

# Escolarização e segmentação da indústria criativa: Estudo dos estabelecimentos do município de Porto Alegre em 2016

Judite Sanson de Bem

Universidade La Salle  
jsanson@terra.com.br

Moisés Waismann

Universidade La Salle  
moises.waismann@gmail.com

Margarete Panerai Araújo

Universidade La Salle  
mpanerai@terra.com.br

## Resumo

Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul (Brasil), através de suas regiões do Orçamento Participativo apresentava mais de 21.000 estabelecimentos ou unidades criativas empresariais, em 2016. O objetivo geral deste artigo é descrever um panorama dos gestores quanto à sua escolarização nos diferentes segmentos das indústrias criativas, destacando a distribuição dos segmentos por região. O método utilizado foi qualitativo com uso de técnicas descritivas e bibliográficas, bem como o uso de dados estatísticos obtidos junto a Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Concluiu-se que os diferentes perfis dos gestores desta pesquisa estavam associados, entre outros: ao tipo de segmento em que seu negócio está inserido, que há atividades que deveriam apresentar um perfil mais arrojado em se tratando de escolarização, havendo muito potencial para se expandir. Percebeu-se, também, que os segmentos mais intensivos em tecnologia já apresentavam à época da pesquisa uma maior formação profissional de seus gestores.

**Palavras chaves:** Empreendimentos Criativos, Porto Alegre (Brasil), Escolarização.

## Abstract

Porto Alegre, capital of Rio Grande do Sul (Brasil), through its Participatory Budget regions presented more than 21,000 establishments or business units in 2016. The general objective of this article is to describe a panorama of the managers regarding their schooling in the different segments of the industries the distribution of the segments by region. The method used was qualitative with the use of descriptive and bibliographical techniques, as well as the use of statistical data obtained from the Municipality of Porto Alegre. It was concluded that the different profiles of the managers of this research were associated, among others: to the type of segment in which their business is inserted, that there are activities that should present a more daring profile when it comes to schooling, with much potential to expand. It was also noticed that the most intensive segments of technology already presented at the time of the research a greater professional formation of their managers.

**Key-words:** Creative Entrepreneurship, Porto Alegre (Brasil), Schooling.

## Introdução

A crescente exigência do mercado de profissionais da cultura evidencia a necessidade da busca por profissionalização através de cursos técnicos, tecnológicos, de graduação, bem como a apropriação de ferramentas computacionais e administrativas. Essa discussão, nos diferentes setores criativos, vem se traduzido em demandas de maior escolarização da mão de obra, ainda longe de ser o ideal.

De acordo com Chantelot, (2009, p.233) as regiões ampliam suas capacidades competitivas, à medida que mobilizam e exploram o conhecimento e idéias, isto é, mobilizam “[...] rapidamente as melhores pessoas, recursos e habilidades necessárias para a inovação, que o autor chama de ‘talento’ ou capital humano, possuindo altos níveis de educação”.

De acordo com a Teoria do Capital Humano (TCH), para Frigotto (2005) os gastos destinados com educação, além de serem considerados como investimentos, são um meio de aumentar a qualificação da força de trabalho e da gestão das empresas, ou seja, da produtividade dos fatores de produção. Assim, a formação dos empreendedores é um fator relevante no desempenho de suas atividades e nas possibilidades de permanecer no mercado.

“Theodore William Schultz, em 1959 inicia os estudos e a conceituação de capital humano e seu impacto na produtividade. Gary Stanley Becker (1964) baseou-se neste trabalho e desenvolveu a teoria do capital humano. Para Becker, o homem é um ser racional e ser humano precisa de investimentos como todas as outras formas de capital. Um capital é um ativo, uma ação que pode fornecer renda; o capital humano é um estoque de conhecimento e experiência de um indivíduo, que ele acumula em investir em sua educação, mas também em estágios e qualquer outro tipo de treinamento” (Baudrier, 2013, p.25).

Pesquisas têm sido realizadas no sentido de conhecer a relação que existe entre crescimento humano-econômico. Entre eles há o estudo de Krueger e Lindahl (2001) cujos resultados concluíram que a educação “é tanto a semente quanto a força de desenvolvimento econômico” (Khodja, 2013, p. 6).

