar conhecimentos que impactem em um melhor posicionamento de mercado dos empreendedores e empresas criativas e, ao mesmo tempo, potencialize o desenvolvimento de competências no que tange a gestão

GT MÍDIAS

M

- Visibilidade/reconhecimento/valorização;
- Complementaridade/transversalidade/atualização.

E

- Profissionalização;
- Velocidade do mercado/transversalidade.

G

- Fomento/público/privado/inação em fundo de investimento privado;
- Governança permanente/entidade responsável.

dos negócios (aspectos holísticos como fluxo de caixa, precificação de produtos, serviços e experiências, administração de pessoal e fornecedores etc.);

- Conexão maior entre empreendedores e empresas criativas com as instituições de ensino e pesquisa, colocando para “conversar” professores e profissionais que estão atuando diretamente na EC.

G

- Facilitação da presença profissional fora do seu território (seja estado ou país) em termos de impostos e burocracias, mas especificamente aspectos fiscais também são importantes neste sentido;

GT CRIAÇÕES FUNCIONAIS (continuação)

- G
- Dar incentivos para micro e pequenas empresas para desenvolver negócios e ao mesmo tempo mais garantia de geração de trabalho e emprego.

GT TECNOLOGIA

- M
- TI - realizar ações que incentivem a inserção de diversidade (meninas/mulheres) no mercado da TI;
 - EN - realizar ações de sensibilização junto aos alunos/egressos das oportunidades de trabalhos relacionados a Economia Criativa.

- E
- TI - realizar ações de sensibilização junto aos alunos/egressos das oportunidades de trabalhos relacionados a Economia Criativa;
 - EM - oferecer assessoria para o desenvolvimento e implementação de projetos de extensão ligados à Economia Criativa.
- G
- TI - propor a criação de legislação de fomento específica para a área de tecnologia;
 - EN - fomentar editais de pesquisa e extensão gerando parcerias entre universidades e setores criativos.

4.3 Elaboração do Propósito

Feitas as oficinas de análise do potencial criativo da cidade, e com o resultado apresentado em uma carta consolidada pelos participantes, a continuidade do trabalho foi conduzido nas reuniões ordinárias do CMEC, então instalado. Em

grupo, foi criada uma matriz de estratégias a serem adotadas, considerando as macros áreas (cultura, mídia, criações funcionais e tecnologia) e as dimensões de análises propostas na dinâmica anterior (educação, mercado e governo).

MATRIZ DE ESTRATÉGIAS, A PARTIR DA DINÂMICA ANTERIOR...

Figura 33:

ÁREA X DIMENSÕES	EDUCAÇÃO/ QUALIFICAÇÃO	MERCADO	GOVERNO
CULTURA	Formação de platéia	Turismo	Descentralização
MÍDIA	Gestão/Empreendedorismo	Arranjos locais, clusters	Governança
CRIAÇÕES FUNCIONAIS		Geração de valor / Visibilidade / Consumo local / ampliação de mercado	
TECNOLOGIA		Retenção e Atração (auto-estima)	

4.3 Elaboração do Propósito (cont.)

No segundo momento, tendo em vista as estratégias que mais pautaram as análises, foram feitas rodadas de construção do propósito do plano. Assim, os integrantes do CMEC, um a um, indicaram os propósitos para a representação.

E rodadas da discussão, esses propósitos foram sendo filtrados e consolidados até a elaboração de um objetivo coletivo, comum a todos os integrantes e que fizesse sentido ao planejamento da política pública para o desenvolvimento da área nos próximos anos.

1º MOMENTO: Propósito - Elaboração/proposta PMPA

Figura 34:

PROPÓSITO #1	PROPÓSITO #2	PROPÓSITO #3	PROPÓSITO #4	PROPÓSITO #5
Intermediários criativos (Produtores)		1. Ambiente de Convergência;	Promover um ambiente de convergência, inclusivo e sustentável, para o desenvolvimento e fomento aos negócios.	Promover um ambiente de convergência, inclusivo e sustentável para o desenvolvimento sistêmico de negócios criativos
Ambiente de convergência	Ambiente de convergência	2. Sustentável e Inclusivo;		
Articulação Setorial		3. Fomento aos negócios e desenvolvimento de mercado		
Sustentabilidade	Sustentabilidade			
Visibilidade				
Turismo				
Descentralização				
Inclusiva				
Acesso ao Mercado				
Desenvolvimento local				
Comunicação e design institucional				
Valorização (R\$)				
Conexões/Redes - Cidade Criativa				
Gestão				
Formação de platéia				
Retenção e atração				
Auto-estima				
Fomento a negócios	Fomento a negócios			
	Desenvolvimento de Mercado			
	Geração de Renda			

DEFINIÇÃO DOS INTEGRANTES DOS GTs:

Figura 35:

EDUCAÇÃO	MERCADO	GOVERNO
Gisele Minato - ABGC	Gustavo Cunha - AGM	Adriane Azevedo - SATED
Daniel Conte - Feevale	Dominique Andujar - ICP	Virgínia Sanchis - SMAMUS
Sarita Oliveira - Feevale	Lenora Schneider - GCS	Rejane Verardo - Fedargs
Elivelto Nagel - SENAC	Rafael Ocaña - GCS	Luz Maria Guimarães - DEMHAB
Luz Maria Guimarães - DEMHAB	Luiz Armando - SMDET	Ione Cubas - SMF
Thiago Araújo - Fund. Iberê Camargo	Camila Borelli - Nau Live	André Butzen - SMF
Victória Martins - Agência Besouro	Rejane Verardo - Fedargs	Claudia Caldas Silber - GVP
Camila Borelli - Nau Live	Livia Menegat - Circle	Maira Merlotti - SMPAE
Beatriz Job - Somos MAG	Jorge Piqué - Urbsnova	Cristiano Max - Feevale
Álvaro Franco - SMCEC	Beatriz Job - Somos MAG	Joana Braga - SMDET
Joana Braga - SMDET	Marcelo Streck - Assepro	Daniela Mazzili - SMCET
Daniela Mazzili - SMCET	Sara Borelli - Nau Live	Joana Baleeiro - GI
Joana Baleeiro - GI	Cristiano Max - Feevale	Judite de Bem - UniLaSalle
	Joana Braga - SMDET	
	Daniela Mazzili - SMCET	
	Joana Baleeiro - GI	
	Vinícius Pujol - CVB	

OBS: Os membros que fazem parte da PMPA estarão coordenando os GTs

2º Momento: Definição GTs (integrantes)

3º Momento: Calendário de reuniões do CMEC (ordinárias) e GTs (extraordinárias)

Próximos passos: definição de diretrizes, objetivos e metas/macro entregas.

4.4. Construção de grupos de trabalho para construção das diretrizes e metas do plano

Após a definição do propósito, optou-se por conduzir o processo de discussão e de entregas por meio de grupos de trabalho (GTs). Ao longo do segundo semestre de 2022, os grupos de trabalhos divididos nas dimensões de mercado, educação e governo discutiram e elaboraram as diretrizes e metas para desenvolvimento dos setores criativos.

Ao final do período, os trabalhos de cada grupo foram apresentados e cruzados em uma dinâmica realizada em reunião ordinária do CMEC, onde se analisou as convergências entre as propostas elaboradas por cada GT, sendo consolidados ao final do encontro em sete diretrizes, com o total de 47 metas, naquele momento. O próximo passo seria avaliar as viabilidades práticas de algumas propostas, analisar boas práticas e políticas públicas eficientes, tendo em vista as diretrizes apontadas.

