



Especialização em
**GESTÃO
PÚBLICA
MUNICIPAL**

Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE
Unidade Acadêmica de Educação a Distância e Tecnologia

AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA PREFEITURA MUNICIPAL DE CARUARU PARA A ECONOMIA CRIATIVA

Alana Maria Ribeiro Silva

Pesqueira
2024

Alana Maria Ribeiro Silva

AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA PREFEITURA MUNICIPAL DE CARUARU PARA A ECONOMIA CRIATIVA

Artigo apresentado junto à Unidade de Educação a Distância e Tecnologia – EADTec/UFRPE como requisito parcial para conclusão da Especialização em Gestão Pública Municipal.

Orientador(a): Profº Luiz Claudio Ribeiro Machado

Pesqueira
2024

FOLHA DE APROVAÇÃO

Alana Maria Ribeiro Silva

AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA PREFEITURA MUNICIPAL DE CARUARU PARA A ECONOMIA CRIATIVA

Artigo apresentado junto à Unidade de Educação a Distância e Tecnologia – EADTec/UFRPE como requisito parcial para conclusão da Especialização em Gestão Pública Municipal.

Aprovada em 17 de agosto de 2024.

Banca Examinadora:

Luiz Claudio Ribeiro Machado (UFRPE)
Presidente e Orientador(a)

João Paulo Oliveira da Silva (UFPE)
Examinador(a)

Allyne de Almeida Ferreira (UFPB)
Examinador(a)

AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA PREFEITURA MUNICIPAL DE CARUARU PARA A ECONOMIA CRIATIVA

Alana Maria Ribeiro Silva
alanamariaribeirosilva6@gmail.com
Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de
Educação à Distância, Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal

Luiz Claudio Ribeiro Machado
luiz.crmachado@ufrpe.br
Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de
Educação à Distância, Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal

RESUMO

O presente artigo discute sobre as ações empreendidas pela Prefeitura Municipal de Caruaru para impulsionar a economia criativa e movimentar os segmentos culturais da cidade. O município apresenta vocação em termos artísticos e culturais uma vez que apresenta elementos importantes em termos de representatividade e diversidade cultural que podem ser melhor explorados pela gestão. Além disso, o município também possui o perfil empreendedor em razão da força do comércio presente na Feira de Caruaru. Partindo disso, levanta-se a seguinte problemática: As estratégias e investimentos da prefeitura estão trazendo resultados tangíveis para economia criativa e para o setor cultural da cidade de Caruaru? Com base na revisão de algumas pesquisas que analisaram as nuances da economia criativa de Caruaru e da pesquisa realizada por meio de formulários foi possível obter dados sobre as impressões e avaliações dos profissionais inseridos no ramo criativo. De acordo com o levantamento constatou-se que em geral tais artistas e profissionais reconhecem de forma positiva as ações feitas pela Prefeitura, mas avaliam a necessidade de haver maior interesse público voltado para o setor cultural.

Palavras-chave: Gestão pública. Setores criativos. Setores culturais.

1. INTRODUÇÃO

O município de Caruaru, localizado no estado de Pernambuco, na região Agreste Central, se destaca pelo fato de ser historicamente marcado pelo movimento comercial das feiras, pela produção de artesanatos e realização da grandiosa festa de São João. Diante desse histórico de referências culturais e empreendedoras em torno da feira, dos artesanatos e polo têxtil e de atualmente obter novos espaços como o Armazém da Criatividade, uma extensão do Porto Digital na cidade que trabalha para gerar inovação, bem como os espaços colaborativos; é possível inferir que a cidade de Caruaru apresenta significativo potencial voltado para o setor da economia criativa.

É partindo desse pressuposto que o presente artigo visa analisar alguns aspectos ligados à Gestão Pública Municipal no que tange o investimento em torno de ações desenvolvidas para o setor criativo do município de Caruaru.

Ao longo dos anos, o setor cultural e a economia criativa têm emergido como agentes cruciais para o desenvolvimento socioeconômico de cidades e regiões. De acordo com a literatura especializada acerca dessa temática, que será analisada adiante, esses setores não apenas enriquecem a identidade e o patrimônio de uma localidade; como também têm o potencial de gerar emprego, atrair turismo e impulsionar a economia local.

Em face disso, é possível perceber que muitos municípios possuem potencial elevado para desenvolver economia criativa, como por exemplo, Caruaru, uma cidade de porte médio que tem alcançado desenvolvimento em diversos segmentos.

Dito isso, tem-se então que o impulso do setor cultural e da economia criativa é uma estratégia adotada por muitas cidades para promover o desenvolvimento por meio do investimento no potencial cultural e criativo. E, em Caruaru, esse cenário demonstra não ser diferente no que diz respeito a intenção de impulsionar esse setor que desencadeia geração de trabalho e renda. Assim, considerando esse contexto e buscando analisar as ações da atual gestão pública municipal (2022 a 2024), tem-se a seguinte questão: As estratégias e investimentos da prefeitura estão trazendo resultados tangíveis para economia criativa e para o setor cultural da cidade de Caruaru?

Dessa forma, tem-se como justificativa o fato de que a realização de um estudo voltado para compreender a atuação da atual gestão da Prefeitura Municipal de Caruaru - não apenas discute o cenário político econômico e cultural da cidade como fornece *insights* sobre o panorama de atuação e, também pode dar nortes para políticas públicas futuras que contemplem de forma cada vez mais satisfatórias os profissionais e consumidores que se enquadram no setor criativo/ cultural.

Com base nesse contexto, o presente ensaio tem como objetivo geral analisar as ações tomadas pela Prefeitura Municipal de Caruaru no âmbito do incentivo à economia criativa e as implicações dessas ações para o setor cultural, ou seja, se os profissionais/artistas se sentem ou não contemplados/atendidos por essas ações.

Os objetivos específicos visam; Identificar as principais ações da Prefeitura Municipal de Caruaru voltadas para a economia criativa e setor cultural; Analisar as ações da Prefeitura no sentido do crescimento econômico relacionado à economia criativa e setor cultural; Discutir sobre as impressões dos artistas e empreendedores acerca das ações desenvolvidas pela atual gestão; Pesquisar sobre os investimentos direcionados para o setor cultural e o alcance das ações para os profissionais que trabalham nesse setor.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Conceitos de Economia Criativa

Para se debruçar sobre o setor criativo é necessário compreender alguns conceitos e referenciais importantes ligados a essa temática. Sendo assim, economia criativa é um conceito contemporâneo que reconhece a produção cultural e criativa como fatores primordiais na geração de riqueza econômica. Este segmento abarca atividades que se originam na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm potencial para criar riqueza e empregos por meio da produção e exploração da propriedade intelectual.