Outros resultados, segundo a autora, são: (1) que há uma maior diferença na distribuição maior capital humano entre países do que dentro de cada país; (2) que as empresas com maior estoque de capital humano também são empresas com melhor níveis de escolaridade (3) e a desigualdade capital humano entre as pessoas, interferem nas medidas de rendimento, na estimativa do crescimento e no acúmulo de fatores. (Khodja, 2013)

Em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, também há uma preocupação com a escolaridade dos empreendedores dos diferentes segmentos criativos. O ano de 2016, de acordo com Pesquisa Mapeamento das Oportunidades e Tendências da Economia Criativa para a Cidade de Porto Alegre, apontava uma população estimada de 21.123 empresas relacionadas à indústria criativa (levando em consideração as regiões do Orçamento Participativo definidas na pesquisa), cujos Alvarás e empresários apresentavam diferentes formações de sua mão de obra.

O objetivo geral deste artigo é descrever um panorama dos gestores quanto à sua escolarização nos diferentes segmentos das indústrias criativas, nas regiões do Orçamento Participativo de Porto Alegre.

O presente artigo é organizado em cinco seções. Após essa introdução, a segunda seção discute a literatura referente a indústrias criativas, além do arcabouço teórico sobre a teoria do capital humano a fim de permitir explicações para as evidências apontadas pelo estudo. A terceira parte apresenta o método de pesquisa e suas limitações, descrevendo os mecanismos utilizados na coleta e análise de dados, através de procedimentos quantitativos. Na quarta parte, as proposições estatísticas, que são analisadas iluminando a discussão acerca dos resultados. Por último algumas considerações e as implicações acadêmicas sobre o objetivo proposto.

## 1. Referencial teórico: Indústrias criativas e capital humano

Indústria criativa é um termo utilizado em 1990 para estudar e evidenciar as novas atividades produtivas, que frente aos desajustes econômicos e sociais, decorrentes da crise dos anos 1980, afetaram profundamente diferentes países, além de modificações crescentes nas formas de produção e a introdução das técnicas japonesas no lugar do fordismo. As atividades criativas, segundo o DCMS (1998), eram aquelas que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento, com potencial de riqueza e criação de emprego, através da geração e exploração da propriedade intelectual. Os subsetores das atividades industriais, dentro dos quais essas atividades ocorrem, eram principalmente da publicidade, arquitetura, o mercado de arte e antiguidades, artesanato, design, designer de moda, filme, software interativo de entretenimento, música, as artes do espetáculo, publicação, software, televisão e rádio.

Howkins (2000) publicou *“The Creative Economy: How People make Money from Ideas”* ampliando a definição de indústrias criativas para quatro grandes setores - direitos autorais, patentes, marcas comerciais e indústrias de design, e “[...] juntos, estes quatro grandes setores constituem os setores criativos e a economia criativa. A economia criativa consiste nas transações contidas nesses produtos criativos” (Howkins, 2013, p. 17). Com essa expansão da lista do DCMS houve a inclusão dos setores baseados em patentes oriundas da pesquisa e desenvolvimento das engenharias, ciências e tecnologias.

Outros trabalhos também foram desenvolvidos por organismos, como a Unesco, à medida que não existe um modelo das indústrias criativas, mas simplesmente maneiras diferentes de interpretar as características estruturais da produção criativa. Mesmo após 20 anos o termo “indústrias criativas” possui um vasto escopo, e envolve a interação de diversos setores.

A definição de “indústrias criativas”, ainda passa por atualizações visto que, as inconsistências e divergências conceituais. Assim, com base na Unctad (2004, p. 4) as características propostas para o conjunto de

bens e serviços criativos envolvem: “[...] sua produção demanda alguma contribuição da criatividade humana; eles são veículos de mensagens simbólicas para aqueles que os consomem, isto é, eles são mais do que simplesmente utilitários, na medida em que também servem a um propósito comunicativo mais amplo; eles contêm, pelo menos, potencialmente, alguma propriedade intelectual que possa ser atribuída ao indivíduo ou grupo que esteja produzindo o produto ou serviço” (Unctad, 2004, p. 4).