Assim, realizou-se em abril de 2023, o I Seminário do Comitê Municipal de Economia Criativa de Porto Alegre: Políticas Públicas e Perspectivas, em formato híbrido. O evento contou com a painéis de cases nacionais e internacionais com as temáticas de terri-

criativos com cases de Barcelona, Medellín, Lisboa e Brasília; hubs criativos com cases de Caruaru, Santos e Gramado; clusters criativos na Itália; formação em Economia Criativa: desafios e novas abordagens, com o SESI Lab (Brasília), Projeto Intersaberes (Rio de Janeiro) e as Vilas Criativas (Santos); a busca pela competitividade nos setores criativos com cases de empreendimentos, projetos de impacto e associações empresariais; monitoramento e geração de dados na Economia Criativa; e o acesso ao mercado criativo, com projetos como a Co.Liga, o RS Criativo, o Inova&Cria (startup) e o SEBRAE.

O momento de benchmarking foi fundamental para a realização da última etapa da construção: oficina para construção do plano de ação. Nesse encontro, que contou com a participação dos integrantes do CMEC e convidados, realizada no início do segundo semestre de 2023, tendo a duração de três turnos, foram consolidadas as sete diretrizes, com objetivos, metas e indicadores relacionados, sendo previstas a realização das ações estratégicas com um cronograma até 2030.

5. PROPÓSITO DO PLANO MUNICIPAL DE ECONOMIA CRIATIVA

Promover um ambiente de convergência,

inclusivo e sustentável para o desenvolvimento sistêmico de negócios criativos.

6. DIRETRIZES

- **Diretriz 1** - Incentivo ao desenvolvimento de negócios, à ampliação da empregabilidade e à redução da informalidade nos setores criativos.
- **Diretriz 2** - Promoção da Economia Criativa de Porto Alegre, por meio dos seus segmentos, do consumo de produtos, serviços e dos ambientes de negócios para o desenvolvimento da cultura e criatividade.
- **Diretriz 3** - Suporte à ampliação de mercado, à longevidade e à escala dos negócios em setores criativos.
- **Diretriz 4** - Mapeamento, monitoramento e estímulo à geração de dados da Economia Criativa.

- **Diretriz 5** - Descentralização da produção, distribuição e consumo dos bens culturais e serviços criativos bem como das formações criativas apartir das vocações territoriais.
- **Diretriz 6** - Revisão do planejamento escolar, nos diferentes níveis, com foco em sensibilização para as distintas dimensões da Economia Criativa local.
- **Diretriz 7** - Desenvolvimento da qualificação para a Economia Criativa e o empreendedorismo.

7. PLANO DE AÇÃO

A Economia Criativa no cerne do desenvolvimento socioeconômico

O desenvolvimento socioeconômico é multifatorial. Assim, o potencial de um setor em gerar encadeamento intersetorial é parte fundamental na definição de estratégias para o desenvolvimento dos municípios como um todo. Neste sentido, a Economia Criativa cumpre papel primordial no desenvolvimento local e faz das políticas públicas setoriais, instrumentos essenciais nas estratégias de desenvolvimento econômico e social para Porto Alegre.

Os desafios são muitos e no âmbito da Economia Criativa, se apresentam em diversas formas. Persiste, por exemplo, um problema de comunicação na cadeia acerca dos incentivos já existentes e em como esses se aplicam aos negócios criativos. Os desafios para o Poder Público iniciam, portanto, pela resolução de problemas de comunicação junto aos produtores e a cadeia que os cerca. Além disso, há espaço para

revisão e melhorias nos incentivos para os negócios criativos. Assim, programas, em específico de desoneração da carga tributária ou mesmo de compensação, como o cash rebate, são alternativas interessantes na busca por fomento ao setor, mesmo em um contexto de implementação e transição da reforma tributária.

Os próximos anos serão decisivos para a atração de investimentos e a geração de emprego e renda. Nesse sentido, a Economia Criativa – por ser intensiva em trabalho –, é um segmento vital para o desenvolvimento socioeconômico de Porto Alegre. O contexto fiscal vindouro e a reforma da nossa matriz tributária, trarão desafios importantes para as cidades. O fim da guerra fiscal ensejará uma competição distinta da atual. A disputa será por fatores de produção e não mais por desonerações setoriais. No entanto, teremos um longo período de transição e, conseqüentemente, possibilidades de adaptar nossas políticas públicas para preparar a cidade em sua infraestrutura e seu capital humano.

7. PLANO DE AÇÃO

A Economia Criativa no cerne do desenvolvimento socioeconômico (cont.)

A Economia Criativa é um setor estratégico. Não só pela diversidade de sua matriz produtiva e os encadeamentos setoriais, mas também pela capacidade na geração de emprego e de oportunidades em áreas como o turismo, por exemplo.

Rumar para o desenvolvimento de uma cadeia local mais formal e, portanto, robusta é o caminho para o crescimento de Porto Alegre e de nossa economia. Se o desenvolvimento socioeconômico é multifatorial, a cadeia produtiva dos negócios criativos é elemento propulsor de consolidação de uma cidade mais alegre, criativa, próspera e desenvolvida.

AUTOR: Felipe Rosa

Diretor de Políticas Públicas SMDet

- DIRETRIZ 1**

- Incentivo ao desenvolvimento de negócios, à ampliação da empregabilidade e à redução da informalidade nos setores criativos

- Objetivo:** Desenvolver o ambiente de negócios para Economia Criativa em Porto Alegre.

Figura 36:

	META	POR QUÊ?	QUANDO?	QUEM?	COMO?
1.1	Elaborar um plano de comunicação para os incentivos existentes.	Campanha específica para divulgação dos incentivos já existentes.	2026/02	PMPA / GCS	GT Incentivos.
1.2	Revisar e ampliar os incentivos para negócios criativos.	Para incentivar o desenvolvimento econômico e a atração de novos empreendedores criativos. Construir mecanismos de incentivo em formato internacional para a atração de novos negócios e investimento nos setores criativos.	2025/02 2026/01 2027/01 2028/01 2029/01 2030/01	PMPA/ SMDet	Através do estudo de mecanismos de incentivo como cash rebate; Revisar a carga tributária incidente nos setores criativos.
1.3	Ampliar a emissão de notas fiscais pelos empreendedores criativos.	Redução da informalidade para obtenção de uma noção melhor do faturamento.	2026/02	PMPA /SMDet /SMF	Revisão tributária. Setorial; Senbilização dos empreendedores – Pauta com GT de Incentivos. Vínculo com a meta 1.1.
1.4	Oferecer suporte digital para orientação sobre o processo de regularização dos empreendimentos criativos e oportunidades de novos negócios.	Ampliação da formalização e geração De oportunidades.	2026/01	PMPA/ Universidades	Desenvolver ferramentas de mapeamento de oportunidades para negócios criativos com incentivos direcionados conforme territórios e orientação sobre o processo de regularização do empreendimento; Sinergia com o GI.

Indicador: Número de Empreendimentos Criativos (Ativos)

A importância do reconhecimento das APLs para o desenvolvimento da indústria criativa

A cultura de um povo expressa-se dentre outras formas, por meio de crenças, saberes e costumes, os quais podem ser deslocados e reinterpretados em um produto criativo. Enquanto a grande indústria é baseada em processos, a indústria criativa é baseada em pessoas que detêm um conhecimento, um fazer que imprime a sua digital e acaba interligando-se a economia em geral. Nesse sentido, partir de referências locais, do conhecimento tácito, do conhecimento da própria cultura, que passa por uma percepção da tradição e atingir o global, é, sem dúvida, um interessante ponto de partida.

Entendemos esse movimento, como manifestação criativa e econômica envolvendo o acompanhamento por parte do seu criador em todo o processo de produção da peça, desde o desenvolvimento, escolha das matérias-primas até a entrega para o cliente, com uma forte manifestação da bagagem cultural local e que não está submetida a tendências passageiras ou ao consumo massivo. Trata-se de preservar os traços de identidade, de originalidade com produtos diferenciados e de qualidade, inserindo-se assim na chamada Economia Criativa, que gere os produtos e serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade e capital intelectual com vistas à trabalho e renda.