Entre os setores mais comuns da economia criativa estão: propaganda/publicidade, filme, internet, museus e bibliotecas, mercado de artes e antiguidades, artesanato e ofícios manuais, artes cênicas, *design*/desenho, cinema e vídeo, televisão e rádio, música, literatura, publicação/editoração, gravação de som, artes visuais, moda, arquitetura, indústrias culturais periféricas, indústrias parciais e independentes de direitos autorais, artes criativas, indústrias culturais limítrofes, centrais e ampliadas, eletrônica de consumo, instrumentos musicais, fotocopiadoras, equipamento fotográfico, esportes, serviços de herança/patrimônio/sucessão, sociedades de gestão coletiva, vestuário, calçados, utensílios domésticos, brinquedos,

software/programa de computador, e jogos de vídeo e computador para entretenimento etc. (UNCTAD, 2008; Machado, 2012).

A economia criativa se diferencia das demais formas de economia por ter como matéria-prima principal o capital intelectual e cultural, ou seja, as ideias, as habilidades e as expressões simbólicas dos indivíduos e dos grupos sociais (Reis, 2008). Desta forma, a economia criativa é a essência da economia do conhecimento, onde consumidores e criadores se confundem, assim como as empresas são, ao mesmo tempo, provedoras e consumidoras de serviços e bens sofisticados. Os consumidores mais requintados obrigam as empresas a se refinarem para atender as novas demandas. Isso cria um ambiente propício a geração de emprego e renda (UNCTAD, 2008; Machado, 2012).

Além disso, também cumpre destacar que há exemplos de cidades criativas que surgiram globalmente, cada uma destacando-se por diferentes fatores, refletindo a amplitude e a diversidade do conceito de economia criativa. Essas cidades servem como modelos de como a criatividade pode ser um motor de desenvolvimento urbano sustentável e inclusivo. O setor cultural e a economia criativa são pilares que transcendem o valor monetário, influenciando a identidade, o sentido de pertencimento e a coesão social de uma cidade (Reis, 2008).

Dito isso, Machado (2012) aponta as nuances que envolvem esse setor e avalia que os desafios precisam ser superados na economia criativa para que haja reconhecimento e valorização. O primeiro passo na criação de políticas eficazes é o mapeamento detalhado do setor criativo, elevando a consciência sobre sua relevância econômica. É crucial investir esforços e recursos para transformar esse setor em um motor de desenvolvimento, transcendendo a visão de que é meramente marginal ou secundário na macroeconomia, ou que serve apenas como política de inclusão social ou cultural.

O desafio transcende o incentivo às indústrias criativas; é necessário motivar os segmentos a adotarem a criatividade. Isso implica em criar ambientes propícios para que pequenas e médias empresas explorem sua capacidade criativa. Uma estratégia seria estabelecer centros multidisciplinares para difusão e promoção de pesquisa, desenvolvimento e design, integrando áreas como administração, economia, arquitetura, engenharia, tecnologia e artes.

Além disso, o autor aponta que a identificação de setores com potencial de alto impacto na geração de emprego e renda é vital, assim como desenvolver políticas de financiamento específicas. As políticas fiscais e tributárias devem ser ajustadas às necessidades dos setores criativos, que frequentemente divergem dos setores tradicionais. Isso pode requerer uma revisão nas leis de incentivo à cultura, dando maior ênfase à economia criativa. Para financiar projetos da economia criativa, especialmente para empreendedores individuais sem o patrimônio exigido por bancos tradicionais, é válido explorar métodos inovadores de crédito.

As políticas públicas devem favorecer a economia criativa na renovação urbana, incentivando setores que promovam redes de contato, circulação de informação e formação de negócios. Transformar eventos pontuais em atrações duradouras é um desafio que pode ser enfrentado com incentivos para a construção e manutenção de espaços culturais, gerando empregos e qualificando a mão de obra. Por fim, diante do potencial da tecnologia, gestores municipais devem direcionar investimentos públicos para áreas promissoras como *softwares* e games, fomentando assim o segmento da economia criativa e da inovação.

2.2. Levantamento histórico e panorama da economia criativa no Brasil e em Pernambuco

Para entender a importância da criatividade, inovação e economia criativa no Brasil, é fundamental revisar nossa trajetória histórico-econômica. A década de 1980 foi um divisor de águas, conhecida na América Latina como a "década perdida" devido o desempenho econômico negativo (Machado, 2012).

O Brasil teve que enfrentar simultaneamente diversos desafios: a transição do regime autoritário para a democracia, a abertura econômica após décadas de protecionismo, e a estabilização de uma economia cronicamente instável. O país teve que conseguir lidar com esses desafios, especialmente após o processo de redemocratização nos anos 1980, a abertura econômica no início dos anos 1990 e a estabilização com o Plano Real em 1994. Com a estabilização econômica, a concorrência foi se tornando cada vez mais elevada e os negócios passaram a depender cada vez mais da capacidade de competir em qualidade e preço, e não de favores oficiais ou reservas de mercado. Foi nesse contexto que a importância da criatividade e inovação como ferramentas de vantagem competitiva se tornou clara (Machado, 2012).

No Brasil, a economia criativa começou a ganhar destaque nas últimas décadas. A consciência sobre a importância da criatividade e inovação no desenvolvimento econômico do país cresceu especialmente nos anos 2000. Em 2012, foi criada a Secretaria da Economia Criativa dentro do então Ministério da Cultura, sinalizando o reconhecimento oficial e a intenção de investir e desenvolver esse segmento. Essa secretaria tem como objetivo formular, implementar e monitorar políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, tendo como apoio profissionais brasileiros (Medeiros, 2016).

Em um estudo realizado pela FIRJAN (2012), sobre a cadeia produtiva da indústria criativa nacional, estimou-se que o núcleo criativo gerou em 2011 um Produto Interno Bruto (PIB) equivalente a R\$110 bilhões, representando 2,7% de toda a produção brasileira. Isso posicionou o Brasil entre os cinco maiores produtores de criatividade no mundo. Em Pernambuco, existem 4,5 mil empresas nos setores criativos, contribuindo com um PIB estimado em R\$2,2 bilhões, o que representa 2,1% da produção total do estado.

De acordo com a FIRJAN (2011), os setores criativos crescem acima da média da economia brasileira. Enquanto o PIB nacional teve um crescimento inferior a 1% em 2012 e o PIB per capita permaneceu praticamente estável em termos reais em relação ao ano anterior, com uma variação positiva de apenas 0,1%, o número de trabalhadores nos setores criativos aumentou em média 8,5% ao ano entre 2006 e 2010. Além disso, a renda dos trabalhadores criativos teve um crescimento real de 13%, enquanto a renda média dos trabalhadores brasileiros cresceu 11% no mesmo período.

O PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, superando o crescimento de 36,4% do PIB brasileiro na última década. Para contextualizar esse crescimento, o montante gerado é equivalente ao PIB do Estado de Pernambuco. Assim, o mercado de trabalho criativo não apenas expandiu em números absolutos, mas também em termos relativos: a participação da classe criativa no total de trabalhadores formais brasileiros aumentou para 1,8% em 2013, em comparação com 1,5% em 2004 (FIRJAN, 2014).