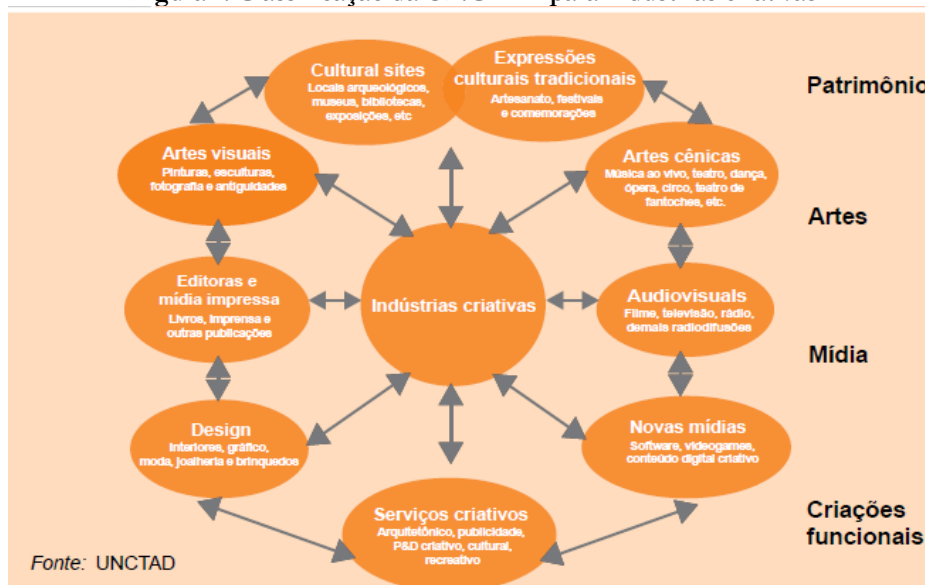
A abordagem da Unctad, para as indústrias criativas, ampliou o conceito de “criatividade”, passando-o de atividades que possuem um sólido componente artístico para “qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível” (Unctad, 2010, p. 4). Ou seja, o conceito definido é: “[...] são os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constitui produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial” (Unctad, 2010, p. 8).

A Unctad diferenciou as “atividades *upstream*” (atividades culturais tradicionais, tais como artes cênicas e visuais) de “atividades *downstream*” (que possuem uma proximidade muito maior com o mercado, como publicidade, editoras ou atividades relacionadas à mídia). Este segundo grupo deriva seu valor comercial dos baixos custos de reprodução e fácil transferência para outros domínios econômicos. A partir dessa perspectiva, as indústrias culturais compõem um subconjunto das indústrias criativas. E as indústrias criativas possuem um vasto escopo, lidando com a interação de diversos setores que variam de atividades consolidadas nos conhecimentos tradicionais e patrimônio cultural, tais como, artesanato e festividades culturais, a subgrupos mais tecnológicos e mais voltados à prestação de serviços, tais como audiovisuais e as novas mídias.

“As indústrias criativas têm sido definidas em uma série de países como a criatividade 'tradicional' e artes cênicas (artes visuais, literatura, música, dança, ópera, drama) e as indústrias culturais (cinema, rádio, televisão, gravação de som, edição, multimídia)” (Towse, 2011, p.125).

A classificação da UNCTAD para indústrias criativas se divide em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. A figura 1 apresenta os diferentes segmentos que compõem as indústrias culturais e criativas.

Figura 1: Classificação da UNCTAD para indústrias criativas



Fonte: UNCTAD, 2014

Quanto ao enfoque da teoria do capital humano, esta é uma resposta aos limites das teorias neoclássicas, que consideram que o trabalho é um capital, logo pode ser analisado do ponto de vista quantitativo.

“No entanto, essas teorias foram criticadas por seu fraco poder explicativo do crescimento dos anos do pós-guerra. Este crescimento foi primeiro explicado pelo "fator residual" (Solow, 1956) definido pelo progresso um fator exógeno ao crescimento. Com a aceleração do progresso as empresas precisavam de mais e mais trabalhadores qualificados, e portanto, mais treinados. Então nós introduzimos na produção um novo elemento que servirá de base para a teoria do capital humano: educação” (Baudrier, 2013, p. 25).

Dois tipos de educação sustentam o capital humano: educação formal e educação informal. O primeiro diz respeito a educação e formação profissional de instituições de formação contínua, tais como escolas ou

universidades que fornecem habilidades úteis para empreendedores, já a educação informal resulta da experiência e da aprendizagem no campo. (Baudrier, 2013)

As mudanças no cenário nacional e internacional, os movimentos cíclicos dos negócios, a abertura de novas frentes de atuação, o aumento da demanda de inovações, além das dificuldades internas e dos desafios em encontrar recursos humanos de qualidade dificulta, muitas vezes, que as empresas se tornem mais competitivas frente aos seus concorrentes, segundo Nascimento; Gusso; Maciente, (2012). Para os autores, “[...] ganhos de produtividade dependem de uma gama ampla e complexa de condições econômicas, tecnológicas e institucionais, entre as quais figura, por certo, a disponibilidade de recursos humanos com as necessárias competências. E estas precisam ser entendidas como atributos cognitivos, de habilidades físicas e motoras, de qualificações técnicas – que incluem

*conhecimento tácito – e de relacionamento social e organizacional, para os quais contribuem, em parte importante, mas não exclusiva, os conhecimentos e padrões de socialização adquiridos na educação escolar”* (Nascimento, Gusso, Maciente, 2012, p. 7).