Dessa forma, tais elementos imateriais, como cultura, história e território, servem de insumo para o desenvolvimento de experiências, cooperação e criatividade na geração de produtos e negócios diferenciados. Aspectos como sustentabilidade, personalização, valorização

do local e autoral, e colaboração estão norteando o comportamento de diversos segmentos de mercado, dispostos a pagar pelo valor simbólico dos produtos e serviços permeados por esses conceitos.

Para qualquer planejamento de investimento público ou privado é necessário reconhecer os arranjos produtivos locais da indústria criativa de Porto Alegre, bem como valorizar seus produtos e serviços. O criador, via de regra, solitário em seu ofício, não consegue ver a dimensão do potencial da demanda dos seus produtos, e muito menos avaliar novos recursos e técnicas para potencializar o seu negócio. Urge desenvolver competências empreendedoras no criador, para assim conectarmos a capacidade criativa, contemplando, um empresário habilitado a atender com excelência o mercado da Economia Criativa, altamente promissor.

Para que isso aconteça, devemos mapear os clusters criativos, dar visibilidade ao criador. Também é preciso divulgar o circuito de feiras como uma opção turística bem como ampliar as possibilidades de feiras e eventos do setor, a fim de ter a cidade reconhecida como um ambiente de fomento da Economia Criativa atraindo cada vez mais negócios e possíveis consumidores. Até chegarmos à criação de uma agenda criativa na cidade de Porto Alegre, integrando-a a rede das cidades criativas da UNESCO.

AUTORAS: Beatriz Job e Heloísa Herve – SomosMAG

• DIRETRIZ 2

- Promoção da Economia Criativa de Porto Alegre, por meio dos seus segmentos, do consumo de produtos, serviços e dos ambientes de negócios para o desenvolvimento da cultura e da criatividade.
- Objetivo:** Desenvolver o ambiente de negócios para Economia Criativa em Porto Alegre.

Figura 37:

	META	POR QUÊ?	QUANDO?	QUEM?	COMO?
2.1	Conceber plano de comunicação visando à conscientização do negóciocriativo, à valorização e à autoestima do profissional criativo.	Necessidade de consolidar e valorizar o empreendedor criativo de Porto Alegre através de uma marca ou posicionamento que reflita a economia criativa local.	2025/02 2026/01	CMEC / PMPA/ GCS	Identificar e reconhecer serviços e produtos criativos dos diferentes segmentos criativos através de critérios de impacto social. Desenvolver campanha com o Gab. Com. Social – GP/CMEC
2.2	Ampliar o número de eventos e feiras para os segmentos criativos.	Dar visibilidade sobre os setores criativos; articulação intrasetoriais.	2025/02 2026/01 2027/01	CMEC (HUBs de Inovação e Clusters)	Mapear os eventos existentes e ver a possibilidade de potencializar através dos setores criativos; Criação de agenda de eventos da Economia Criativa. Evento Referencial de Economia Criativa.
2.3	Ampliar o cadastro de reconhecimento dos agentes criativos (artesãos, MEIs, coletivos).	Possibilidade de mapeamento e demonstração das potencialidades do setor.	2025/01 2025/02	PMPA/SMDDET/ PROCEMPA	Construção de ferramenta de cadastramento e mapa colaborativo.
2.4	Desenvolver dois clusters criativos.	A importância de governanças verticais para o desenvolvimento dos setores criativos.	2025/01 2029/01	PMPA/SMDDET/ CMEC	Já em desenvolvimento do Piloto do APL de Moda Autoral e Design.
2.5	Consolidar a Economia Criativa como oferta turística de Porto Alegre.	Aumento da produção de bens e serviços culturais e criativos.	2024/02 a 2028/02	PMPA/SMDDET/ COMTUR/CMEC	Criar uma interlocução dos conselhos e planos em 2024. Desenvolver produtos turísticos vinculados a EC até 2028/02. Consultoria AFD, Aliança pelo Turismo.
2.6	Criar uma agenda oficial da Economia Criativa no município, vinculado ao Dia Mundial da Criatividade.	Oficializar a data.	2023/02 a 2024/01	PMPA/SMDDET	Mapear os eventos existentes e ver a possibilidade de potencializar através dos setores criativos; Evento Referencial de Economia Criativa.
2.7	Integrar a rede de Cidades Criativas da UNESCO.	Visibilidade e ampliação de negócios.	2024/02 a 2027/02	PMPA/SMDDET/ CMEC	Contratação de consultoria para a construção do Plano.

Indicador: Número de Ações Promocionais promovidas e apoiadas pela PMPA/CMEC

Metas competitivas para empresários criativos em Porto Alegre

Apesar da vasta diversidade de setores que compõem a Economia Criativa, é possível fazer, pelo menos, uma generalização quanto ao perfil de seus participantes: apaixonados pelo que fazem, esses profissionais cultivam trabalhos de grande valor intelectual e artístico e, frequentemente, iniciam suas jornadas com base em talentos natos. A tendência natural é que se tornem cada vez mais especializados em seus nichos, investindo considerável tempo e recursos em formações direcionadas aos seus produtos e serviços.

No entanto, muitas vezes, os empreendedores criativos, imersos em suas paixões e talentos específicos, priorizam o desenvolvimento técnico em suas áreas de atuação em detrimento das habilidades empreendedoras e de gestão de negócios. [Em nota pessoal, posso dar meu exemplo como arquiteta: saí da faculdade acreditando que o sucesso viria organicamente se meus projetos fossem “perfeitos”. Descobri, rapidamente, na prática que a perfeição não existe, e que o mercado precisa de profissionais completos em mais de uma competência, multidisciplinares, conectados e capazes de traduzir suas especialidades para colaboração com as outras.

Empreender no Brasil já é um desafio considerável. O país é conhecido pelas dificuldades em navegar pelas complexas burocracias empresariais e pela alta taxa de mortalidade das empresas.

Conforme os números de sobrevivência empresarial divulgados pelo IBGE, menos de 40% das empresas conseguem manter suas operações após os cinco primeiros anos de atividade. Essa situação se torna ainda mais desafiadora para os empreendedores criativos, que enfrentam desafios singulares, incluindo a falta de reconhecimento no mercado, dificuldades operacionais, uma competitividade acirrada, além de lidar com uma carga tributária elevada e complexa.

Após a criação da empresa, surge o verdadeiro desafio de escalá-la. Em estágios iniciais, as falhas de estratégia podem passar despercebidas, especialmente quando as vendas ou serviços ainda são limitados. No entanto, em muitos casos, os empreendedores criativos se veem presos em um patamar que inviabiliza a expansão, a delegação, a terceirização e os investimentos essenciais para o crescimento sustentável. Eles frequentemente enfrentam dificuldades em precificar seus serviços, em dizer não aos clientes e em aceitar correr riscos. Embora muitas de suas áreas sejam essenciais para setores que impulsionam diretamente o PIB, como construção e serviços, pouco dessa importância é refletida em sua atitude e autoestima perante o mercado.

As metas selecionadas aqui buscam fechar as lacunas identificadas que limitam a competitividade e o crescimento dos empresários criativos de Porto Alegre. Elas têm como objetivo converter o grande potencial criativo desses profissionais em resultados financeiros e aumentar a visibilidade no cenário nacional. Além de promover a qualificação desses profissionais, é fundamental ajudar a estabelecer uma reputação dos criativos locais em um mercado que se baseia fortemente em recomendações e conexões pessoais.

É imperativo que eles busquem desenvolvimento em áreas complementares e que se insiram em espaços centrais de interação com colegas e potenciais clientes, ampliando suas redes

de contatos e o alcance de sua comunicação. Preparar produtos e serviços que tenham apelo de mercado, capazes de competir não apenas com empresas locais de maior porte, mas também de expandir para outras regiões, é fundamental. Isso permitirá não apenas representar a cultura de Porto Alegre no âmbito local, mas, também, consolidar a cidade como um polo criativo reconhecido nacional e internacionalmente.

