



Evento	Salão UFRGS 2015: SIC - XXVII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2015
Local	Porto Alegre - RS
Título	Economia criativa: redes de colaboração e recursos relevantes em Porto Alegre
Autor	LIS LUCAS
Orientador	SANDRO RUDUIT GARCIA

A economia criativa consiste nas transações mercantis de produtos (bens ou serviços) cuja base de valor econômico e financeiro se acha na sua originalidade ou autenticidade. Um aspecto sociologicamente significativo nas atividades de criação é a interação dos agentes com os diversos insumos, materiais e conhecimentos, transformados em recursos no processo de geração de produtos com valor econômico. A disponibilidade territorial de recursos mobilizados no processo criativo (equipamentos, tecnologias, consultorias, formação e educação, financiamento, informação, recursos humanos qualificados) e as redes de colaboração acionadas são elementos pouco conhecidos nesse tipo de empreendimento.

O problema central deste estudo consiste em saber: *como pequenos empreendimentos criativos acessam recursos relevantes ao processo de criação de seus produtos (bens e serviços)?* Porto Alegre tem sido destacada como polo de criatividade por deter importantes universidades, hospedar incubadoras e parques criativos e tecnológicos, além de ser referência não apenas em tecnologias da informação e comunicação (TIC) no país, mas também polo cultural do MERCOSUL.

A proposta é, pois, analisar aspectos do processo de criação de bens e serviços em pequenos empreendimentos criativos na cidade de Porto Alegre, destacando os tipos de recursos envolvidos e as redes formais e informais acionadas nesse processo. A análise de ações socioeconômicas, baseando-se no uso dos recursos e nas ligações por parte dos agentes criativos, pode indicar o modo como a economia criativa funciona (COMUNICAN, 2012). Este trabalho considera o território para a capacidade de criação de inovação, visto que a proximidade espacial, como a vizinhança, permite o acesso a recursos e possibilita a transferência de conhecimentos (RAMELLA, 2013), assim como a captação de recursos materiais e imateriais de longa distância pode facilitar o processo criativo.

O estudo apoiou-se em metodologia qualitativa, mediante entrevistas semiestruturadas com gestores de 15 pequenos empreendimentos ou empresas (*design, moda, audiovisual, patrimônio cultural e natural, publicações e mídias impressas, entre outras expressões do campo cultural*) pertencentes às áreas classificadas no Plano Nacional da Secretaria de Economia Criativa (MinC), e também inseridas nos setores propostos pela UNCTAD (2010): criações funcionais, mídias, artes e patrimônio cultural. A pesquisa de campo foi complementada com dados secundários (boletins informativos e *internet*). O trabalho explorou aspectos de uma investigação mais abrangente sobre economia criativa e desenvolvimento em Porto Alegre, e se encontra em fase de conclusão do relatório científico.

Em suma, os entrevistados apresentam interações de rede social (familiares, profissionais e amigos), estabelecem uma relação com o bairro além de atribuírem o seu crescimento à ampliação das redes informais. As redes formais apareceram a partir das relações com universidades, o acesso ao poder público e/ou instituições culturais e na facilitação na aquisição de recursos materiais. A necessidade de novas políticas públicas foi levantada pelas empresas inseridas nos setores das artes, das mídias e das criações funcionais. O sucesso dos empreendimentos mostrou-se relacionado ao discernimento de potenciais escolhas nas relações territoriais. Portanto, a criação de inventos ou de inovações ocorreria devido ao acesso a recursos dentro de redes formais e informais, devido aos esforços individuais dos agentes com competências e habilidades técnicas, inseridos em um sistema social e territorial.