Desta forma, há uma interconectividade entre estas variáveis no desempenho do dia-a-dia das empresas, sobretudo aquelas que fazem da criatividade seu maior insumo. Estes ciclos geram e são gerados numa sociedade em que diariamente há novas exigências tanto educacionais quanto de formação em geral.

Deluiz (1996) já destacava nos anos 1990 que o papel da educação sempre retorna à agenda de discussões: o trabalhador polivalente e generalista e o novo empreendedor. Para desenvolver as novas funções exigidas pelo mercado de trabalho e num ambiente de crise, há exigências de uma série de competências construídas sobre uma base de educação geral.

A Unesco, no *Informe Sobre Economia Criativa* salienta que o capital humano das indústrias criativas é fundamental para o seu desempenho e para o desenvolvimento regional.

*“Un elemento constitutivo esencial de toda actividad económica o creativa es la habilidad o el capital humano. Mientras que es probable que algunas habilidades organizativas empresariales genéricas ya estén presentes en muchos ámbitos económicos, las necesidades específicas de la economía creativa no se satisfacen tan fácilmente. Un desafío común para las empresas o empresarios es no ser capaz de beneficiarse de las economías de escala que sustentan la disponibilidad de habilidades más genéricas. Este problema también se encuentra en los países del Norte global. Además, incluso si hubiera capacitación o educación sobre las industrias creativas, a menudo el acceso es difícil por cuestiones de costos y ubicación. Los tipos de habilidades necesarias y el mecanismo de apoyo para aplicarlas está relacionado con las habilidades técnicas, empresariales y de liderazgo”* (Unesco, 2014, p. 112-113).

Nonaka e Takeuchi (1997) ao refletir sobre a conversão do conhecimento e da interação social destacam a qualidade e quantidade entre conhecimento tácito e o conhecimento explícito. Ou seja, o processo de transformação interativa se divide em duas

dimensões. *“A primeira dimensão é técnica e abrange um tipo de capacidade informal e difícil de definir. São as habilidades capturadas no termo “know-how”. A segunda é uma dimensão cognitiva do conhecimento tácito reflete nossa imagem da realidade (o que é) e nossa visão do futuro (o que deveria ser). Apesar de não poderem ser articulados muito facilmente, esses modelos implícitos moldam a forma com que percebemos o mundo a nossa volta”* (Nonaka; Takeuchi, 1997, P. 7).

Nesse sentido, segundo Joia (2005) o capital humano não pertence à empresa, pois é consequência direta da soma das habilidades e especialidades de seus empregados. A educação e trabalho colaboram com o empreendedorismo e com a inovação proposta para as indústrias criativas.

Já para Bouquillion e Le Corf (2010) a criatividade artística e a criatividade social tendem a misturar-se num contexto de espírito empreendedor e a universidade e a educação como um todo são os articuladores com o mundo dos negócios. Mas quando se fala em educação, esta deve ser considerada não apenas para as indústrias criativas, mas para qualquer tipo de atividade produtiva.

## 2. Metodologia

A pesquisa desenvolvida sob orientação da Prefeitura Municipal de Porto Alegre em trabalho realizado pelo Instituto Soleil de Pesquisa (INSPE) resultou em um Mapeamento das Oportunidades e Tendências da Economia Criativa para a Cidade de Porto Alegre. A primeira etapa compreendeu dados secundários e dados primários em campo. Foi utilizada uma amostragem ao longo das 17 regiões do Orçamento Participativo (Tabela 1), referente a cada área da Economia Criativa e sua distribuição nos bairros.

Também cabe destacar que os autores entendem por escolarização o ato de “[...] frequentar o ensino escolar regular”. Logo, com base nos dados apresentados o foco para identificar a escolarização dos gestores dos empreendimentos criativos nas regiões do Orçamento Participativo na cidade de Porto Alegre deriva do recorte dos dados existentes. Este trabalho vai

considerar que a escolarização é parte do capital humano dos gestores, e na sua formação como um todo podem estar embutidas a vivência no negócio, contatos com outras atividades, etc.