AUTORA: Sara Vieira Borelli

Empresária Nau Space

• DIRETRIZ 3

- Suporte à ampliação de mercado, à longevidade e à escala dos negócios em setores criativos.
- **Objetivo:** Ampliar a competitividade dos setores criativos

Figura 38:

	META	POR QUÊ?	QUANDO?	QUEM?	COMO?	
3	3.1	Consolidar quatro parcerias com universidades para projetos de qualificação profissional e mentoria de empreendedores.	Intensificar a articulação do ecossistema entre universidade, município e mercado.	2026/02 2028/02 2030/02	PMPA/SMDDET (SMDS) /Universidades.	Desenvolver parcerias com instituições de ensino a partir de projetos de extensão. Pensar programa conjunto.
	3.2	Participar de eventos (feiras de negócios) que promovam os setores criativos.	Aumento do número de negócios realizados.	2025 (anual)	PMPA /Setores Criativos.	Através de e fomento como incentivo aos setores, e espaço institucional da PMPA. Priorização do CMEC; Conselho Estadual de Cultura, SMC; Capacitação de acesso ao mercado, política de inclusão.
	3.3	Criar linhas de financiamento e microcrédito voltadas a empreendimentos criativos.	Ampliação do empreendedorismo nos setores criativos.	2027/02	PMPA /CMEC	Estudo sobre o uso do microcrédito para construção da segmentação das linhas de incentivo.
	3.4	Criar certificação (chancela) de qualidade do produto e serviço criativo local.	Necessidade de criar critérios de qualidade e impacto social para a chancela.	2026 a 2029 (setoriais)	PMPA /SMDDET /CMEC	Vincular à meta 2.1. Adequar as ODSs. No ano de 2025, será criado um selo de parâmetros gerais e nos anos seguintes criar setoriais conforme especificidades de setor, a serem recebidas.
	3.5	Realizar estudo para implantar agência de desenvolvimento e promoção.	Dar mais expertise ao poder público na implantação de políticas públicas e promover maior autonomia de gestão para promoção e internacionalização dos setores criativos.	2026/01 a 2027/01	PMPA/SMDDET/ CMEC/ SMCEC	Levantamento de dados e estudo de modelagem para sustentabilidade econômica da estrutura. Parceria com SEBRAE. No âmbito do Investe-POA, vincular o fomento e incentivos a EC. Mapeamento de políticas de agências em outros territórios.

Indicador: Valor de Arrecadação

A busca por indicadores econômicos de criatividade

A Economia Criativa, ao abraçar uma vasta gama de setores como artes, música, literatura, dança, design, arquitetura, publicidade, games, entre outros, assume um papel vital na formação de uma matriz econômica robusta e diversificada. Por exemplo, o setor de design, englobando desde o design gráfico até o de produtos, desempenha papel crucial na criação de identidades visuais e de experiências de usuário. Da mesma forma, a indústria de games, ao aliar tecnologia e criatividade, apresenta um potencial de crescimento exponencial, gerando empregos altamente qualificados e novos produtos digitais.

A organização é o alicerce sobre o qual repousa o sucesso da Economia Criativa em qualquer município, implicando na articulação eficaz de instituições governamentais, organizações da sociedade civil, empresas e indivíduos criativos. O estabelecimento de clusters criativos, que reúnem agentes ativos do setor, fomenta a colaboração, a troca de conhecimento e o surgimento de sinergias inovadoras. Além disso, a criação de espaços de co-working e incubadoras especializadas proporciona o ambiente propício para o florescimento de empreendimentos criativos.

O registro de informações sobre os agentes, atividades e produtos criativos é crucial para compreender a dinâmica do setor, através de inventários detalhados. Isso permite identificar os pontos fortes e as lacunas existentes na Economia Criativa local. Ademais, dados sobre o perfil demográfico dos profissionais criativos, suas competências e necessidades, subsidiam a formulação de A mensuração adequada dos impactos da Economia Criativa

é um elemento-chave na formulação de políticas públicas eficazes. Por exemplo, ao se avaliar o impacto econômico de um festival cultural em um município, é possível quantificar não apenas o retorno financeiro direto, como também o efeito multiplicador que ocorre em setores correlatos, como o turismo. A medição também possibilita a identificação de áreas que necessitam de investimento adicional, seja em infraestrutura, formação de talentos ou promoção de inovação. políticas personalizadas e direcionadas. A construção e o acompanhamento de indicadores socioeconômicos são cruciais para aferir o impacto tangível da Economia Criativa no município.

Indicadores de emprego, faturamento, exportação e inovação devem ser meticulosamente monitorados e analisados. Isso permite uma compreensão abrangente do papel desempenhado pela Economia Criativa na geração de riqueza e na promoção da inclusão social. A elaboração de índices de criatividade e inovação, específicos para cada contexto municipal, enriquece a capacidade de avaliação e orientação das políticas públicas.

Outro exemplo prático de medição é o uso de indicadores em setores como o audiovisual. Ao monitorar a taxa de adoção de novas tecnologias de produção e distribuição, é possível identificar tendências e oportunidades de crescimento. Além disso, a avaliação do impacto social da Economia Criativa pode ser conduzida por meio de métricas que avaliem a inclusão de comunidades marginalizadas ou o aumento da diversidade nas equipes criativas.

A busca por indicadores econômicos de criatividade (cont.)

O registro e a análise de dados em setores específicos da Economia Criativa são essenciais para identificar padrões e oportunidades de otimização. Por exemplo, em uma indústria como a moda, o registro detalhado das cadeias de suprimentos e o monitoramento das tendências de consumo permitem a adaptação ágil às demandas do mercado, reduzindo desperdícios e promovendo práticas sustentáveis.

Da mesma forma, na indústria musical, a coleta de dados sobre o consumo de streaming e a venda de merchandising oferece ideias valiosas para a gestão de carreiras artísticas e a criação de estratégias de marketing eficazes.

Economia, transparência e foco em dados

A disponibilidade de dados econômicos transparentes é fundamental para atrair investidores. Empresas e indivíduos que desejam investir na Economia Criativa em Porto Alegre precisam de informações precisas e confiáveis para tomar decisões sólidas. A transparência dos dados cria confiança e ajuda a atrair capital externo, o que, por sua vez, alimenta o crescimento do setor e gera empregos na cidade.

A análise das atividades setoriais ajuda a revelar tendências e oportunidades emergentes. Com base nos dados do IBGE, da RAIS e do CAGED, é possível identificar quais setores estão em ascensão, onde há uma demanda crescente por mão de obra qualificada e quais áreas requerem mais atenção em termos de capacitação e formação. Isso permite que Porto Alegre

Em suma, a Economia Criativa é um motor de crescimento econômico inestimável para os municípios. No entanto, para maximizar seus benefícios, é imperativo investir na organização, no registro e na construção de indicadores socioeconômicos precisos. Somente com uma abordagem holística e dados confiáveis, os gestores públicos poderão formular políticas que catalisem o potencial criativo das comunidades, promovendo um ciclo virtuoso de inovação e prosperidade.

AUTOR: Cristiano Max Pereira Pinheiro

Coordenador do Programa de Industria Criativa da Universidade Feevale.

esteja à frente das tendências econômicas e seja capaz de se adaptar rapidamente às mudanças.

Outro benefício crucial da análise setorial é a capacidade de avaliar o impacto das políticas públicas existentes, além de mapear a economia da cidade e possibilitar uma melhor tomada de decisão para políticas públicas mais eficientes. Os dados podem ser usados para medir o sucesso de programas de incentivo e subsídios destinados à Economia Criativa, permitindo que os gestores públicos ajustem suas estratégias com base em resultados reais.