Com base nesses dados que remetem às décadas iniciais dos anos 2000 é possível perceber como o setor da economia criativa no Brasil foi tomando proporções

crescentes. A partir de dados mais atualizados, é possível notar que essa tendência crescente tem se mantido.

De acordo com o Mapeamento da Indústria Criativa de 2022 publicado pela FIRJAN (2022), que abrange o período de 2017 (ano de referência da última publicação) a 2020, um período marcado por inúmeras incertezas – na política, na economia e nas relações sociais – e por choques exógenos significativos, especialmente a eclosão da pandemia da Covid-19. Essa conjuntura singular teve impactos profundos e variados nos diferentes setores da economia, destacando a importância da agilidade na tomada de decisões e da capacidade de resposta das empresas – resiliência e reinvenção, ou seja, criatividade.

No estudo da FIRJAN (2022), mantém-se a divisão dos treze segmentos criativos de acordo com suas afinidades setoriais, identificando quatro grandes áreas criativas: 1. Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade), 2. Mídias (Editorial e Audiovisual), 3. Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e 4. Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC).

O Mapeamento aborda a Indústria Criativa sob diferentes perspectivas e recortes de dados, dos quais duas óticas principais são discutidas: Ótica da Produção e Ótica do Mercado de Trabalho. Pela ótica da produção, avalia-se a riqueza total gerada pelos estabelecimentos criativos, que empregam tanto profissionais criativos quanto outros funcionários necessários para suas operações. Pela ótica do mercado de trabalho, analisa-se todo o universo de profissionais criativos e sua remuneração, independentemente de atuarem diretamente na Indústria Criativa, na indústria clássica ou em outro ramo de atividade econômica.

Sob a ótica da produção, a taxa de participação da Indústria Criativa na economia brasileira apresenta tendência de crescimento desde meados da década de 2000. Entre 2017 e 2020, a participação do PIB Criativo no PIB do país cresceu de 2,61% para 2,91%. Em 2020, o PIB Criativo totalizou R\$ 217,4 bilhões, valor comparável à produção total do setor de construção civil e superior à produção total do setor extrativista mineral (FIRJAN, 2022).

Em relação ao mercado de trabalho, a economia brasileira contava com mais de 935 mil profissionais criativos formalmente empregados em 2020, representando um aumento de 11,7% em relação a 2017. Esse crescimento é ainda mais relevante considerando que, no mesmo período, o mercado de trabalho brasileiro registrou uma contração de -0,1%. Isso evidencia a solidez do mercado criativo mesmo diante das oscilações político-econômicas e sociais dos últimos anos (FIRJAN, 2022).

Apesar dos movimentos positivos, é importante ressaltar a complexidade e heterogeneidade do setor criativo. Composto por atividades de naturezas tão diferentes, também registrou variações distintas nas áreas que o compõem. Consumo e Tecnologia cresceram significativamente no período, com taxas de expansão de 20,0% e 12,8% entre 2017 e 2020, respectivamente. Essas duas áreas, representando aproximadamente 85% dos empregos formais da Indústria Criativa, foram responsáveis pelo saldo positivo da indústria como um todo. Por outro lado, as áreas de Cultura e Mídia, que representam os 15% restantes, foram muito impactadas pela conjuntura do período, registrando contrações de -7,2% e -10,7%, respectivamente (FIRJAN, 2022).

Em termos de remuneração, o rendimento médio do trabalhador criativo tem caído nos últimos anos – entre 2017 e 2020, essa queda foi de 10,0%, movimento também registrado no mercado de trabalho brasileiro como um todo. Ainda assim, os profissionais

criativos registraram média salarial de R\$ 6.926,00 em 2020, valor cerca de 2,4 vezes maior que a média salarial da economia brasileira. O segmento de P&D oferece os maiores salários, com uma média de R\$ 12.221,00 (FIRJAN, 2022).

São Paulo e Rio de Janeiro continuaram sendo os estados mais representativos no mercado de trabalho criativo em 2020. Em São Paulo, cerca de 380,4 mil vínculos estavam na Indústria Criativa, enquanto no Rio de Janeiro esse número era de 95,7 mil, respondendo por 50,9% dos empregos criativos de todo o país. Minas Gerais vem em seguida, com 82 mil profissionais criativos formalmente empregados. O estado de Pernambuco emprega 21,7 mil profissionais criativos (FIRJAN, 2022).

Por fim, tem-se que a remuneração mensal média dos profissionais criativos em Pernambuco por segmento é; Arquitetura (R\$ 7.367), Artes Cênicas (R\$ 1.655), Audiovisual (R\$ 2.241), Biotecnologia (R\$ 3.597), Desing (R\$ 2.657), Editorial (R\$ 4.753), Expressões Culturais (R\$ 2.005), Moda (R\$ 1.489), Música (R\$ 3.086), Patrimônio e Artes (R\$ 3.665), Pesquisa & Desenvolvimento (R\$ 12.116), Publicidade & Marketing (R\$ 3.650) e TICs (R\$ 5.782) (FIRJAN, 2022).

Por meio da explanação desses dados econômicos é possível ter noções sobre a importância e dimensão desse setor para a economia do país e é possível perceber que ainda há muito o que desenvolver a partir de investimentos centrados.

2.3. Setores criativos na cidade de Caruaru

Conforme visto, a cidade de Caruaru se destaca em aspectos ligados à economia criativa por apresentar muitos elementos que reforçam a identidade cultural da região Nordeste como as feiras, os artesanatos e o forró. Desta forma, os setores criativos são múltiplos e englobam elementos da cultura popular. O Alto do Moura, bairro da cidade, é um verdadeiro polo de artistas e artesãos que produzem peças utilizando o barro e outros materiais. A cidade também é conhecida por seu artesanato em barro, particularmente pelas famosas esculturas do "Mestre Vitalino" e dos seus descendentes nos quais muitos destes são moradores do referido bairro e dão continuidade à arte do barro mantendo viva a tradição.

A Feira de Caruaru, uma das maiores feiras livres do Brasil, também é um espaço onde a cultura popular se manifesta por meio de música, culinária e artesanato. Em razão disso, é reconhecida como patrimônio cultural imaterial do Brasil. De acordo com o estudo realizado por Silva (2020) que pesquisou a parte que corresponde a Feira de Artesanato, na perspectiva da lógica das lojas colaborativas, a feira consta com aproximadamente 350 lojas com segmentos variados. Segundo a análise que buscava traçar o perfil dos feirantes constatou-se que, em geral, estes eram os proprietários dos espaços e também tinham que cumprir com o pagamento da taxa de ocupação para o órgão público administrativo.