Segue a análise dos dados.

### 3. Análises dos dados

A capital gaúcha vem realizando projetos municipais que simulam os impactos futuros sobre a vida do município, com as obras e ações que foram demandadas

pelo Orçamento Participativo. Assim essa referência de divisão política no município permitiu que o Mapeamento das Oportunidades e Tendências da Economia Criativa para a Cidade de Porto Alegre, fosse feito com representatividade. Observou-se que alguns segmentos são mais representativos que os demais, entre o universo pesquisado, com a gastronomia, moda e artesanato concentrando 56% dos dados coletados, enquanto os segmentos de jogos digitais e cinema representavam um somatório de 2% sobre o total. A Tabela 1 apresenta a distribuição dos segmentos pelas regiões do Orçamento Participativo (OP) em Porto Alegre, RS.

**Tabela 1 - Regiões elencadas pelo Orçamento Participativo com os respectivos bairros**

<b>Regiões do Orçamento Participativo</b>	<b>Bairros</b>
Região 01 - Humaitá/Navegantes	Anchieta, Farrapos, Humaitá, Navegantes, São Geraldo
Região 02 – Noroeste	Boa Vista - Cristo Redentor - Higienópolis - Jardim Itú - Jardim Lindóia - Jardim São Pedro - Passo D'areia - Santa Maria Goretti - São João - São Sebastião - Vila Floresta - Vila Ipiranga
Região 03 – Leste	Bom Jesus - Chácara das Pedras - Jardim Carvalho - Jardim do Salso - Jardim Sabará - Morro Santana - Três Figueiras - Vila Jardim
Região 04 - Lomba do Pinheiro	Agronomia - Lomba do Pinheiro
Região 05 – Norte	Sarandi
Região 06 – Nordeste	Mário Quintana
Região 07 – Partenon	Cel. Aparício Borges - Partenon - Santo Antônio - São José - Vila João Pessoa
Região 08 – Restinga	Restinga
Região 09 – Glória	Belém Velho - Cascata - Glória
Região 10 – Cruzeiro	Medianeira - Santa Tereza
Região 11 – Cristal	Cristal
Região 12 - Centro-Sul	Camaquã - Campo Novo - Cavalhada - Nonoai - Teresópolis - Vila Nova
Região 13 - Extremo Sul	Belém Novo - Chapéu do Sol - Lageado - Lami - Ponta Grossa
Região 14 - Eixo Baltazar	Passo das Pedras - Rubem Berta
Região 15 – Sul	Espírito Santo - Guarujá - Hípica - Ipanema - Pedra Redonda - Serraria - Tristeza - Vila Assunção - Vila Conceição
Região 16 – Centro	Auxiliadora - Azenha - Bela Vista - Bom Fim - Centro Histórico - Cidade Baixa - Farroupilha - Floresta - Independência - Jardim Botânico - Menino Deus - Moinhos de Vento - Mont'Serrat - Petrópolis - Praia de Belas - Rio Branco - Santa Cecília - Santana
Região 17 – Ilhas	Arquipélago (Ilha das Flores, da Pintada, do Pavão e Ilha Grande dos Marinheiros)

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em <<https://goo.gl/h9F8EW>>

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

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

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

Analisando a tabela 2, percebeu-se que existem características importantes entre as diferentes Regiões:

- A região das Ilhas apresenta uma concentração preocupante, sendo 100% no segmento artesanato, assim como o Extremo Sul (com relevância para o artesanato e turismo que é a parte rural do município com o projeto Caminhos Rural) e a região da Lomba do Pinheiro (com artesanato e desenvolvimento de software). A primeira conclusão é que alguns bairros mais afastados da região central apresentam menor capacidade de diversificação e atividades com menor valor agregado à exceção do desenvolvimento de software que está com atividades iniciais.
- As regiões como Partenon, Leste e Nordeste, Humaitá/Navegantes ao contrário, são muito diversificados, mas com atividades com baixo

valor agregado, com exceção do cinema, design e comunicação, que exigem maior capital.

- A região do Eixo Baltazar, eixo norte da cidade, é intensa em população, com 100% artesanato, caracterizando algumas limitações na pesquisa, pois há uma grande variedade de atividades que não estão citadas.
- A região do Centro conhecida como a parte histórica da cidade é bastante diversificada, mas com baixa participação individual dos segmentos.