Uma abordagem data-driven também permite que os gestores públicos monitorem o desempenho das políticas existentes e façam ajustes

Economia, transparência e foco em dados

quando necessário. Isso garante que as ações governamentais sejam adaptáveis e eficazes, tornando o ambiente de negócios mais previsível e favorável ao desenvolvimento da Economia Criativa. Além disso, o mapeamento de indicadores econômicos ajuda a criar um diálogo entre instituições

de ensino, produtores e o setor público. Universidades e centros de pesquisa podem se beneficiar desse conhecimento para alinhar seus programas de formação com as necessidades do mercado, preparando estudantes para carreiras na Economia Criativa.

AUTOR: Rodrigo Salvato de Assis
- Economista da SMDET.

DIRETRIZ 4

- Suporte à ampliação de mercado, à longevidade e à escala dos negócios em setores criativos.
- Objetivo: Ampliar a competitividade dos setores criativos

Figura 39:

	META	POR QUÊ?	QUANDO?	QUEM?	COMO?
4.1	Desenvolver sistema de observatório para Economia Criativa.		2023/02 a 2026/01	PMPA/SMDET/ PROCEMPA	Desenvolvimento de Sistema.
4.2	Elaborar relatório semestral quantitativo.		a partir de 2026/02	PMPA/SMDET/ CMEC	Geração de relatório e divulgação.
4.3	Conceber relatórios anuais de análises qualitativas		a partir de 2026/02	PMPA/SMDET/ CMEC	Geração de Relatório com as informações das pesquisas dos membros do CMEC, a partir de 2025 e Divulgação.
4.4	Revisar, a cada nova gestão municipal, o modelo operacional de mapeamento da EC	Necessidade da definição e visão do Município	2026/01 2029/01	CMEC	Análise do modelo anterior, debates e ajustes.
4.5	Organizar eventos e encontros técnicos de análises dos dados com os setores criativos / áreas (1/2 anos).	Necessidade de análisesetorial e articulação entre segmentos.	2026/02 2028/02 2030/02	CMEC	Emissão de relatório setorial/ área e organização do encontro. Moda/Design/Jogos/Gastro-nomia: em andamento. Audiovisual: será iniciada. Necessário outros setores, como, folclore, música, artesanato.
4.6	Desenvolver diagnósticos setoriais de desenvolvimento indicadores/ potencial.		2027/01 2029/01	CMEC	Vinculado à meta 4.4 e 4.5

A Economia Criativa no Território: uma estratégia de impacto. (cont.)

Territórios Criativos são uma espécie particular de arranjos colaborativos. Os arranjos colaborativos são descritos como alianças, fóruns, coalizões, forças-tarefa, networks, ações conjuntas, consórcios, co-gerenciamentos, clusters e cooperações entre empresas, onde a parceria vai além da vantagem competitiva particular, que cada um, de forma isolada, pode alcançar, se sustentando nas suas próprias qualidades, e isso se aplica a todos os tipos de negócios.

Arranjos colaborativos criam redes que buscam vantagens competitivas através da colaboração, do aumento do fluxo de informações, da criação de identidades coletivas próprias, do estabelecimento de relações de confiança, de complementaridade e da sinergia. Portanto, os arranjos colaborativos não dependem necessariamente de uma proximidade física e podem inclusive se estabelecer a grandes distâncias, nas cidades, regiões, países e internacionalmente, fazendo uso das redes digitais de comunicação para alcançar essa colaboração.

No entanto, dentro do amplo espectro dos arranjos colaborativos, encontramos aqueles que utilizam também a proximidade física como uma vantagem competitiva, criando redes territoriais. O modelo é antigo, os clusters industriais, o que chamamos hoje em dia de arranjos produtivos locais. Neste caso, temos uma concentração espacial de negócios de um mesmo setor, muitas vezes mobilizada por um mesmo tipo de produto, como clusters automobilísticos ou químicos, algumas vezes em torno de uma grande empresa que é o seu núcleo. Encontramos

toda a cadeia produtiva de um único setor aglomerada, se tornando mais desenvolvida e competitiva. Esse modelo tem também a sua tradição nos setores da Economia Criativa. Paris desenvolveu um grande arranjo produtivo local baseado na moda e Milão fez o mesmo com o design.

Esse modelo baseia sua maior competitividade em uma alta especialização setorial. Há parcerias, mas de natureza muito simples, ligada apenas à lógica produtiva, e muitas vezes de caráter linear, como o termo “cadeia produtiva” evidencia. Esse é um modelo eficiente, mas antigo, que não revela toda a potencialidade dos territórios criativos, considerados ecossistemas territoriais. Compartem com os arranjos produtivos locais tradicionais a vantagem da proximidade espacial, mas vão mais além. Ao contrário dos clusters, sua força está na diversidade, uma diversidade que vai além da mera relação linear complementar, que encontramos nos arranjos locais.

A Economia Criativa tem em seu próprio conceito a quebra da barreira da especialização, fundamento dos clusters. Através dela, vemos conexões invisíveis entre negócios criativos que tradicionalmente eram setores especializados, antiquários e arquitetos, galerias de arte e bares musicais, artistas e decoradores. A diversidade cria um ecossistema criativo mais rico, onde se desenvolve uma identidade cultural fundada no território vivido e compartilhado, que tem história, passado próprio e um presente único, distinto de outros que existem no mundo.

A Economia Criativa no Território: uma estratégia de impacto. (cont.)

As relações de confiança e sinergia entre participantes são mais difíceis de serem criadas, em comparação com um cluster especializado, focado em seu produto, seja automóvel ou calçado. Exigem um fluxo de informação muito mais elevado e complexo, são relações múltiplas e não lineares. Não se trata de meras relações entre produtores e fornecedores. Em certa medida, todos os participantes são produtores e fornecedores, mas sua importância maior é na criação simbólica de um território que significa social e culturalmente mais que as suas partes.

A maior complexidade simbólica do território funciona como sua maior vantagem competitiva. É território produtivo, que atrai diferentes tipos de negócios, principalmente de economia criativa, mas não só. Clusters têm seu tamanho definido e limitado pelo seu produto ou serviço principal. Territórios criativos não tem esse limite. Por isso, se dividem em três escalas. O Distrito Criativo, quando se situa em partes de uma cidade. A Cidade Criativa, quando se espalham por todo o território municipal. E a Região Criativa, quando diferentes cidades criativas próximas se articulam para chegar a um nível de organização espacial superior.

Por outro lado, o território criativo, além de ser solo produtivo, com capacidade de atração de mais empresas, atrai também mais público, que consome seus produtos, mas também produtos e serviços de outros negócios, como gastronomia e turismo. Esse mix que se estabelece no território é um ecossistema complexo e delicado, que exige uma governança profissional. Os primeiros distritos criativos surgiram de forma natural, orgânica, quando se davam algumas circunstâncias especiais, como o SoHo, em Nova Iorque.

Mas, como vimos acontecer, sua permanência é instável.

A partir dos anos 80, políticas públicas federais nos Estados Unidos levaram algumas prefeituras a criar Art Districts. No entanto, é muito difícil encontrar casos de sucesso de gestão pública de distrito criativos, devido a sua enorme diversidade, capilaridade e complexidade. Muitos Art Districts de origem pública se tornaram apenas espaços de consumo, com um embelezamento superficial, muitas vezes gentrificados, com os produtores criativos se deslocando para outras áreas da cidade. As melhores políticas públicas vão no sentido de reconhecer territórios criativos, já constituídos ou em constituição, e dar o apoio necessário para o seu desenvolvimento, com uma governança a partir dos seus próprios participantes.