Um aspecto interessante apreendido pela pesquisadora revela que parte significativa dos estabelecimentos são de linhagem familiar, ou seja, já vem das próprias famílias que tentam manter o negócio nesse espaço da feira. Além disso, muitos deles ocupam o espaço há mais de dez anos e a maioria deles possuem noções básicas quanto ao uso de tecnologias voltadas para o uso comercial, porém sem ampla utilização das redes sociais para fins comerciais. Isso demonstra, portanto, que à época da pesquisa (realizada durante o período pandêmico) o formato de comércio tradicional preponderava

na Feira de Artesanato. Sob outra perspectiva, ao buscar entender se havia elementos acerca do caráter colaborativo na referida feira, a pesquisadora pontua que:

Como diferencial colaborativo, grande parte dos feirantes já se ajudam compartilhando suas mercadorias, gerando um comportamento positivo na prática, e possível aplicação de uma nova economia para o local, a economia colaborativa, para atuar com a integração dos micros e pequenos empreendedores ali existentes, impulsionando a oferta e demanda, a imagem da empresa, tornando a localidade mais e a qualidade dos produtos ali confeccionados, mais populares (Silva, 2020, p. 41)

Cabe apontar ainda outra pesquisa que consegue apresentar as nuances que envolvem o setor criativo do município. A pesquisadora se debruçou de forma delimitada sobre outros aspectos concernentes aos espaços da Feira de Caruaru. O estudo realizado por Silva (2016) analisou o perfil do trabalho feminino na feira da Sulanca (que corresponde a um dos setores que integram a Feira de Caruaru).

É importante trazer as discussões dessa análise visto que muitos profissionais da área da moda acabam direcionando suas produções para a feira e uma parcela desses profissionais são mulheres. Muitas se enveredam para o empreendedorismo - como uma saída para conseguir ter renda. Cabe lembrar que o empreendedorismo nem sempre apresenta facetas positivas tal como muitas vezes essa ideia é disseminada dentro de um discurso de sucesso. Isso porque os desafios para manter negócios rentáveis em meio a concorrência e competitividade não é uma missão fácil. Nesse estudo, a pesquisadora explora os elementos socioeconômicos e culturais, e foca nos direitos humanos a partir da discussão sobre as relações de trabalho precarizadas as quais as mulheres são submetidas no ambiente da feira. Relações estas que são marcadas pela informalidade muitas vezes pressionada em razão da exclusão do mercado de trabalho formal.

É nesse cenário de flexibilizações e inseguranças em torno do trabalho que alguns trabalhadores do setor criativo por vezes se encontram. De acordo com a pesquisadora, o trabalho feminino na feira da Sulanca de Caruaru garante a subsistência de muitas famílias e a chefia familiar das mulheres junto a independência econômica, mas por outro lado esse mesmo trabalho viola muitos direitos uma vez que não há políticas de proteção da parte do poder público. Por fim, ainda que algumas feirantes tenham conseguido se sobressair economicamente tornando-se empresárias (pequenas, médias e grandes), em geral, a maioria das mulheres não saiu da linha limítrofe da subsistência.

2.4. Ações da Prefeitura voltadas para incentivar a economia criativa e os impactos gerados

A Prefeitura Municipal de Caruaru, demonstra está empenhada com a busca pelo desenvolvimento econômico da cidade e tem implementado diversas ações nesse sentido que incluem também o setor cultural. Desta forma, dentro do próprio perfil político da gestão (que é comprometida com os anseios empresariais), esse desenvolvimento é buscado por meio de parcerias bem firmadas com o setor privado.

Essas iniciativas visam fortalecer os setores empresariais e assim o setor cultural da gestão demonstra está alinhado aos interesses desse setor. Um exemplo disso é a própria festa do São João realizada no ano de 2024, a maior festa da cidade e do Estado

(no quesito festa junina), nitidamente ganhou feições empresariais à medida que grande parte do espaço da estação ferroviária foi destinada às grandes empresas do setor privado tais como; grupo Boticário, Açaí, Nestlé, Vitarella, Aposto Ganha, Electroluz, Garoto, Azul.

Sendo assim, os artistas que se apresentaram ou que expunham suas mercadorias tiveram que de certa forma competir pelo espaço físico com as grandes empresas que faziam suas propagandas dispondo de espaços adequados. Enquanto isso, o espaço dos artistas, artesãos e ambulantes não possuíam a estrutura apropriada para suportar a chuva que ocorre na cidade (durante o mês de junho) e nem para resguardar as suas mercadorias com as devidas seguranças.

A prefeitura deposita a maior parte dos seus esforços e investimentos (que vão além do fator financeiro) para a festa de São João. É tanto que ao longo do ano não há grandes eventos ou festivais culturais realizados pela prefeitura. Apesar das ações desenvolvidas para o São João, percebe-se a falta de ações mais pujantes para movimentar a cidade e impulsionar o setor cultural como um todo, de forma mais diversa e democrática. No decorrer do ano a gestão não consegue nem mesmo fazer o bairro do Alto do Moura ter o movimento cultural aquecido, sendo essa uma queixa bastante replicada pelos moradores do bairro que sentem a carência de público visitante para além do São João.

Tem-se como aspectos positivos, o fato de o início da festa ter sido antecipada, ou seja, começado a partir do mês de abril com a proposta do São João da Roça. Isso acabou sendo edificante à medida que conseguiu descentralizar a festa e alcançar as zonas rurais que em geral são desprovidas de eventos culturais. Além disso, a prefeitura tem realizado ações assertivas ao ampliar a realização da coleta seletiva durante a festa do São João de modo que tanto tem contribuído para o meio ambiente como tem gerado oportunidades de renda para os profissionais ligados a essa área.

Dadas essas considerações - que remetem a impressões e a um olhar atento acerca da forma como São João, em certo sentido passa por desconfigurações à medida que reforça os padrões empresariais, coloca-se então em tela as ações mais abrangentes que movimentam a economia criativa de forma direta ou indireta. Assim, tem-se alguns elementos que são descritos e explicitados no sítio eletrônico da Prefeitura; o Programa Emprego, Renda e Avanço (ERA); a Lei de Incentivo à Tecnologia e Economia Criativa (LITEC); o Programa Profissionaliza+; Infraestrutura e Espaços Criativos; Eventos Culturais e Festivais; Inclusão e Participação da Comunidade.

De acordo com as informações expostas, o Programa ERA tem o objetivo de impactar positivamente a geração de empregos e melhorar as oportunidades de acesso à renda para toda a população. O programa visa estimular a economia local e elevar sua capacidade produtiva. Isso inclui a criação e ampliação de programas que atendam às demandas do mercado, beneficiando tanto os empreendedores quanto os trabalhadores.

A cidade de Caruaru conta com a LITEC, uma legislação que oferece incentivos fiscais para empresas que desenvolvem ou pretendem desenvolver atividades relacionadas à economia criativa e tecnologia no município. Essa lei estimula a criação, produção e comercialização de bens e serviços culturais, fortalecendo a identidade cultural local e atraindo investimentos.