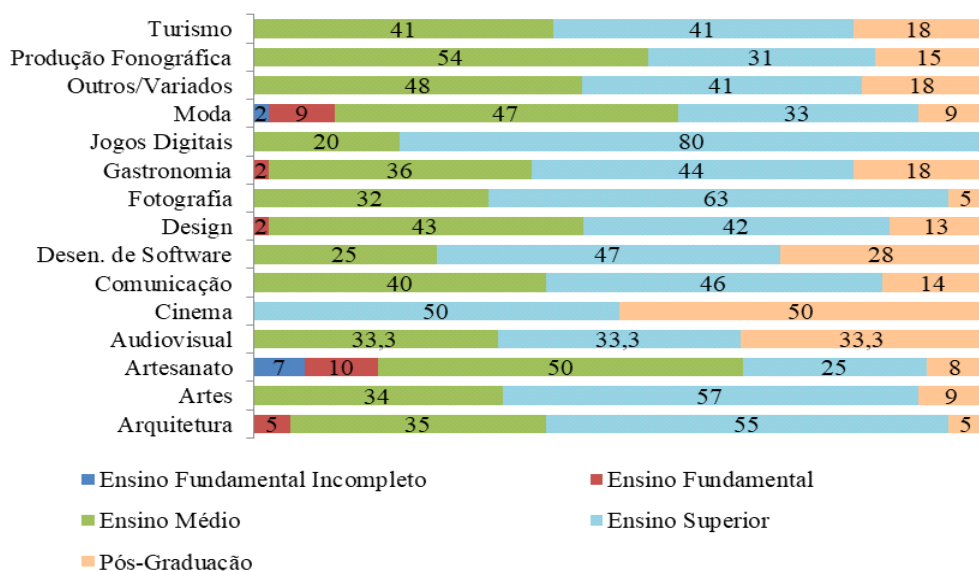
Quanto à escolarização dos gestores, na mesma área que seu empreendimento, a pesquisa revelou:

- 34% disseram que não;
- 34% disseram ter feito um curso de capacitação.

- 29% disseram ter escolarização na mesma área de seu negócio
- 3% disseram que estão estudando no momento;

No que se refere à escolarização dos empreendedores, por segmento da economia criativa, a figura 2 mostra a disposição.

**Figura 2 - Proporção, em percentual, da escolarização dos empreendedores por segmentos das Indústrias Criativas no município do Porto Alegre no ano de 2016.**



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

Dentre os diferentes segmentos, são os jogos digitais, cinema e o audiovisual, que apresentaram gestores com maior nível de escolarização, devido a necessidade de conhecimento técnico na área de atuação. Em contraposição, o segmento da moda e o artesanato se caracterizam por situações em que os mesmos ainda apresentam empreendedores com ensino fundamental completo, o que torna o exercício das atividades passíveis de uma menor produtividade. Esta escolarização também pode, por vezes, gerar maiores dificuldades para o exercício das ações administrativas, de prospecção de mercados, inovação de ofertas, entre outros.

Estudos sugere que o capital humano é o motor do crescimento econômico através da inovação tecnológica, (Khodja, 2013), logo a falta de escolarização dificulta o exercício das atividades.

Também há diferentes casos a serem considerados, como:

- O segmento “Arquitetura” ainda apresenta gestores com Ensino Médio Completo (5% dos entrevistados), assim como o Turismo (41%), Comunicação digital e impressa (40%), Design (43%);
- O segmento “Cinema”, “Artes” e “Fotografia”, apresentaram uma participação superior a 50% dos entrevistados com ensino superior completo. Os segmentos que habitualmente criariam expectativas de maior formação, como pós-graduação, mestrado e doutorado - Arquitetura e Fotografia - demonstraram uma participação inexpressiva (5%).



Salienta-se, no entanto, que os dados revelaram um crescente de segmentos com mão de obra profissionalizada, entre os gestores entrevistados. E para ampliar essa espiral do conhecimento é necessário o desenvolvimento de conhecimento sistêmico que valorize e ofereça condições para o negócio.

Os dados ainda ofereceram um levantamento do principal problema enfrentado pelos empreendedores no momento da pesquisa. Entre outros, obteve-se as seguintes respostas: 20% concentraram-se na crise econômica e retração do mercado. A seguir apareceu a falta de capital de giro para investir no próprio negócio com 12%, em terceiro lugar foi o destaque para ficou os entraves burocráticos e alta taxa de impostos com 11%. A falta de mão de obra capacitada representou 6% e os problemas de gestão 2,0%.