Por outro lado, as políticas públicas de mais sucesso internacionalmente vão na direção de criar hubs criativos públicos ou apoiar hubs privados, para que se tornem indutores de novos territórios criativos ou pontos de apoio a territórios existentes. A vitalidade de um território criativo está na qualidade e na capacidade de inovação de seus próprios participantes, desde o artista isolado até a grande indústria criativa.

Diferentemente de outros setores econômicos, onde o poder público pode, em determinadas situações, ter um papel direto no seu desenvolvimento, no caso da Economia Criativa e, especialmente, para os territórios criativos, ele não deve atuar de forma competitiva com o que já funciona bem, mas ser apoiador e protetor, reconhecendo e divulgando os territórios e

A Economia Criativa no Território:
uma estratégia de impacto. (cont.)

distritos criativos com qualidade na cidade, aumentando dessa a sua sustentabilidade econômica e a sua permanência no tempo, de forma independente da alternância democrática no executivo municipal.

AUTOR: Jorge Piqué - Fundador da UrbsNova Inovação Social. Criador e Gestor do Distrito Criativo de Porto Alegre

• DIRETRIZ 5

Descentralização da produção, da distribuição e do consumo dos bens culturais e serviços criativos bem como das formações criativas a partir das vocações territoriais.

- **Objetivo:** Desenvolver territórios criativos.

Figura 40:

	META	POR QUÊ?	QUANDO?	QUEM?	COMO?
5.1	Desenvolver política de incentivo a territórios criativos. (GT Territórios Criativos – em andamento). Entrega GT – 2026/02.	Necessidade de descentralização da atividade econômica e infraestrutura, e potencializar comunidades periféricas.	2025/01 2026/02	PMPA/SMDet/ PMPA/CMEC/ Universidades/ Consultores	Elaboração de um marco legal para o desenvolvimento descentralizado de territórios criativos, por meio de mecanismos de indução, reconhecimento e criação de governança. Ampliar os mecanismos de incentivo ao empreendedor vinculado aos territórios. Realizar mapeamento.
5.2	Incentivar o desenvolvimento de polos criativos e de inovação (hubs) descentralizados.	Para desenvolver o potencial dos HUBs e ambientes de inovação, promovendo a descentralização nos territórios do município.	2026/02	PMPA/ SMPAE/ SMEDET	Enquadrar os ambientes de inovação a partir de sua natureza (CNAE ou certificação) nos incentivos territoriais de Economia Criativa. (GT Territórios Criativos)
5.3	Criar fab labs voltados aos setores criativos descentralizados na região de Porto Alegre.	Necessidade de espaços de produção de prototipagem e formação de talentos.	2026/01 a 2027/02	PMPA/ SMDet/ SMED	Incluir o incentivo como possibilidade de utilizar recursos de financiamento para desenvolvimento territorial. (GT Territórios Criativos) Realizar mapeamento.

Indicador: Número de Territórios Criativos reconhecidos pelo Município

A escola à altura do seu tempo

Nos últimos, anos fomos todos afetados pela pandemia de COVID-19, fato que nos fez e faz repensar e reformular muitas coisas. A pandemia teve um poder de transformação acelerada de nossos modos de vida e de consumo, mas impactou especialmente a educação. Estamos diante de grandes mudanças e ainda não sabemos bem como reagir o que e como fazer.

E é na escola que precisamos talvez, mais urgentemente, agir. Faz-se fundamental pensar o que é importante daqui para frente. Defendo que a cultura e a criatividade são talvez as únicas coisas que podem transformar as cidades, a sociedade, a vida das pessoas com as imposições que estão nos sendo dadas, sustentabilidade, crise econômica, diversidade, ESG, ODS entre outros desafios. A escola é esse ambiente que faz com quem isso aconteça de forma efetiva e potencial. Devemos potencializar nossos alunos, professores, o ambiente escolar e as nossas comunidades. E, para isso, é urgente tornar a pauta da criatividade transversal e central nas políticas públicas dos governos federal e municipal, nas secretarias, e ainda nas instituições privadas e terceiro setor.

São notáveis diversos exemplos de iniciativas que estão realmente mostrando os resultados de uma política para a criatividade em diversos países do mundo, podemos citar próxima a nós o Caso Colômbia. Esse movimento teve um crescimento nos anos 90, depois teve uma desacelerada pelo menos a nível Brasil a partir do desmantelamento das políticas públicas que

tinham esse foco, agora uma retomada a nível federal. As dificuldades se deram também muito em função dos últimos anos difíceis que vivenciamos como mencionado anteriormente de pandemia.

Talvez o principal desafio agora seja ainda colocar em prática, através de alinhamento, planejamento etc., mas é muito importante aproveitar ‘essa janela’. Estamos vivenciando um momento chave no país, de recuperação, de reestruturação, e de iniciativas que olham atentamente para a Economia Criativa e a inovação. Para Paulo Freire em 1961“(...) A minha questão não é acabar com a escola, é mudá-la completamente, é radicalmente fazer que nasça dela um novo ser tão atual quanto a tecnologia.

Eu continuo lutando no sentido de pôr a escola à altura do seu tempo. E pôr a escola à altura do seu tempo não é soterrá-la, mas refazê-la.” Assim, precisamos pensar em mudanças na educação do nosso país, repensar os critérios inovadores que estão sendo trabalhados e sobre como eles influenciam a nossa vida em especial pensar que profissional queremos para o futuro como seria uma escola ideal. Então, reformular o nosso ensino desde o nível básico até a graduação, pós, mestrado e doutorado é urgente.

...CONTINUA

A escola à altura do seu tempo (cont.)

Pensar em redes colaborativas de ensino, intercâmbios com iniciativas que estão dando certo, pois precisamos estimular a criatividade dos alunos empoderando-os com suas habilidades e poder de alguma mudar um pouco a escola como disse Paulo freire, de alguma forma pôr a escola à altura do seu tempo.

A Economia Criativa, as tecnologias e os empreendedorismos estão em crescimento, entretanto na contramão da crise. A participação do PIB Criativo, estimado no PIB brasileiro, passou de 2,56% para 2,64% entre 2013 e 2015, segundo dados da edição mais recente do “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil”. Além disso, a indústria criativa gerou uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões para o país em 2015 e está em constante alta, inclusive com muitas boas expectativas também para este ano. No estado do RS, segundo pesquisa da SPGG/DEE para o programa RS Criativo a Economia Criativa emprega hoje mais que o setor automobilístico, calçadista e quase mais que a construção civil, sendo que é importante mencionar a grande informalidade nos setores especialmente culturais.

A Economia Criativa é um setor da economia onde os negócios são relacionados à criatividade e capital intelectual. Dentre as áreas da indústria criativa posso citar arquitetura, cinema, TV, design, games, moda, música e comunicação.

Segundo o SEBRAE, os segmentos criativos podem ser alinhados em quatro grandes áreas: consumo, mídias, cultura e tecnologia. Então, olhando essas áreas e o setor, porque não estimular a próxima geração de jovens a se interessar, ou, conhecer um pouco as áreas de Economia Criativa, podendo de alguma forma já serem instruídos de modo profissional e a pensar nesse setor que gera renda e está em constante crescimento, seja conhecendo as novas profissões assim como os setores econômicos criativos, tendo ainda na escola vivência nas áreas por meio de aulas práticas, visitas técnicas e talks com profissionais.

Por fim, para uma educação do futuro e do agora, é preciso mudança e foco nas inovações no ensino e na conexão entre cultura e educação. Para Viviane Mosé, a crise contemporânea diz respeito a dizer não à linha de raciocínio. Nós temos redes de raciocínio. Nós temos pensamentos que se tangenciam e produzem diversidades. Toda produção de linearidade é produção de exclusão.

AUTORA: Carolina Biberg Maia

DIRETRIZ 6

- Revisão do planejamento escolar, nos diferentes níveis, com foco em sensibilização para as distintas dimensões da Economia Criativa local.
- **Objetivo:** Geração de talentos para a Economia Criativa local.