O Programa Profissionaliza+ promove a formação e capacitação da sociedade, por meio da oferta de cursos e *workshops* para artistas e empreendedores criativos.

Além dessas ações, tem-se ainda a percepção de que a prefeitura tem investido nas reformas de espaços criativos e culturais, como Estação Criativa, o espaço Cultural Tancredo Neves, e o Museu do Barro, no entanto tais obras ainda estão sendo concretizadas e outras demoraram para ser entregues. Isso resultou então na insatisfação de muitos artistas, artesãos e gestores da cultura que ficaram com poucas opções de espaços. Esses locais proporcionam um ambiente propício para artistas e empreendedores criativos realizarem os seus trabalhos e sem os espaços adequados e com movimento de consumidores ocorre a desmotivação. Os eventos culturais atraem visitantes e movimentam a economia local e por isso precisam ser mais frequentes e diversificados de modo que consiga contemplar vários eixos culturais, ou seja, para além dos espaços para venda de alimentos e artesanatos.

A participação ativa da comunidade é fundamental para o sucesso das ações da prefeitura. Ela envolve artistas, produtores culturais, empreendedores e cidadãos interessados em contribuir para o desenvolvimento criativo da cidade. Essas ações da Prefeitura de Caruaru podem gerar impactos significativos na economia criativa local. Elas fortalecem a identidade cultural, criam oportunidades de trabalho e impulsionam o desenvolvimento econômico da cidade.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo foi realizado por meio de pesquisa bibliográfica sobre economia criativa e sobre pesquisas que envolvem o contexto e o cenário dessa economia no município de Caruaru. Para analisar de forma mais centrada as ações da Prefeitura foi necessário desenvolver questões referentes às iniciativas perceptíveis pela população que atua no setor criativo. Sendo assim, a coleta dos dados foi realizada durante o mês de junho de 2024, por meio de um questionário semiestruturado contendo 10 perguntas com respostas objetivas, classificadas nos seguintes eixos temáticos:

1. Identificação dos setores específicos da economia criativa;
2. Iniciativas Implementadas pela Prefeitura de Caruaru;
3. Impacto das Iniciativas no Setor Cultural;
4. Contribuição das Ações da Prefeitura para a Geração de Empregos;
5. Avaliação do Crescimento Econômico de Caruaru em Relação à Economia Criativa e ao Setor Cultural;
6. Desafios na Implementação de Políticas de Economia Criativa;
7. Impacto da Falta de Investimentos em Economia Criativa no Setor Cultural;
8. Atuação da Atual Gestão na Alavancagem da Economia Criativa;
9. Suficiência dos Investimentos da Prefeitura para o Desenvolvimento Cultural Local;
10. Prioridades Futuras da Prefeitura para Economia Criativa e Setor Cultural.

Os questionamentos foram:

1. Em qual ramo da economia criativa você trabalha?
2. Quais iniciativas de economia criativa você conhece que foram implementadas pela prefeitura de Caruaru?
3. Na sua opinião, qual o impacto dessas iniciativas no setor cultural de Caruaru?
 4. Você acredita que as ações da Prefeitura têm contribuído para a geração de empregos no setor de economia criativa?
 5. Como você avalia o crescimento econômico de Caruaru em relação à economia criativa e ao setor cultural?
 6. Quais desafios você percebe que a prefeitura ao implementar políticas de economia criativa?
 7. Como a falta de investimentos em economia criativa pode afetar o setor cultural de Caruaru?
 8. Você considera que a atual gestão investe ou atua de forma satisfatória para alavancar economia criativa no seu ramo de atividade?
 9. Você acha que os investimentos da Prefeitura em economia criativa são suficientes para desenvolver o setor cultural local?
 10. Qual deveria ser a prioridade da Prefeitura de Caruaru para o futuro da economia criativa e do setor cultural?

O questionário foi disponibilizado por meio digital pelo aplicativo Google Forms® para diversos grupos aleatórios bem como para grupos específicos ou mesmo para contatos de pessoas envolvidas com os setores da economia criativa, seja de maneira formal ou informal. A estratégia de divulgar o relatório nos grupos de Whatzapp não resultou em quantidades suficientes de respostas. Desta forma foi preciso ir diretamente aos artistas, agentes e produtores culturais e empreendedores do setor para fazer as mesmas perguntas do formulário.

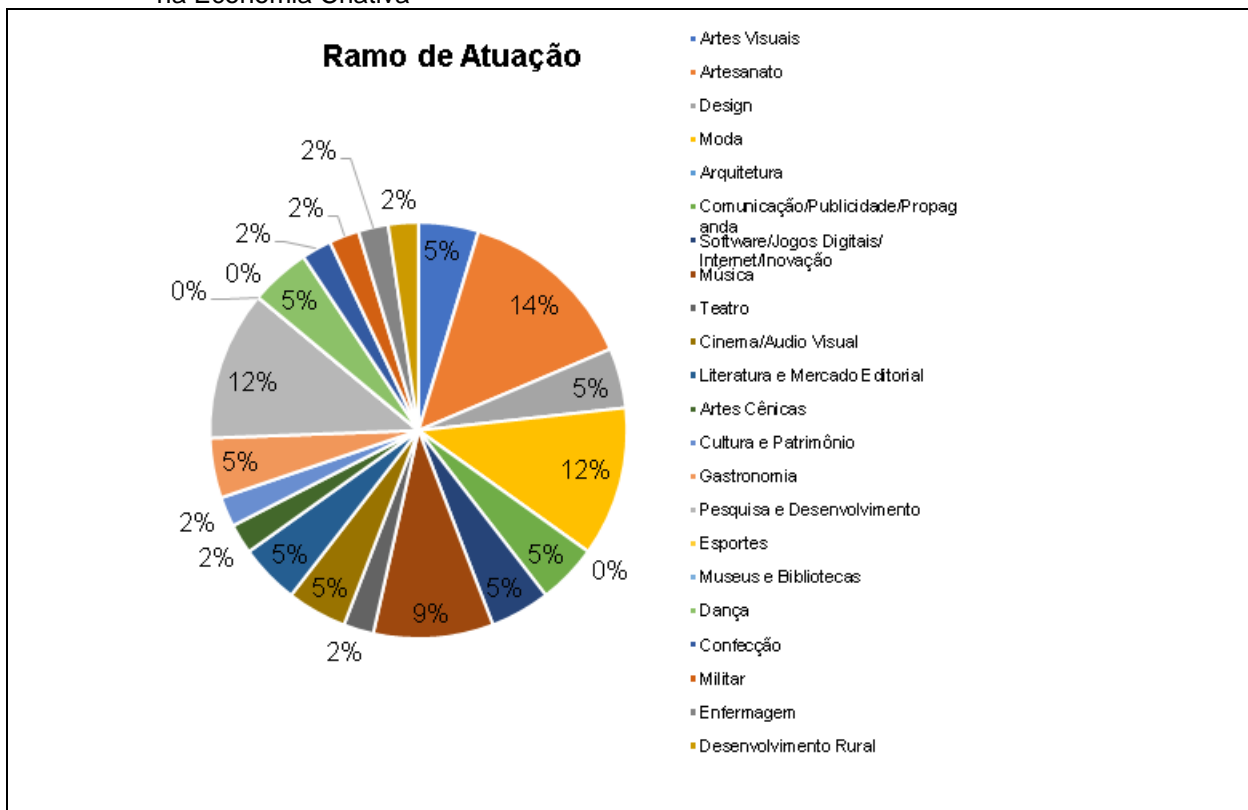
Essa coleta foi realizada na Estação Ferroviária durante o evento do São João, o que certa forma facilitou o contato com alguns artistas que se apresentavam no local, bem como artesãos e profissionais da moda e eventos. A partir da conversa com o referido público foi possível extrair muitas impressões - que foram explicitadas - sobre as ações ou falta de ações da prefeitura. Foi preciso reiterar que a pesquisa que estava sendo empreendida iria preservar o anonimato e que tinha cunho acadêmico, ou seja, que não havia nenhuma ligação com a prefeitura.

Muitos que estavam na estação de certa forma mantinham algum vínculo com a prefeitura e desta forma havia receios de que as opiniões emitidas pudessem comprometê-los em relação à gestão. A análise e interpretação dos dados foi obtida por meio de gráficos de pizza criados utilizando-se o software Excel® 365 da Microsoft®. Esses tipos de gráficos permitem de forma clara visualizar a proporção de respostas dos participantes.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentre as atividades de economia criativa exercidas pelos entrevistados no município de Caruaru, as que mais se destacaram foram o artesanato (14%), moda (12%), pesquisa e desenvolvimento (12%) e música (9%). As atividades como dança, gastronomia, literatura e mercado editorial, cinema e áudio visual, *software*/jogos digitais/internet/ inovação, comunicação/publicidade/propaganda, *design* e artes visuais, tiveram uma representação de 5% cada. As atividades de desenvolvimento rural, enfermagem, militar, confecção, cultura e patrimônio, teatro, representaram 2% cada (Figura 1).

Figura 1. Ramo da atividade exercida pelos entrevistados no município de Caruaru, Pernambuco, Brasil na Economia Criativa



Fonte: Dados da pesquisa

Dentre as iniciativas implantadas pela prefeitura de Caruaru na economia criativa as que se destacaram foram: eventos culturais (32%), oficinas de capacitações (27%),

editais de projetos culturais (20%), ações implementadas para geração de inovações (9%) e incentivos fiscais para empresas criativas (7%) (Figura 2).

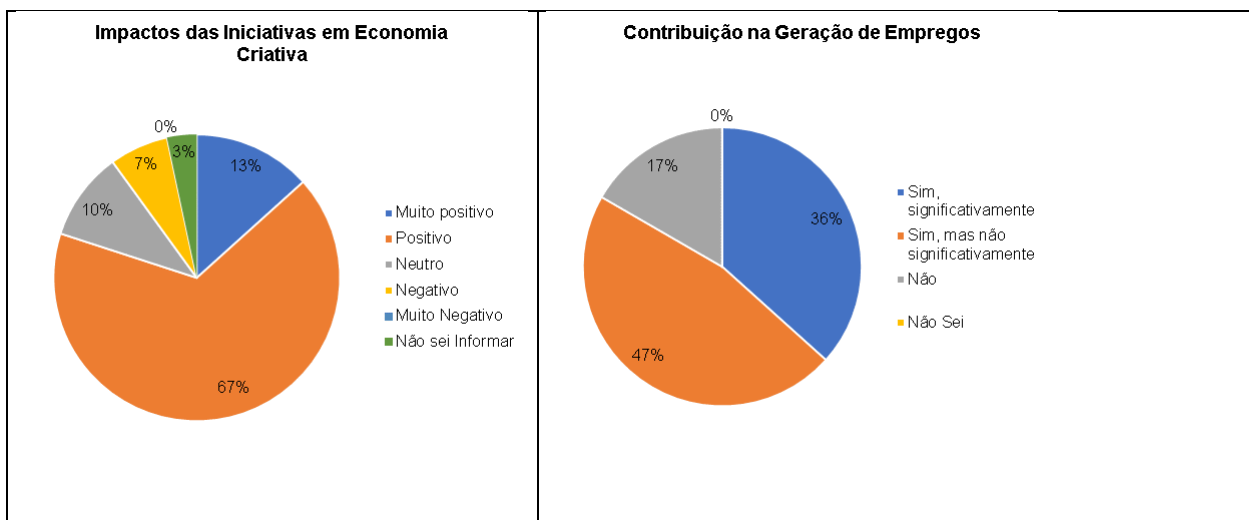
Figura 2. Conhecimento dos entrevistados sobre as iniciativas implantação pela prefeitura municipal de Caruaru-PE na Economia Criativa



Fonte: Dados da pesquisa

Os beneficiários da economia criativa destacam como muito positiva (13%) e positivas (67%) as iniciativas implantadas pela prefeitura municipal de Caruaru no setor cultural. No entanto, impactos negativos (7%) foram relatados nas ações implantadas pela prefeitura, e 13% relataram neutralidade ou não souberam informar (Figura 3a).

Figura 3. Impacto das iniciativas implantadas pela prefeitura municipal de Caruaru no setor cultural (a) e na geração de emprego (b) na área de Economia Criativa

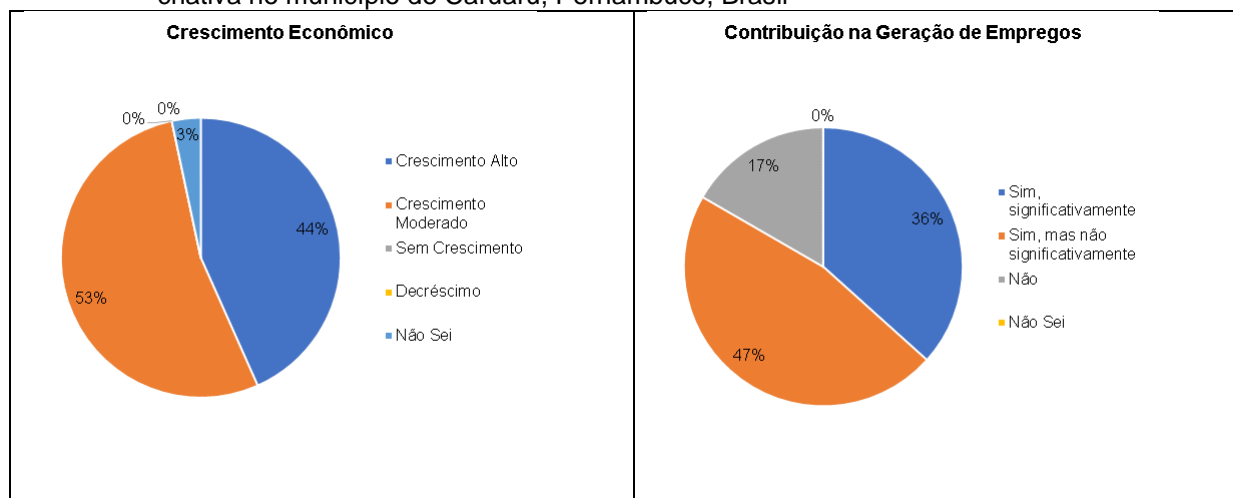


Fonte: Dados da pesquisa

Os entrevistados relataram crescimento alto (44%) e moderado (53%) na economia do município após a implantação de políticas públicas e/ou investimentos na área de economia criativa (Figura 4a). Em relação a geração de emprego no setor da economia criativa mais de 80% reconhecem como positivas as iniciativas implantadas pela prefeitura de Caruaru. No entanto, foram relatados resultados negativos (17%) na geração de emprego nesse setor da economia (Figura 3b).

Os resultados indicam que a prefeitura precisa melhorar suas iniciativas e/ou políticas públicas para esse público não satisfeito.

Figura 4. Crescimento da economia (a) e na geração de emprego (b) após os investimentos em economia criativa no município de Caruaru, Pernambuco, Brasil

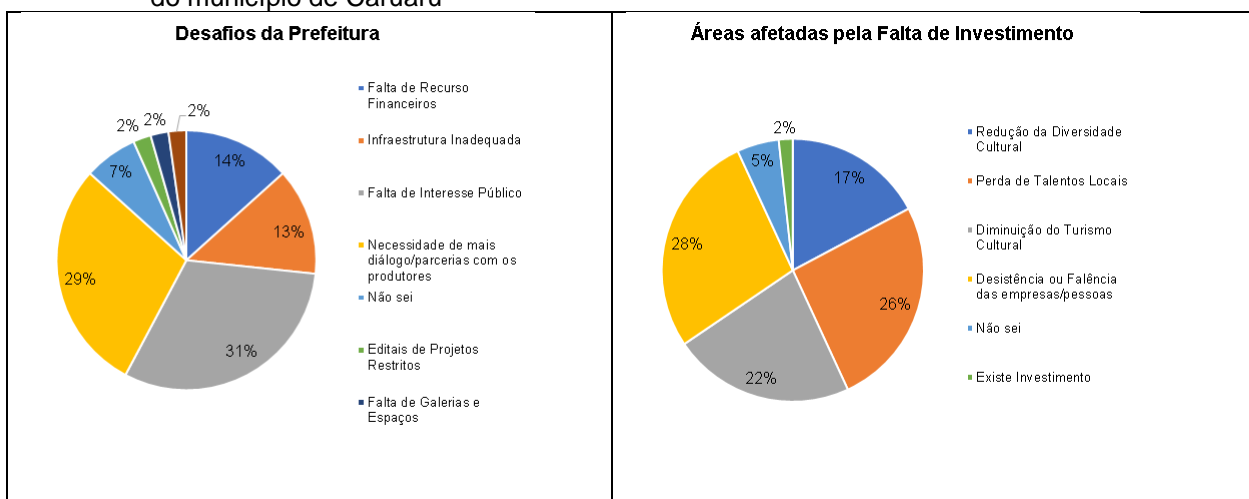


Fonte: Dados da pesquisa

Os principais desafios enfrentados pela prefeitura de Caruaru relatados foram: falta de interesse público (31%), necessidade de mais diálogo parcerias com os

produtores de economia criativa (29%), falta de recurso financeiro (14%) e infraestrutura inadequada (13%), editais de projetos restritos (2%), falta de galerias e/ou espaços para exposição de artes (2%) e mais valorização dos artistas locais (2) (Figura 5a).

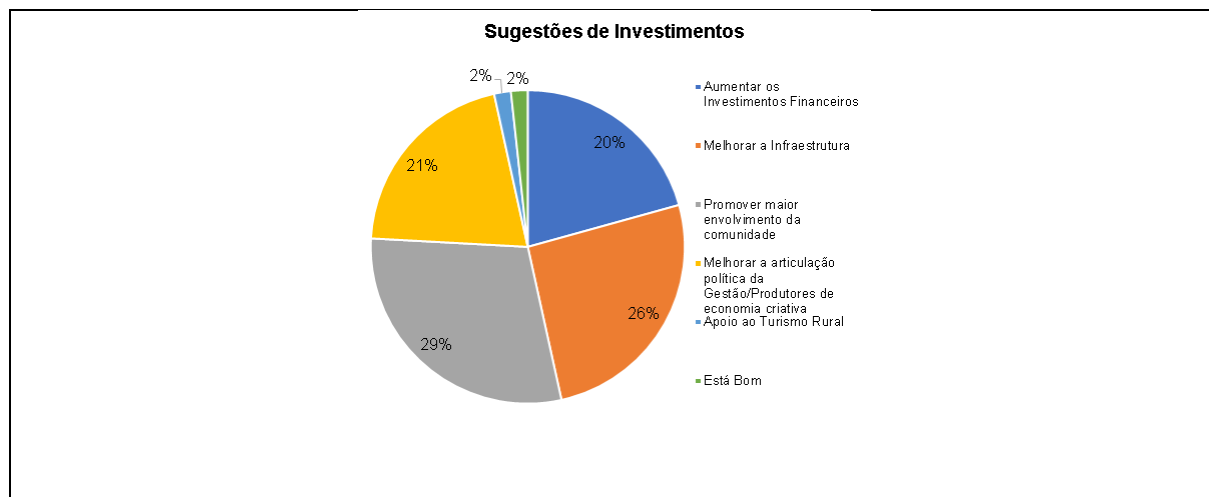
Figura 5. Desafios enfrentados pela Prefeitura municipal de Caruaru na implantação de políticas públicas na Economia Criativa (a) e áreas afetadas por essa falta de investimento no setor cultural (b) do município de Caruaru



Fonte: Dados da pesquisa

As principais áreas afetadas pela falta de investimentos relatadas são: desistência ou falência de empresas e/ou pessoas (28%), perda de talentos locais (26%), redução do turismo cultural (22%), redução da diversidade cultural (17%) (Figura 5b).

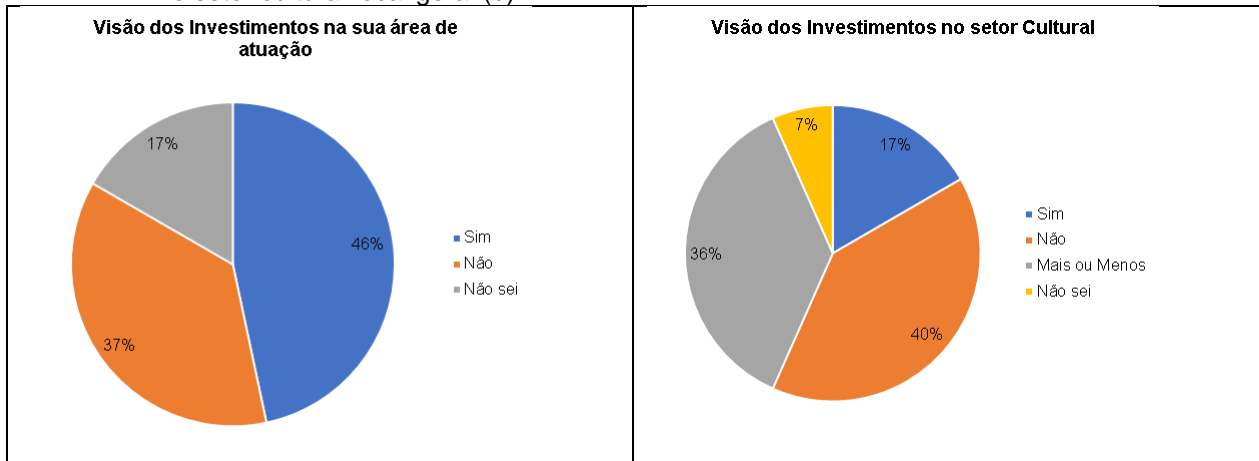
Figura 6. Sugestão dos entrevistados de investimentos para reduzir os desafios e melhorar a economia criativa no município de Caruaru



Fonte: Dados da pesquisa

As principais sugestões de investimentos para reduzir os desafios e melhorar a economia criativa no município de Caruaru relatadas foram: promover maior envolvimento da comunidade (29%), melhorar a infraestrutura (26%), melhorar a articulação política entre a gestão e os produtores de economia criativa (21%), aumentar os investimentos financeiros (20%) e apoio ao turismo rural (2%) (Figura 6).

Figura 7. Satisfação e visão geral dos entrevistados sobre os investimentos da atual gestão da Prefeitura municipal de Caruaru no desenvolvimento da economia criativa no seu ramo de atuação (a) e no setor cultural local geral (b)



Fonte: Dados da pesquisa

Em relação a satisfação dos entrevistados sobre os investimentos que a atual gestão da prefeitura de Caruaru está fornecendo aos seus ramos de atuação, 46% estão satisfeitos e 37% estão insatisfeitos (Figura 7a). Já no setor cultural local geral apenas 17% estão satisfeitos com os investimentos da prefeitura. A maioria está insatisfeita (40%) e/ou neutra (43%) com o apoio dado pela prefeitura aos seguimentos da economia criativa cultural (Figura 7b).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Conforme visto ao longo da discussão, a Prefeitura Municipal de Caruaru busca promover ações para o desenvolvimento econômico da cidade. Nesse sentido, acaba promovendo junto às diversas secretarias e Fundação de Cultura ações dentro de um plano macro - com programas por vezes abrangentes - para movimentar o setor da economia criativa, e junto a isso atuar no meio cultural da cidade. As ações de realização de obras de equipamentos culturais voltados para o patrimônio, como a Estação Criativa, as reformas do Centro Cultural Tancredo Neves e Museu do Barro explicitam o interesse da gestão pelos setores criativos e áreas culturais.

Além disso, em parceria com a iniciativa privada e com o auxílio do *marketing* e dos meios de comunicação, a gestão impulsiona a imagem do “Maior e Melhor São João do Mundo”. E assim concentra, as energias e os esforços para custear uma grandiosa festa. No entanto, conforme as falas expressadas pelos artistas e profissionais

interrogados, é preciso ter locais de trabalho o ano inteiro e não apenas no São João, tais como teatros e galerias.

Não se quer dizer com isso, que não haja eventos na cidade, já que também há o investimento no carnaval, feira do livro, dentre outros eventos de pequeno porte, porém estes são de poucas proporções.

Pelo potencial que Caruaru possui, sobretudo em termos artísticos, onde concentra muitos artistas que buscam o reconhecimento e locais de apresentação (sobretudo os artistas das periferias), a Prefeitura poderia investir mais no plano micro de modo que pudesse dialogar com as diversas esferas artísticas e de produções.

Além disso, os investimentos nas áreas de formações em patrimônio cultural, gastronomia, artes e eventos, por exemplo, costumam ser limitados, de modo que não consegue formar e qualificar profissionais para o setor da economia criativa e expandir os recursos para ações menos chamativas, mas não menos importantes. Frente a necessidade de mão de obra qualificada, o investimento em formação

De acordo com os resultados da pesquisa foi possível averiguar que a população nota os esforços da gestão em desenvolver a economia criativa nas ações de maiores proporções. Mas, por outro lado, muitos relataram a necessidade de maior aproximação e diálogo da gestão em atender as demandas relacionadas aos espaços e a própria infraestrutura dos locais, bem como da divulgação. Isto é, as demandas do plano micro também precisam da atenção e de um olhar mais sensível capaz de entender melhor o que cada área e cada segmento precisa para realizar os trabalhos.

REFERÊNCIAS

FIRJAN. **A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil – Edição 2011**. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF68013286FCB8CE2E1C.htm>. Acesso em: abr. 2024.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria criativa no Brasil – Edição 2012**. Disponível em: www.firjan.com.br. Acesso em: abr. 2024.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil – Edição 2014**. Disponível em: www.firjan.com.br. Acesso em: abr. 2024.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil – Edição 2022**. Disponível em: <https://casafirjan.com.br/mapeamento-da-industria-criativa/mapeamento-da-industria-criativa-2022>. Acesso em: mai. 2024.

MACHADO, L. A. Economia criativa: definições, impactos e desafios. **Revista de Economia & Relações Internacionais**, v.11, n.21, p. 2012.

MEDEIROS, C. V. C. **Economia criativa: uma análise da aglomeração das atividades criativas nas microrregiões do estado de Pernambuco**. 2016. 57f. Monografia (Trabalho de conclusão de curso) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2016.

PREFEITURA DE CARUARU. **Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Tecnologia e Economia Criativa**. Disponível em: <https://caruaru.pe.gov.br/secretarias/secretaria-de-desenvolvimento-economico-turismo-e-economia-criativa/>. Acesso em: mai. 2024.

REIS, A. C. F. **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. – São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SILVA, E. S. da. **Análise da percepção do modelo de economia colaborativa na Feira de Artesanato de Caruaru-PE**, 2020. Monografia (Trabalho de conclusão de curso) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2020.

SILVA, J.G.A. da. “**Pra onde tu vai Maria? Vou pra feira da Sulanca!**”: um estudo sobre o trabalho feminino da feira da Sulanca de Caruaru-PE. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Direitos Humanos) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

UNCTAD. **CREATIVE ECONOMY REPORT 2008**. Geneva/New York: UNCTAD/UNDP, 2008. 332p. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf. Acesso em: mai. 2024.