A resposta acima obtida, de que a falta de mão de obra qualificada, com apenas 6%, representa um problema, é preocupante, por alguns motivos:

- ou os gestores não percebem a importância do capital humano para o desenvolvimento do negócio, ou
- se satisfazem com o atual cenário, não vendo a necessidade de aumentarem a sua escolarização, ou
- desconhecem o mercado e os ciclos dos negócios, pois é crescente a demanda de mão de obra qualificada para a adoção de novas tecnologias e a concorrência nestes novos tempos.

Conforme os dados coletados no ano de 2016, de acordo com Pesquisa Mapeamento das Oportunidades e Tendências da Economia Criativa para a Cidade de Porto Alegre foi possível confirmar a demonstração do objetivo geral de descrever um panorama dos gestores, quanto à escolarização nos diferentes segmentos das indústrias criativas, nas regiões do Orçamento Participativo de Porto Alegre.

## Conclusão

É crescente a preocupação dos municípios, como por exemplo, Porto Alegre, na busca de atividades que possam propiciar fontes alternativas de geração de emprego e renda aos seus moradores, sem questionar o poder de inovação e empreendedorismo de seus cidadãos.

Partindo desta premissa, trabalhos têm sido realizados com o objetivo de mapear os empreendimentos existentes na área de economia criativa, pois, de acordo com estudos realizados no Canadá e, mais recentemente no Brasil, tem apontado que essas novas possibilidades auxiliam o desenvolvimento nas regiões. Assim, Porto Alegre, mediante estudos mapeou uma ampla gama de atividades e empresas, regulares que contribuem e dinamizam o PIB local.

De acordo com a teoria do Capital Humano, o trabalhador e o gestor são um fator de produção e para tal deve, constantemente, se preocupar com a sua educação, seja formal ou informal, contemplando uma ampla formação que os habilite ao exercício de suas atividades. Os gestores, agentes centrais na condução dos negócios, estão cada vez mais preocupados com sua formação, pois percebem que a mesma possibilita a melhora na condução e planejamento, à medida que sua produtividade aumenta, ou mesmo devido à demanda para operar com equipamentos e, com um público mais seletivo, compreendendo melhor o mercado.

Mas como visto anteriormente, uma mesma região, como Porto Alegre, pode apresentar uma ampla variedade de situações, sobretudo quando analisamos segmentos criativos.

Entre as diferentes Regiões do Orçamento Participativo, que foram trabalhadas neste artigo, assim como nos segmentos estudados, percebeu-se que jogos digitais, cinema e audiovisual são os segmentos de maior escolarização da mão de obra dos gestores e estes estão concentrados nas Regiões, respectivamente (jogos digitais – Sul, Leste, Humaitá/Navegantes; cinema – Leste e Partenon; audiovisual – Norte e Partenon).

Já os segmentos que apresentavam menor escolarização de seus gestores estavam concentradas, em 2016: (artesanato – Ilhas; Nordeste e Restinga; moda - Cruzeiro, Norte e Leste, seguido um pouco mais de perto, pelo segmento do design nas Regiões do Norte, Glória e Centro-Sul; arquitetura – Leste e Nordeste; gastronomia – Humaitá/Navegantes, Centro, Sul, Norte, Nordeste). Nestes casos os gestores apresentavam, ainda, entre ensino fundamental incompleto e fundamental completo, o que demonstra uma baixa qualificação.

Assim, conclui-se que diferentes perfis dos gestores estão associados, entre outros, ao tipo de segmento em que seu negócio está inserido, pois um perfil mais arrojado apresenta muito potencial para se expandir, tendo uma necessidade crescente em termos de escolarização devido às exigências de mercado.

Regionalmente a potencialidade de ampliação dos negócios estão concentradas em algumas regiões de Porto Alegre, como Lomba do Pinheiro, Partenon e Leste, onde há a forte presença de Instituições de Ensino Superior, fazendo frente parte do processo de incubação junto aos empreendimentos.

A demanda de conhecimento, habilidades e discriminação, inovação e, sobretudo produtividade crescente é o que caracteriza o gestor do século XXI. Logo ainda há um longo caminho dos gestores quanto à sua escolarização e formação profissional nos diferentes segmentos das indústrias criativas, nas regiões do Orçamento Participativo de Porto Alegre.