Figura 41:

	META	POR QUÊ?	QUANDO?	QUEM?	COMO?
6.1	Mapear práticas metodológicas para o ensino da cultura e criatividade.	Necessidade básica para compreender o cenário de formação para a Economia Criativa.	2025/02	PMPA/ SMDET/ SMED/ Universidades	Criação de um formulário para coleta de informação das escolas (PUC + outros parceiros); Mapeamento de escolas públicas e também privadas (boas práticas) – conexão SMED.
6.2	Estimular o ensino do empreendedorismo cultural e criativo, introduzindo as carreiras de setores criativos para a educação básica.	Preparar uma nova geração de empreendedores capacitados para os desafios contemporâneos.	2026/02	PMPA/ SMDET/ SMED	Desenvolver trilhas que equilibrem docentes, técnicos e profissionais das áreas criativas (projeto piloto).
6.3	Estimular a adoção de metodologias ativas que promovam práticas culturais e criativas.	Ampliar e diversificar a formação de professores “criativos” (piloto).	2026/02	PMPA/ SMDET/ SMED	Ampliar a formação de professores para trabalhar com metodologias ativas nos diferentes níveis escolares.
6.4	Fomentar parcerias público-privadas para formações extracurriculares nas áreas de cultura e criatividade (turno inverso).	Suprir a necessidade de formações técnicas iniciais no campo da Economia Criativa.	2028	PMPA/ SMDET/ SMED	Criação de projetos do poder público com universidades e empresas parceiras.

Cenários de futuros: Educação para a Economia Criativa

Educação, certamente, é um tema que implica a articulação entre vários aspectos, sendo que os mais importantes acabam sendo praticamente os mesmos independentemente das épocas, como, por exemplo, o compartilhamento de conhecimento para preparar sujeitos para as transformações futuras. Nesse sentido, pensar em educação para a Economia Criativa tem a ver com compartilhar conhecimentos não apenas com diferentes sujeitos, mas também com instituições e uma série de agentes que irão ativar futuros a partir de ações objetivas no presente.

Isso tanto tem relação com o próprio entendimento do que é a Economia Criativa hoje. Seguindo definições da UNCTAD (2012); de Howkins (2013), do British Council (2015); e de Deheinzelin (2013), a Economia Criativa é uma macro área que abarca diferentes setores que desenvolvem bens e serviços a partir da criatividade e da cultura. Gera impactos positivos no que tange às dimensões econômicas, sociais e culturais de cidades, estados e países em todo o mundo contemporâneo.

Além disso, na visão de Yúdice (2014), a relação positiva e exponencial da economia da cultura e da Economia Criativa foi sendo intensificada conforme a globalização foi se tornando uma realidade transterritorial, permitindo o desenvolvimento de alternativas de trabalho, renda e inclusão social para vários países, principalmente nas últimas décadas do século XX e, logicamente, nestas primeiras décadas do século XXI.

Ao falar sobre criatividade é possível considerar que estamos envolvidos, atualmente, em uma espécie de ethos criativo (FLORIDA, 2011), que se manifesta de diferentes maneiras conforme as áreas e setores que são reconhecidos como pertencentes à Economia Criativa. É o caso da moda, da música, da arte, do artesanato, do design, do cinema, dos games, dentre outros tantos.

Aqui, é importante ressaltar que por ser um conceito em evolução, a definição de quais áreas e setores são pertencentes à Economia Criativa depende, muitas vezes, de quais territórios estão sendo considerados e como o ethos criativo se manifesta, sendo a relação entre esses fatores - território e Economia Criativa - algo determinante para tal.

Neste contexto, o Programa POA Criativa estabeleceu critérios, objetivos, metas e indicadores para áreas e setores que expressam o ethos criativo neste território - a cidade de Porto Alegre - compreendendo que para ampliar isso e, ao mesmo tempo, garantir novos desdobramentos, é fundamental criar diretrizes que orientem o desenvolvimento de impactos positivos ativados por alguns temas específicos, caso da educação em suas diversas manifestações.

...CONTINUA

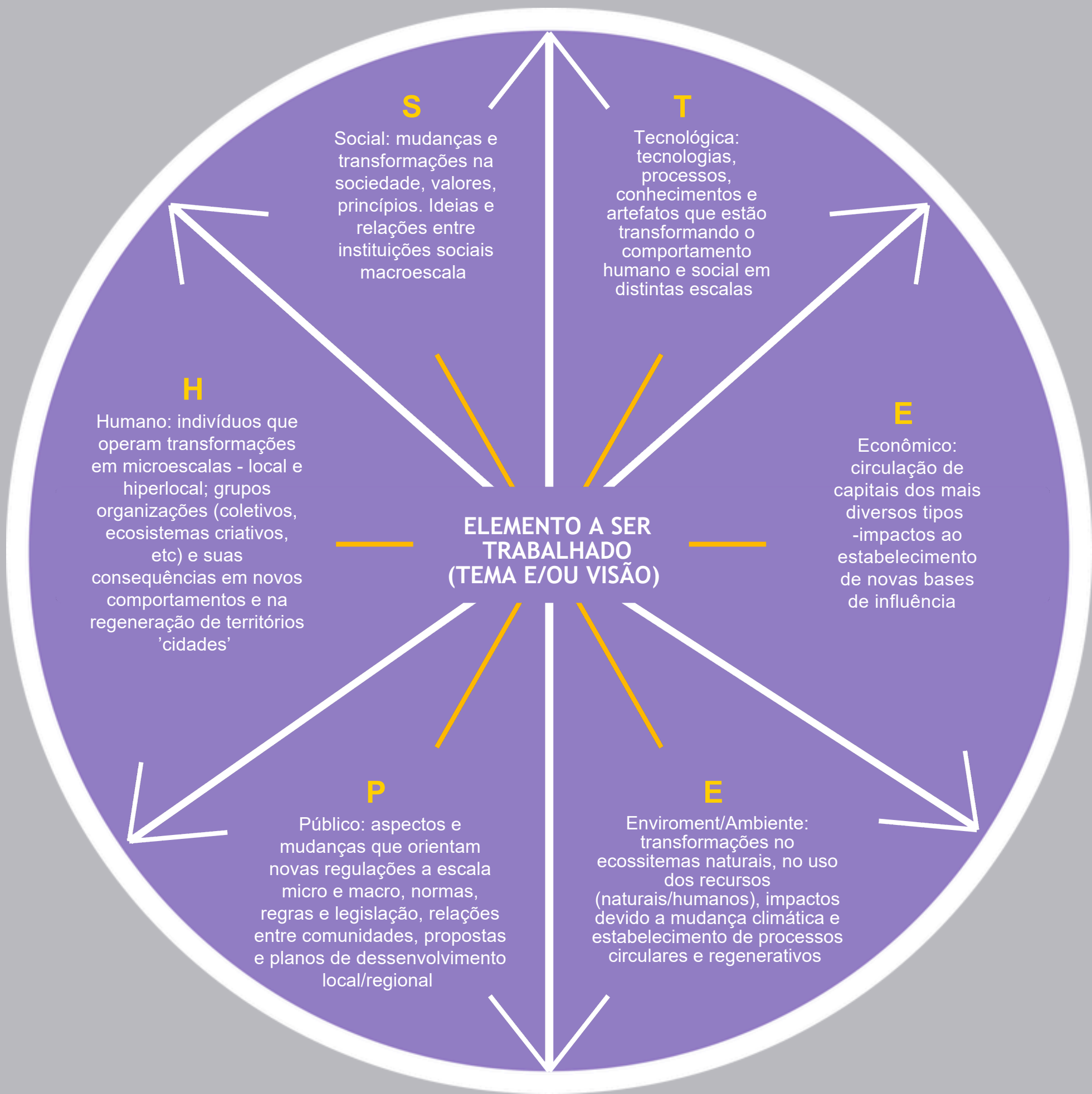
Cenários de futuros: Educação para a Economia Criativa (cont.)

Tendo essa perspectiva por base, foram organizados encontros, via plataformas digitais, que reuniram integrantes do Comitê de Economia Criativa da cidade para debater e projetar, coletivamente, futuros para a Economia Criativa de Porto Alegre ativados pela educação. Esses fatores foram trabalhados como um desdobramento de Oficinas de CoCriação de Cenários de Futuros para a Economia Criativa estabelecidas como atividades do estágio pós doutoral da pesquisadora Paula Visoná, supervisionados pela professora Dra. Máгда Rodrigues da Cunha. A partir de um conjunto de princípios, ferramentas e métodos, organizados

pela pesquisadora como um arranjo metodológico para viabilizar a construção coletiva e colaborativa de Cenários de Futuros, foram trabalhados também outros objetivos, como os temas da antecipação e da alfabetização de futuros (MILLER, 2018). Nesse sentido, ainda dentro das oficinas, foram identificadas as temáticas mais relevantes para estabelecer no presente os meios de viabilizar os futuros projetados. Logicamente, a educação foi um tema recorrente e acabou por estabelecer a pertinência de utilizar o mesmo arranjo metodo-lógico tendo em vista suas especificidades.

...CONTINUA

Figura 42:



Cenários de futuros: Educação para a Economia Criativa (cont.)

Assim, como já foi mencionado anteriormente, membros do Comitê de Economia Criativa de Porto Alegre participaram de novas oficinas, sendo essas também mediadas pela pesquisadora Paula Visoná que propôs a utilização de algumas ferramentas para auxiliar no trabalho de identificação de potenciais diretrizes para orientar o trabalho em torno do tema educação, permitindo fazer ver e antecipar desdobramentos e impactos desse tema na Economia Criativa e seus agentes, tendo como base projetar esses desdobramentos oito anos a frente.

Uma das ferramentas utilizadas foi a Prisma STEEPH (RASQUILHA, 2015), visto a mesma subentender conexões dinâmicas e sistêmicas entre temas e seis macro âmbitos presentes no cotidiano sociocultural, conforme podemos observar:

Conforme as oficinas foram acontecendo ao longo do segundo semestre de 2022, foi sendo construído o entendimento sobre qual diretriz seria fundamental para estabelecer os princípios de atuação da educação da Economia Criativa local a partir do presente, e como isto poderia ativar futuros para a Porto Alegre tendo, como objetivo maior, ser uma cidade de referência no que diz respeito ao posicionamento estratégico sobre e para a Economia Criativa e todos seus agentes e ativos locais. Abaixo, é possível conferir não apenas a diretriz acordada, mas qual o objetivo geral e quais são as metas, agentes, meios, atividades e indicador que foram constituídos para estabelecer o planejamento estratégico.

AUTORA:

Paula Visoná - Professora Universitária
e Coordenadora de Cursos de Pós-graduação
em Design

DIRETRIZ 7

- Desenvolvimento da qualificação para a Economia Criativa e o empreendedorismo.
- Objetivo:** Ampliar os processos formativos em Economia Criativa.

Figura 43:

	META	POR QUÊ?	QUANDO?	QUEM?	COMO?
7.1	Formar gestores públicos para atuar na Economia Criativa em Porto Alegre.	Aprofundamento da sensibilização dos gestores para a construção de políticas públicas.	2027/01	PMPA SMDet/EGP	Palestras, cursos e seminários. (ABGC).
	Estimular a diversificação material educativo de plataformas de educação para a distribuição de conteúdos formativos para criativos.	Necessidade de material educativo acerca de empreendedorismo para profissionais criativos.	2028/02	CMEC /Universidades /Ambientes de Inovação	Vinculado à Meta 1.5 e 2.1. Implementar ferramentas com trilhas para desenvolvimento do negócio, com IA para modelagem e aceleração de negócios criativos, buscando, ainda, aproximar negócios para uma atuação em rede.
	Realizar seminários e semanas universitárias com foco na formulação de diretrizes e políticas para ensino, extensão e pesquisa em Economia Criativa.	Estimular o debate e a articulação entre mercado, educação e governo.	2026/01 (anual)	CMEC /Universidades	Organização de eventos anualmente. Vinculada à Meta 2.2 (PUC/Tecnopuc/ SENAC/Feevale).
	Sensibilizar para promoção da educação continuada para profissionais criativos em gestão, empreendedorismo e qualidade.	É preciso pensar na complementação do profissional criativo para a ênfase em negócios.	2026/01 2027/01 (anual)	CMEC /Universidades	Mapeamento das necessidades. Articulação para oferta de novos cursos. Vinculada à Meta 7.3. (Entrega de pesquisa com novas formações a partir dos resultados).
	Profissionalizar os jovens para acessar merca- dos criativos. Comunicar o acesso às formações de jovens.	Existe uma faixa de jovens que necessitam acessar oportunidades que carecem de formação técnica para entrar no mercado atual.	2025/02 2026/02 2027/02 2028/02 2029/02	PMPA/SMDet/ Universidades/ Empresas	Oferta de trilhas técnicas. (PUC, Feevale via Techpark, Unisenac – PSG).
	Fomentar a criação de escolas abertas e a oferta de formação livre em criatividade e inovação no território de Porto Alegre.	Acesso cidadão a formação na área de Cultura e Criatividade.	2028/02 (anual)	PMPA/SMCEC	Criação de parcerias público privada para desenvolvimento Atelier Livre -modelo.

CRONOGRAMA de Execução

[illegible]

CRONOGRAMA

de Execução

META (ANO/SEMESTRE)	23/02	24/01	24/02	25/01	25/02	26/01	26/02	27/01	27/02	28/01	28/02	29/01	29/02	30/01	30/02
4.3 Conceber relatórios anuais de análises qualitativas			X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.4 Revisar, a cada nova gestão municipal, o modelo operacional de mapeamento da EC				X		X	X	X		X	X	X			
4.5 Organizar eventos e encontros técnicos de análises dos dados com os setores criativos / áreas (1/2 anos)			X				X				X			X	X
4.6 Desenvolver diagnósticos setoriais desenvolvimento indicadores/potencial				X				X				X			
5.1 Desenvolver uma política de incentivo a territórios criativos				X			X								
5.2 Incentivar o desenvolvimento de polos criativos e de inovação (hubs) descentralizados				X			X								
5.3 Criar fab labs voltados aos setores criativos descentralizados na região de POA						X	X	X	X						
6.1 Mapear e elaborar diagnóstico das atuais políticas de educação e suas dimensões práticas e metodológicas para o ensino da cultura e criatividade			X		X										
6.2 Estimular o ensino do empreendedorismo cultural e criativo, introduzindo as carreiras de setores criativos para educação básica							X								
6.3 Estimular a adoção de metodologias ativas que promovam práticas culturais e criativas							X								
6.4 Fomentar parcerias público- privadas para formações extracurriculares nas áreas de cultura e criatividade (turno inverso)										X	X				
7.1 Formar gestores públicos para atuar na Economia Criativa em Porto Alegre		X		X		X		X							
7.2 Estimular a diversificação de plataformas de educação para a distribuição de conteúdos formativos para criativos											X				
7.3 Realizar seminários e semanas universitárias com foco na formulação de diretrizes e políticas para ensino, extensão e pesquisa em Economia Criativa		X		X	X	X									
7.4 Sensibilizar para promoção da educação continuada para profissionais criativos em gestão, empreendedorismo e qualidade		X		X		X		X		X		X		X	
7.5 Profissionalizar os jovens para acessar mercados criativos	X				X		X		X		X		X		
7.6 Fomentar a criação de escolas abertas e a oferta de formação livre em criatividade e inovação no território de Porto Alegre							X		X		X		X		X