## Referências bibliográficas

Barba, A. (2018). Dilemas para los gestores culturales, una propuesta formativa con cinco ejes. In *IV Seminário Políticas Culturais: Reflexões e Ações*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa. Retrieved from [http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas\\_Culturais/IV\\_Seminario\\_Reflexoes\\_e\\_acoes/FCRB\\_Dilemas\\_en\\_la\\_formacion\\_de\\_los\\_gestores\\_culturales.pdf](http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/IV_Seminario_Reflexoes_e_acoes/FCRB_Dilemas_en_la_formacion_de_los_gestores_culturales.pdf).

Baudrier, S. (2013). L'impact du capital humain et du

capital social des pme sur les collaborations internationales. *Université Du Québec. Exigence Partielle De La Maîtrise En Administration Des Affaires*. Retrieved from: <http://depot-e.uqtr.ca/7516/1/030826345.pdf>

Bouquillion, P., & Le Corf, J. (2010). *Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens*.

Bouquillion, P., & Le Corf, J. (2010). *Rapport pour le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication*. Retrieved from [http://www.observatoire-omic.org/pdf/1110743245Bouquillion\\_Ley-Corf\\_Icrea\\_Europe\\_rapport\\_OMIC\\_1.pdf](http://www.observatoire-omic.org/pdf/1110743245Bouquillion_Ley-Corf_Icrea_Europe_rapport_OMIC_1.pdf).

Bourdieu, P. (1996). *Razões práticas -Sobre a Teoria da Ação*. Campinas, SP: Papirus.

Chantelot, S. (2009). La thèse de la « classe créative »: entre limites et développements. *Géographie, Économie, Société*, 11(4), 315-334. doi: 10.3166/ges.11.315-334

Cunningham, S. (2002). From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications. *Media International Australia Incorporating Culture And Policy*, 102(1), 54-65. doi: 10.1177/1329878x0210200107

Deluiz, N. (1996). A globalização econômica e os desafios à formação profissional. *Boletim Técnico Do SENAC*, 22(2), 15-21. Retrieved from <http://www.bts.senac.br/index.php/bts/article/view/500>

Department for Culture, Media and Sport (DCMS) (1998) Creative Industries Mapping Document, 1998. disponível em <http://www.creativitycultureeducation.org/creative-industries-mapping-document-1998>. Acesso em out. 2019.

Frigotto, G. (2005). Delírios da razão: crise do capital e metamorfose conceitual no campo educacional. In P. Gentili, *A Pedagogia da Exclusão* (12th ed.). Petrópolis.

George, Gerard and Zahra, Shaker A. Culture and its Consequences for Entrepreneurship. (2002). *Entrepreneurship Theory and Practice*. 26, (4), 5-9. Research Collection Lee Kong Chian School Of Business. Available at: [https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb\\_research/4641](https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/4641)

Howkins, J. (2013). *Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo: M. Books do Brasil Editora LTDA.

Inovapoa. (2016). *Mapa das oportunidades e tendências da economia criativa para a cidade de Porto Alegre*. Porto Alegre: Instituto Soleil de Pesquisa.

Khodja, M. (2013). *Le capital humain canadien: quel effet sur la croissance économique?* [Ebook]. Montréal. Retrieved

from <https://archipel.uqam.ca/5908/1/M13089.pdf>

Konder, L. (1992). *O futuro da filosofia da práxis*. São Paulo: Paz e Terra.

Marconi, M., & Lakatos, E. (1992). *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas.

A. Meyer M. Nascimento, P., Arthur Gusso, D., & Nogueira Maciente, A. (2012). Breves notas sobre escassez de mão de obra, educação e produtividade do trabalho. *RADAR*, 23, 1-15. Retrieved from <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/4113>

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1997). *Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. Rio de Janeiro (RJ): Campus.

Cardwell Roodhouse, S. (2009). *The cultural industries: creative definitions, quantification and practice* (Doutorado). Middlesex University. Disponível em: <http://eprints.mdx.ac.uk/6233/>. 2009. Acesso em: 12.11.2011.

Towse, R. (2011). *A handbook of cultural economics* (2nd ed., pp. 125-131). Cheltenham: Edward Elgar.

Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013). *Informe Sobre La Economía Creativa. Ampliar Los Cauces De Desarrollo Local*. Paris: Naciones Unidas/PNUD/ UNESCO. Retrieved from <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2004). *Creative Industries and Development*. Genebra: Nações Unidas. Retrieved from [http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf)