



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIAS E
CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

LUAN MARINHO DE SOUZA

A PERCEPÇÃO DA INFLUÊNCIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA OS
PRINCÍPIOS NORTEADORES DA ECONOMIA CRIATIVA NO ESTADO DO
CEARÁ

FORTALEZA - CE

2018

LUAN MARINHO DE SOUZA

**A PERCEPÇÃO DA INFLUÊNCIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA OS
PRINCÍPIOS NORTEADORES DA ECONOMIA CRIATIVA NO ESTADO DO
CEARÁ**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Federal do Ceará
(UFC) – Campus Fortaleza, como requisito parcial
para obtenção do grau de Bacharel em
Administração.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva
Filho

FORTALEZA - CE

2018

LUAN MARINHO DE SOUZA

**A PERCEPÇÃO DA INFLUÊNCIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O
PRINCÍPIOS NORTEADORES DA ECONOMIA CRIATIVA NO ESTADO DO
CEARÁ**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) – Campus Fortaleza, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva Filho

Aprovado em __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Carlos Lázaro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Luiz Carlos Murakami
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Aos meus pais Glauco e Luciana, que dignamente me apresentaram a importância da família e o caminho da honestidade e persistência.

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, Ricardo Glauco Diniz de Souza, por todo o investimento e apoio em todas as minhas decisões.

À minha mãe, Luciana Pereira Marinho, por toda a educação e os valores ensinados.

Sonhos determinam o que você quer. Ação determina o que você conquista.

(Aldo Novak)

Não importa o que aconteça, continue a nadar.

(Walters, Graham)

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Órgãos facilitadores de políticas públicas em economia criativa.....	26
Quadro 2 - Síntese Sujeitos de Análise.....	29
Quadro 3 - Síntese dos instrumentos de coleta.....	30
Quadro 4: Síntese da percepção da diversidade cultural.....	37
Quadro 5: Síntese da percepção da sustentabilidade.....	40
Quadro 6: Síntese da percepção da inovação.....	43
Quadro 7: Síntese da percepção da inclusão social.....	46
Quadro 8: Síntese dos desafios para as políticas públicas.....	47

RESUMO

A economia criativa é um campo dinâmico, tendo se destacado pela sua importância para os âmbitos econômicos, sociais, culturais e tecnológicos. Dada essa abrangência e complexidade, foram instituídos princípios norteadores que servem de eixo orientador para as ações e políticas relacionadas à economia criativa, os quais são a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social. A pesquisa tem como objetivo geral investigar, no contexto do estado do Ceará, as contribuições das políticas públicas para o desenvolvimento dos princípios norteadores da Economia Criativa. A pesquisa possui caráter exploratório-descritivo, tendo natureza qualitativa. Quanto aos meios, a pesquisa é bibliográfica e de campo, realizada em órgãos do setor público do Ceará. Em relação à diversidade cultural, constatou-se que é necessária uma maior valorização nas organizações e no governo, dado seu vasto potencial de gerar negócios. Para a sustentabilidade, identificou-se o desafio de reorientar a matriz de desenvolvimento brasileira, que ainda é baseada no extrativismo, no agronegócio e na pecuária, trazendo, por mais que nos últimos anos esteja buscando cada vez mais inovação e melhoria dos processos, uma matriz danosa em algumas regiões do país. Verificou-se que a inovação diz respeito à quebra de paradigmas, no atendimento de novas demandas e busca por soluções criativas. Na inclusão social, foi observado que a economia criativa atua como forte agente de inclusão por criar oportunidades, apesar da carência de infraestrutura e dos padrões dominadores enraizados. As políticas públicas são essenciais para todos os pilares da economia criativa, já que elas atuam no fomento dos mesmos, porém, é necessário que existam mais investimentos e que sejam divididos de maneira mais igualitária.

Palavras-chave: Economia Criativa. Ceará. Políticas Públicas. Princípios Norteadores.

ABSTRACT

The creative economy is a dynamic field, which is outstanding because of its relevance to the economic, social, cultural and technological areas. Due to this ampleness and complexity, there have been implanted some guiding principles that work as guidance to actions and policies related to creative economy, which are cultural diversity, sustainability, innovation and social inclusion. This research's main objective is to investigate, in the context of Ceará, the contribution of public policies for the development of the guiding principles of the creative economy. The reserach is exploratory-descriptive, and qualitative. It is also bibliographic and a field research, as it was a study case conducted in public sector bodies in Ceará. Regarding cultural diversity, it was found that it needs greater appreciation in organizations and the government, due to its broad potential of businesses. As for sustainability, the challenge was to reorient the matrix for Brazilian development, which is still focused on extractivism, agribusiness and livestock, characterizing a harmful concept. It was verified that the innovation refers to the breaking of paradigms, the meeting of new demands and search for creative solutions. When it comes to social inclusion, it was observed that the creative economy works as a strong inclusion agent in different areas thanks to creating innovating opportunities, despite of the fact that it lacks infrastructure and the existence of rooted dominating patterns. Furthermore, the public policies are vital to the 4 (four) pillars of the creative economy, since they act in the promotion of investments, which must take place in a broader and more egalitarian way.

Keywords: Creative economy. Ceará. Public policies. Guiding principles.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1	Economia criativa.....	14
2.2	Princípios norteadores.....	16
2.2.1	<i>Diversidade cultural.....</i>	16
2.2.2	<i>Sustentabilidade.....</i>	17
2.2.3	<i>Inovação.....</i>	19
2.2.4	<i>Inclusão social.....</i>	21
2.3	Políticas públicas.....	22
2.3.1	<i>Políticas públicas para economia criativa e seus desafios.....</i>	24
2.3.2	<i>Facilitadores das políticas públicas e economia criativa.....</i>	26
3	METODOLOGIA.....	28
3.1	Tipologia da pesquisa.....	29
3.2	Unidades de análise e sujeitos da pesquisa.....	30
3.3	Coleta e análise dos dados.....	30
3.4	Instrumentos.....	30
3.4.1	<i>Roteiro de entrevistas.....</i>	31
3.4.2	<i>Questionário.....</i>	31
3.5	Pesquisa de campo.....	32
3.6	Análise dos dados.....	32
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	33
4.1	Análise descritiva dos dados.....	33
4.2	Análise qualitativa dos dados.....	35
4.2.1	<i>Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à diversidade cultural.....</i>	35
4.2.2	<i>Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à sustentabilidade.....</i>	37
4.2.3	<i>Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à inovação.....</i>	41
4.2.4	<i>Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à inclusão social.....</i>	43
4.2.5	<i>Desafios das políticas públicas para os princípios norteadores.....</i>	46
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48

ÊNDICE 1.....	57
APÊNDICE 2.....	60

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa integra a economia do conhecimento, campo onde são englobados fatores como a natureza dos produtos criativos e de suas cadeias produtivas, a potencial geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual e a própria relação entre tecnologia e arte (SERRA; FERNANDEZ, 2014). Os estudos na área são crescentes e estando ainda em processo de institucionalização.

Com o fato de que a criatividade tem se tornado meio estratégico para alavancar o crescimento econômico, o Brasil tem assumido um papel de liderança na criação de um Brasil criativo, buscando, por meio do Ministério da Cultura (MinC), a redefinição do papel da cultura no país. Neste contexto, o MinC retoma a tarefa de liderar os debates e a formulação de políticas sobre a cultura e o desenvolvimento, com a missão de transformar a criatividade em inovação e a inovação, em riqueza cultural, econômica e social.

A Secretaria da Economia do MinC instituiu a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social como os princípios norteadores de seu desenvolvimento da Economia Criativa (BRASIL, 2011). Nesta pesquisa, estes princípios servem de parâmetro.

O envolvimento do sistema ONU por meio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) trouxe um novo posicionamento com relação à discussão sobre a Economia Criativa, em escala global (SERRA; FERNANDEZ, 2014). O MinC define cultura como a capacidade de invenção coletiva de símbolos, valores, ideias e comportamentos de modo a afirmar que todos os indivíduos e grupos são seres culturais (CHAUÍ, 1995).

Fonseca (2012) argumenta que a economia criativa se abastece dos talentos criativos, que se organizam de forma individual ou coletiva, para produzir bens e serviços criativos. Desta forma, a economia criativa tem tido destaque devido sua importância para os âmbitos econômicos, sociais, culturais e tecnológicos, possuindo a capacidade de gerar crescimento e desenvolvimento econômico, estímulos para geração de renda, processos de inclusão social, diversificação cultural, e a geração de propriedade intelectual (UNCTAD, 2010).

O presente trabalho visa aprofundar a discussão sobre economia criativa no Ceará, em especial no tocante aos desafios e contribuições das políticas públicas para o seu desenvolvimento. Portanto, indaga-se: que modo as políticas públicas contribuem para o desenvolvimento dos princípios norteadores da economia criativa no estado do Ceará. Conforme o Ministério da Cultura, os princípios norteadores são: Diversidade Cultural, Sustentabilidade, Inovação e Inclusão Social (BRASIL, 2011).

A pesquisa tem foco em atores ligados à economia criativa no estado do Ceará, sejam no campo da esfera privada, como também na esfera pública municipal, estadual e federal.

O objetivo geral do trabalho é analisar as percepções dos atores envolvidos acerca das políticas públicas em relação às contribuições das políticas públicas para o desenvolvimento dos princípios norteadores da Economia Criativa no Ceará.

Foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Analisar as percepções dos atores envolvidos acerca das políticas públicas em relação à diversidade cultural;
- b) Analisar as percepções dos atores envolvidos acerca das políticas públicas em relação à sustentabilidade;
- c) Analisar as percepções dos atores envolvidos acerca das políticas públicas em relação à inovação;
- d) Analisar as percepções dos atores envolvidos acerca das políticas públicas em relação à inclusão social.

O estudo é qualitativo e tem caráter descritivo. Caracteriza-se, ainda, como documental e de campo. Esta pesquisa se torna relevante devido à escassez de produções científicas e estudos sobre a temática, em particular, no estado do Ceará, relacionada ao poder público.

Em termos de estrutura, este trabalho segmenta-se em cinco outras seções, além desta introdução. A segunda seção trata do referencial teórico, que inclui os conceitos de economia criativa, políticas públicas, além de elencar os princípios norteadores alvos desta pesquisa. Já a terceira seção se refere à metodologia do estudo. Na quarta seção, encontra-se a análise dos dados. A quinta seção refere-se às considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção está dividida em três partes. Na primeira e na segunda parte são apresentados os aspectos gerais da economia criativa, bem como os princípios norteadores importantes para seu desenvolvimento e expansão respectivamente. As políticas públicas e sua interligação com a economia criativa estão apresentadas na terceira parte, onde são elencados os principais desafios enfrentados pelas políticas públicas em relação à economia criativa, além dos principais facilitadores para as políticas públicas sobre a óptica da economia criativa.

2.1 Economia criativa

A economia criativa se revela como uma verdadeira fonte de integração e desenvolvimento social, por isso, conecta-se à sustentabilidade de maneira a influenciar os pilares que norteiam tal princípio, como o pilar econômico, o ambiental e até mesmo o pilar social (DEHEINZELIN, 2008). Destaca-se como um grande diferencial da economia criativa em relação à sustentabilidade a questão do seu envolvimento com o meio ambiente e a comunidade, não apenas se envolvendo com questões financeiras (REIS, 2008; DEHEINZELIN, 2008).

A economia criativa tem se revelado como uma atividade dinâmica, responsável por transformações econômicas, políticas, sociais e organizacionais. Seus bens e serviços têm impactos em diversos setores (REIS, 2008). Devido às potências criativas que auxiliam no crescimento e desenvolvimento econômico, acontecendo através de estímulos na geração de renda, processos de inclusão social, diversificação cultural, amplificação do desenvolvimento humano, interação dos aspectos econômicos, culturais e sociais com tecnologia e a geração de propriedade intelectual (UNCTAD, 2010).

Florida (2002) define economia criativa como um conjunto de profissionais que atuam em serviços ou produtos que possuem o conhecimento como essência, estando relacionados às áreas de propaganda, design, publicações, moda, entretenimento e arquitetura.

A economia criativa é formada pela mescla entre a concepção, desenvolvimento e a disseminação dos produtos e serviços formados através da criatividade, ativo intelectual e conhecimento como fator fundamental dos recursos da produção (CAIADO, 2011). Caiado (2011) afirma que a economia criativa inclui ainda elementos tangíveis e intangíveis atribuídos de valor simbólico. Os governos possuem papel fundamental no fomento à economia criativa, que se dá através de políticas públicas, nos campos da ciência, tecnologia e inovação (UNCTAD, 2010).

Costa e Santos-Sousa (2011) afirmam que no Brasil, a partir da década de 2000, voltaram-se os olhares para os setores criativos, além de políticas governamentais e da atenção de outras organizações. Em virtude disso, da falta de investimentos, das poucas políticas envolvidas e na escassez de pessoas que queiram realizar investimentos, a economia criativa do Brasil não se encontra nem entre as 20 maiores do mundo, onde tal setor é liderado por China, Estados Unidos e Alemanha (SANTOS-DUISENBERG, 2011).

Madeira (2014) atenta para a dificuldade da mensuração econômica da economia criativa, uma vez que existam diversos setores criativos, onde muito deles atuam de maneira informal.

A economia criativa é constituída por empresas privadas como também, do terceiro setor, conquistando ampla variedade de produtos culturais, movimentando no Brasil a quantia média de 380 bilhões de reais por ano, no mundo, a quantia chega a dois trilhões de dólares (EVANS; ANNUNZIATA, 2012).

No Brasil, sob a ótica da produção em 2013, a indústria criativa é formada por 251 mil empresas. Num olhar sobre a última década, houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram aproximadamente 148 mil empresas, esse avanço toma ainda maior proporção e relevância quando comparado à movimentação de empresas no Brasil, que cresceu 35,5%, ou seja, os estabelecimentos criativos cresceram quase o dobro no mesmo período (FIRJAN, 2014).

O renovado sucesso da cultura brasileira levou um correspondente internacional, baseado no Rio de Janeiro, a considerar o Brasil a nova potência cultural (ROHTER, 2012). Com base na massa salarial dessas empresas, estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos. Para se ter ideia do tamanho dessa riqueza, o montante gerado é equivalente ao PIB do Estado de Pernambuco (FIRJAN, 2014).

Com relação aos desafios enfrentados pelo poder público com a economia criativa no país, foram listadas uma série de iniciativas a serem implementadas pelo Ministério Público, que atuará com diversos parceiros tanto da esfera pública, como da esfera privada. Dentre essas iniciativas, está a institucionalização de territórios criativos, o desenvolvimento de pesquisas e monitoramento, o estabelecimento de marcos regulatórios favoráveis à economia criativa brasileira, fomento técnico e financeiro voltado para negócios e empreendimentos dos setores

criativos, promoção e fortalecimento de organizações e a formação para competências criativas de modo a promover a inclusão produtiva (BRASIL, 2011).

2.2 Princípios norteadores

Dada a abrangência e complexidade do campo da economia criativa, a Secretaria da Economia criativa instituiu princípios norteadores que servem de eixo orientador para as ações relacionadas a economia criativa. Sendo estes: a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social (BRASIL, 2011). Tais princípios servem de parâmetro para o desenvolvimento desta pesquisa.

Os princípios norteadores foram criados em virtude do desenvolvimento da economia criativa em cenário nacional e para isto, seria necessária a compreensão e abrangência de quatro eixos principais, onde através da interseção dos mesmos, seria formada a economia criativa brasileira (BRASIL, 2011). Os princípios norteadores são guias para que atividades ligadas à economia criativa obtenham sucesso, tais princípios são a inovação, a diversidade cultural, a sustentabilidade e a inclusão social (COSTA, 2014).

2.1.1 Diversidade cultural

A ideia de diversidade está relacionada aos conceitos de multiplicidade, pluralidade, heterogeneidade, variedade, assim como diferentes visões de ângulos ou de abordagens (GURGEL, 2011). Para o mesmo autor, a diversidade, pode ser entendida como tudo que apresenta múltiplos aspectos e que se diferenciam umas das outras, assim como a diversidade cultural, a diversidade biológica, a diversidade étnica, linguística, religiosa entre outros (BRASIL, 2011).

Castro (2002) tem a ideia de que a cultura constitui, em uma sociedade, uma verdadeira base de valores, padrões e modelos-comuns, conferindo a mesma, identidade. Todas as culturas e etnias diferentes, presentes no país, formam uma espécie de quebra-cabeça que compõe a diversidade cultural (MIRA, 2014).

A grandiosa extensão territorial e as diferenças entre os países colonizadores que participaram do processo de miscigenação cultural do país nos séculos XIX e XX fizeram com que as variações regionais se expandissem e formassem essa diversidade cultural presente no país atualmente (TAGLIAPIETRA; BERTOLINI, 2007). Chu e Wood Júnior (2008) reiteram

tal afirmação acreditando que os traços culturais são formados por múltiplas variáveis, constante de influências do meio socioinstitucional.

No Brasil, a plasticidade e pluralidade de tradições regionais, além da abertura à convivência com o diferente constituem um destaque, frente ao cenário intranacional (MIRA, 2014). Para o mesmo autor, a diversidade cultural é uma espécie de mix de pessoas, de diferentes identidades, relacionando-se em um sistema social, são os múltiplos elementos que representam culturas diferenciadas através da linguagem, costumes, religião, tradições, políticas entre outros.

Saji (2005) acredita que a gestão das empresas brasileiras sofre consequência direta em relação à heterogeneidade que a população brasileira possui. Tal consequência pode ser ainda maior pela diversificação dos negócios e atividades, miscigenando ainda mais as culturas. (SAJI, 2005).

A diversidade cultural é uma ferramenta ampliadora das possibilidades de seleção de escolha para os indivíduos. Trata-se de uma fonte de desenvolvimento que engloba várias premissas, como crescimento econômico meio de acesso a uma existência intelectual, afetiva, moral e espiritual (UNESCO, 2002).

Mira (2014) trata a diversidade cultural como norma estabelecida aos pedidos de recursos financeiros de apoio à cultura. A diversidade cultural como forma de garantir a originalidade e através disto, ampliar sua força e o seu potencial de crescimento (BRASIL, 2011). O plano da secretaria de economia criativa também defende que através da originalidade, possibilidades aumentam, há um desenvolvimento sustentável maior, nutrindo capacidades e valores (BRASIL, 2011).

2.1.2 Sustentabilidade

Cultura pode ser algo divertido e comercial, ela é refinada, profunda e extrema. É simultaneamente cruzada pelas identidades, tradições, mudanças e contestações. É o que identifica os humanos em uma vasta quantidade de formas em constante mudança. Não é separada de política, comércio ou mesmo religião. Possui um domínio incontestável, envolvendo todas as relações, não podendo a humanidade viver sem (HUTNYK, 2006).

Como mostra Pais (2009), as culturas populares são campos férteis para a criatividade e a improvisação, tendo o relativismo cultural como um aspecto positivo para diversas regiões do Brasil, fomentando o desenvolvimento de novas alternativas, criativas e sustentáveis.

Por mais que seja visto como algo complexo Siche *et al.* (2007), o desenvolvimento sustentável, sobre uma ótica mais abrangente, é tido como uma maneira de fazer com o que a

sociedade continue promovendo a melhoria de sua qualidade de vida, mantendo seu processo de geração econômico, igualdade social e distribuição de renda, sem prejudicar o equilíbrio ambiental existente, além de também conservar recursos para as próximas gerações (BLOWFIELD, 2013).

A sustentabilidade também carrega consigo a maneira de contracenar com o mercado de atuação, através da valorização dos preceitos sociais e humanos, além de uma visão crítica direcionada para o prejuízo mínimo, a sustentabilidade desenvolve um crescimento intelectual, das expressões artísticas, além de também influenciar o desenvolvimento moral e espiritual (SAVITZ; WEBER, 2007). Esse tipo de economia verde é de suma importância no processo de desenvolvimento de políticas públicas que visam o crescimento sustentável (UNITED NATIONS, 2012).

Silva (2012) ressalta a questão da abrangência do termo sustentabilidade, o autor afirma que vai além da não degradação do meio ambiente, incorporando também questões de qualidade de vida, competitividade empresarial, tecnologias limpas e utilização racional dos recursos. Philippi (2001) define sustentabilidade como a capacidade de se auto-sustentar ou se auto-manter. Para o autor, uma atividade sustentável é uma atividade que se mantém por longo período, sem esgotar o tempo, os recursos, matéria-prima e outros.

Elkington (2001) defende a ideia que a sustentabilidade organizacional se liga ao desenvolvimento econômico, ambiental e social, sendo considerado um princípio que assegura que as ações atuais não influenciem as vastas opções econômicas, sociais e ambientais das futuras gerações.

Com outro olhar, uma organização sustentável pode ser aquela que atenda as expectativas dos acionistas, gerando lucros, porém ao mesmo tempo protegendo o meio ambiente e melhorando a vida das comunidades ao seu redor (SAVITZ; WEBER, 2007). Em síntese, Silva (2003) define o conceito de sustentabilidade organizacional como a procura pelo equilíbrio entre o socialmente desejável, junto da viabilidade econômica, aliados à sustentabilidade ambiental.

Por mais que se faça necessário a promoção da qualidade ambiental em prol do bem-estar do desenvolvimento socioeconômico (BRASIL, 1981). Costa (2014) traz uma linha de pensamento diferente, afirmando que a sustentabilidade acaba se tornando um problema, onde a mesma é um verdadeiro discurso, que não vai de encontro aos problemas que pretende sanar ou minorar, tornando-se um discurso vazio ou uma ação que não gere reais soluções.

O Poder Público, por sua vez, tem o papel de promover uma administração sustentável, agindo em função da coletividade e da preservação, tanto do presente, como também do futuro,

através da criação de licitações sustentáveis. Tais licitações trazem consigo regras e condições, aglutinando assim, aspectos de proteção e conservação ambiental (BRASIL, 1988).

Impedir possíveis danos ao ambiente também privam o poder público de gastos desnecessários a médio e longo prazo, promovendo ainda o bem-estar da população, conciliando assim, a progressão econômica e a segurança do meio no qual estão inseridos (SOARES; NAVARRO; FERREIRA, 2004).

É através da legislação, por intermédio de normas e regulamentos, que o Estado exerce papel protecionista e crucial, influenciando o comportamento de pessoas e organizações, que por sua vez, necessitam cumprir com as normas impostas para um bem maior, revelando um verdadeiro potencial de transformações econômicas, mudanças na sociedade, na cultura e nas ações em virtude da preservação ambiental (COSTA; DINIZ; CUNHA; PIREZ, 2016).

Posturas engajadas na causa de maneira mais proativa também podem ser presenciadas, isso em virtude dos incentivos fiscais ou mesmo de alguns programas que gerem benefícios para seus usuários e que são promovidos pelo governo ou em parceria com o mesmo (COSTA; *et al.*, 2016).

Dentro do contexto dos princípios norteadores da economia criativa, a sustentabilidade traz o posicionamento de se garantir as escolhas futuras, estratégias de sobrevivência ambiental, cultural, econômica e social (BRASIL, 2011).

Por mais que se defendam a questão da incorporação das práticas sustentáveis nas organizações para o alcance de benefícios tangíveis e intangíveis para as mesmas (MUNCK; SOUZA, 2009), Costa (2014) afirma que a sustentabilidade acaba se tornando um problema. Constitui, na verdade, um discurso, que não vai ao encontro dos problemas que pretende sanar, tornando-se vazio ou uma ação que não gere soluções. A sustentabilidade traz o posicionamento de se garantir as escolhas futuras, estratégias de sobrevivência ambiental, cultural, econômica e social (BRASIL, 2011).

2.1.3 Inovação

A inovação se relaciona à criação e ao comércio de algo novo, isso, devido às questões tecnológicas e comerciais envolvidas em seus processos, os deixando com um alto nível de incerteza (KLINE; ROSENBERG, 1986). Tennyson (2012) coloca a inovação como resultado da criatividade posta em prática, com o objetivo de colher bons frutos para a organização, além de também trazer impacto positivo para os indivíduos.

A inovação é vista como a produção do novo ou a reprodução de algo diferente, porém utilizando uma maneira diferente de combinações dos insumos (SCHUMPETER 1997). Um

processo que envolve a geração de boas ideias e o desenvolvimento das mesmas para que tenham finalidade, relaciona-se também à detecção de novas oportunidades de negócios (TIDD; BESSANT, 2015).

Révillion (2004) acredita que a mesma ganha cada vez mais força quando a mesma se direciona ao atendimento de determinada demanda do mercado com o uso ou desenvolvimento de novas tecnologias. É um processo que envolve a geração de boas ideias e o desenvolvimento das mesmas para que tenham finalidade, relaciona-se também à detecção de novas oportunidades de negócios (TIDD; BESSANT, 2015).

Por mais que seja uma temática que vem ganhando cada vez mais força, o Sistema Nacional de Inovação (SNI) não tem grandes avanços, uma vez que não traz políticas de governo com estratégias embasadas na inovação (VILLASCHI, 2005). Schwartzman (2007) acredita na carência existente de relações mais fortes entre o setor público e privado que tragam maior desenvolvimento para ambos. Para o autor, fatores culturais, interesses setoriais e a falta de clareza ou determinação do governo são os maiores influenciadores da dificuldade das relações.

Drucker (1986) considera um empreendimento como inovador, se o mesmo criar algo diferente, de maneira que transforme e mude valores, Drucker (1986) também acredita que é através da inovação que um empreendimento surge e por onde os empreendedores exploram uma oportunidade.

Thomas e D'Aveni (2009) tratam a inovação como uma verdadeira forma de vantagem competitiva em um mundo que cada vez mais passa por transformações. São ainda, ideias criativas e bem-sucedidas, implementadas no meio organizacional (AMABILE, 1996).

Para Nelson e Malerba (2008), a inovação ganha mais intensidade quando se propõe a promover quebras na estrutura nos tradicionais sistemas de produção. A inovação se relaciona a um novo método de trabalho, de gerenciamento ou mesmo, uma nova prática. Há a necessidade de se inovar em virtude dos diversos gostos e estilos de vida dos clientes, aproveitando as mudanças de mercado, novos produtos e tecnologias (BAREGHEH *et al.*, 2009).

No conceito inicial de Schumpeter (1997), a inovação é relacionada diretamente ao desenvolvimento econômico e o empreendedor era visto como elemento fundamental para esta ruptura e criação, décadas se seguem e Drucker (1986) volta a enfatizar que a inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor.

Covin e Miles (1999) atestam a inovação como meio pelo qual os empreendedores exploram as transformações como formas alternativas de produtos e serviços, além de elemento

chave para o empreendedorismo. Pode-se identificá-la quando há algo de novo e em larga escala na organização (MACHADO; *et al.*, 2007). Porém, Sundbo e Gallouj (1998) convergem com dada linha de pensamento, afirmando que a inovação pode ser observada também em situações de melhoramento de serviços e produtos e não somente através de objetos novos.

As políticas públicas que se relacionam com a inovação têm a possibilidade de modificar as organizações de maneira interna e externa, através da implementação das diversas práticas inovadoras existentes (BUENO *et al.*, 2016). Santos, Leite e Fonseca (2014) consideram a importância dessas políticas para a estimulação da inovação, para que através delas, se possa ampliar a competitividade da estrutura produtiva no Brasil.

A inovação dentro da perspectiva da economia criativa engloba o aperfeiçoamento do que está posto, além da criação de algo totalmente novo e da identificação de novas soluções que pautem os segmentos criativos (BRASIL, 2011).

2.1.4 Inclusão social

A inclusão social é definida pela interação mais efetiva da sociedade, além do compartilhamento de experiências e do igual acesso de algo ou então de oportunidades de maneira individual ou coletiva (SEN, 2010). Políticas econômicas e sociais, de inserção no mercado de trabalho, de acessibilidade da cidadania para todos, além de políticas que encorajem a maior representatividade da população são tidas como essenciais para a diminuição das disparidades sociais (SANCHO, 2008). As maiores problemáticas ligadas à inclusão são referentes à exclusão dos seres, tida historicamente como um dos maiores e mais marcantes problemas da sociedade (POCHMANN, 2004).

Para Raichelis (2006) acredita na figura dos programas sociais desenvolvidos pelo governo como uma verdadeira resposta em relação às problemáticas existentes no meio como educação, saúde e oferta de trabalho. Tendo a gestão social que se direcionar para as necessidades da sociedade, num contexto que inclua ainda fatores culturais e participativos (PAES DE PAULA, 2005).

Levanta-se ainda uma indagação em relação aos inúmeros e desafiadores problemas enfrentados pelo poder público para promover políticas sociais, uma vez que tais problemas são estruturais, possuindo estreita relação com questões de vulnerabilidade social (FABRIS; *et al.*, 2015). Tendo a educação papel crucial durante o processo diminuição dessas desigualdades (KAZTMAN, 1999), uma vez que se há a necessidade do represamento análogo entre os pilares político, econômico e social (DOWBOR, 1999).

As políticas que favorecem a inclusão e integração dos cidadãos garantem a coesão social, além da paz e a vitalidade da sociedade civil (UNESCO, 2002). O gerenciamento da inclusão social acontece de maneira quantificável e operacionalizável (BURITY, 2006). Nas premissas do desenvolvimento estão contidas a liberdade de participação da vida social, política e econômica de uma comunidade (SEN, 2010).

Silver (2005) acredita que uma das maneiras de incentivar a inclusão social seria aumentar a responsabilidade do Estado, outra seria incentivar a adoção de práticas socialmente integradoras que facilitariam a oferta de emprego e empréstimos.

O plano da secretaria de economia criativa traz a ideia da inclusão social como necessária, havendo a necessidade de priorização dos indivíduos em situação de vulnerabilidade, através da qualificação profissional e geração de oportunidades de trabalho e renda, o acesso aos bens e serviços criativos também são indispensáveis (BRASIL, 2011).

2.3 Políticas públicas

Para Lima (2012), as políticas públicas são um determinado conjunto de decisões e não somente uma decisão única. As políticas públicas são definidas como um composto de atitudes governamentais que se direcionam para a resolução ou não de problemáticas que envolvem a sociedade (SEBRAE, 2011). A concepção de políticas públicas se conecta à importância de se oferecer os bens públicos, além de propiciar o bem-estar para a sociedade, através das leis, planos e regulamentações (SEBRAE, 2011).

A efetivação das políticas públicas é um espaço de pesquisas desenvolvido internacionalmente (SAETREN, 2014), porém menos desenvolvido no Brasil (FARIA, 2012). A gestão das políticas públicas origina maiores diálogos entre atores e organizações que, reunidos em diferentes cenários de interesse público, podem articular na relação entre governo e sociedade civil mais processos participativos e igualitários (KLEBA, COMERLATTO, FROZZA, 2015).

Para Santos, Leite e Fonseca (2014) os governos limitam o crescimento social e econômico dos empreendimentos, a partir do momento que o mesmo passa a exigir mais, oferecendo pouco em troca. Em virtude disso, o Estado tem papel fundamental no desenvolvimento e efetivação das políticas públicas, sendo responsável direto pelo progresso do empreendedorismo.

Para Reis (2008), o fato de as organizações culturais e economias criativas serem reguladas pelo Estado, na maioria dos casos, depende dos financiamentos para o custeio do desenvolvimento de suas ações. Por outro lado, as organizações e economias criativas, devem

obter legitimidade de suas ações, frente à garantia de sua sobrevivência, tendo que muitas vezes alterarem suas estruturas, reformulando seus modelos de gestão (REIS, 2008).

Miguez (2007) afirma que em nível nacional, com fundamentos na economia criativa, o Brasil possui esforços sendo desenvolvidos em função dessa área desde 2003. Entretanto, como política pública, somente ganhou força e passou a ser desenvolvida e articulada com maior intensidade a partir de 2011, quando o Ministério da Cultura criou a Secretaria de Economia Criativa – SEC (BRASIL 2011).

No Brasil, segundo a UNCTAD (2010), a economia criativa é responsável por R\$ 3,7 bilhões de participação no PIB, tendo movimentado mercados de pequenos e médios negócios. Devido ao grande crescimento do setor criativo, ver-se de forma mais clara, através de estratégias de desenvolvimento econômico e social, uma busca pelo estímulo a economia criativa, os governos têm papel fundamental através das políticas públicas dos campos da ciência, tecnologia e inovação, visando o desenvolvimento desse setor (UNCTAD, 2010).

Para Fernandez (2014), a economia criativa possui grande potencial transformador em virtude da ligação com inúmeras atividades industriais e de serviços, além de também possuir um enorme potencial para geração de renda, facilitando a conquista de políticas públicas para o setor.

Para que todo este potencial se transforme de fato em crescimento, são necessárias como insumo principal da inovação, as políticas públicas, exemplo disso, é a criação da Secretaria da Economia Criativa pelo Ministério da Cultura, no ano de 2012, visando o monitoramento e a criação de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros (UNCTAD, 2010).

Tendo em vista a criação dos princípios norteadores, para o desenvolvimento da economia criativa no país, os quatro eixos base, agem de maneira conjunta para o sucesso da mesma. Brito (2009) coloca a diversidade cultural atuante no cenário da valorização, proteção e divulgação das diversidades existentes, para que suas originalidades possam ser mantidas.

Compreendem a sustentabilidade, como princípio que remete esforços para o desenvolvimento de atividades que não prejudiquem o meio ambiente, através desse princípio, busca-se o equilíbrio das relações entre ambiente, organização, lucros e consumo. A inovação liga-se ao aperfeiçoamento das práticas, criação de novos produtos e ferramentas e ao desenvolvimento de novas oportunidades e caminhos alternativos para solução de problemas (BRASIL, 2011).

O plano da secretaria de economia criativa (2011) tem a ótica da inclusão social como àquela que traz métodos incorporadores do desenvolvimento da população, priorizando situações vulneráveis, oferecendo qualificações, formações profissionais e oportunidades de geração de renda problemáticas.

2.3.1 Políticas públicas para economia criativa e seus desafios

Leitão (2011) destaca como desafio o levantamento de dados da Economia Criativa, já que, no Brasil, os dados são pontuais. Além disso, há a questão de os estudos serem realizados com dados secundários ou mesmo, a questão da ausência de pesquisas que contemplem os diversos setores, somando problemas enfrentados pelo setor da economia criativa.

Howkins (2001) aponta a necessidade de uma revisão no conceito de economia criativa. As indústrias criativas possuem alto potencial econômico e estratégico, porém a falta de definições claras sobre os limites do setor dificulta a constituição de políticas públicas específicas. Vários setores criativos deixam de receber recursos públicos, recorrendo à esfera privada para a captação de recursos (MORAES, 2011).

Outro desafio está ligado à articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, que necessitam de recursos financeiros disponibilizados apenas por meio de editais, não conseguindo alcançar um número considerável de negócios (LEITÃO, 2011). Além disso, Reis (2008) decorre que as atividades do setor são consideradas investimento de alto risco e essa indefinição conceitual gera, também, um problema de financiamento.

Os empréstimos, concedidos por agências de desenvolvimento e por bancos públicos e privados do país, se constituem basicamente por tomadores de crédito atuantes em setores tradicionais, porém há dificuldades em aportar garantia a um empréstimo por meio de ativos intangíveis, além da incompreensão dos tempos e dinâmicas de funcionamento destes empreendimentos, para a definição de prazos e carências adequados, até uma incompreensão de códigos sociais e culturais dos agentes econômicos (BRASIL, 2011). Howkins (2001) traz a questão da articulação de políticas públicas capazes de constituir múltiplas dimensões da economia criativa como fator primordial.

A educação para competências criativas também se caracteriza como desafio. Há um déficit de ofertas e de possibilidades de qualificação (LEITÃO, 2011). Os artistas carecem de conhecimentos da dinâmica e dos fluxos dos mercados criativos e, além disso, poucos profissionais, integrantes das diversas cadeias produtivas, se encontram qualificados para se relacionar com os setores (BRASIL, 2011).

Há necessidade de capacitação de novos agentes, com visão de mercado, capacidade de gestão e conhecimentos técnicos e artísticos é essencial, porém entra em contraste com relação aos investimentos financeiros da área (LEITÃO, 2011). Howkins (2001) ressalta a questão de se promover a aproximação entre a criatividade e a inovação, permitindo a integração da ciência no cenário das indústrias criativas.

Um outro desafio relaciona-se à infraestrutura de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços criativos (LEITÃO, 2011). A padronização se torna quase que impossível para a construção de políticas que se adequem as diferentes realidades existentes, frente à diversidade de práticas culturais, processos produtivos e tecnologias utilizadas (BRASIL, 2011).

Por fim, Howkins (2001) questiona a urgente indispensabilidade da revisão dos marcos regulatórios da propriedade intelectual em função do poder público que se encontra largamente submetido aos interesses das grandes corporações. Há a necessidade de se pautar a discussão no sentido de avanço do arcabouço jurídico favorável ao desenvolvimento dos setores criativos (BRASIL, 2011).

Em relação aos desafios enfrentados pelo poder público com a Economia Criativa no país, foram listadas uma série de iniciativas a serem implementadas pelo Ministério Público, que atuará com diversos parceiros tanto da esfera pública, como da esfera privada.

Dentre essas iniciativas, está a institucionalização de territórios criativos, o desenvolvimento de pesquisas e monitoramento, o estabelecimento de marcos regulatórios favoráveis à economia criativa brasileira, fomento técnico e financeiro voltado para negócios e empreendimentos dos setores criativos, promoção e fortalecimento de organizações e a formação para competências criativas de modo a promover a inclusão produtiva (BRASIL, 2011).

O Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011) também ressalta a necessidade do desenvolvimento de Territórios Criativos (Rede Brasileira de Cidades Criativas, Polo Criativo e Bacia Criativa), além de estudos e pesquisas, que mapeiem informações sobre a economia criativa, o fomento a empreendimentos criativos, também se faz necessário e junto dele, a criação de escritórios e agências nacionais e internacionais voltados para o atendimento e apoio aos profissionais e empreendedores. O fomento e formação de redes e coletivos e a gestão de empreendimentos e formação para gestão de negócios criativos e gestão de carreira de profissionais e técnicos, através das Residências Criativas (FIRJAN, 2014).

2.3.2 Facilitadores das políticas públicas e economia criativa

O setor público tem assumido um papel fundamental para o processo de desenvolvimento local, sendo um estimulador das inovações fundamentais. Neste sentido as condições econômicas, sociais e culturais são variáveis importantes para inovação, por captar novos paradigmas para o desenvolvimento econômico local (MARTINELLI; JOYAL, 2004).

Assim, orientações estratégicas e diretrizes do poder público são essencialmente importantes para as mais diversas políticas públicas (econômicas, culturais, sociais, ambientais entre outras), que influem de maneira direta no desenvolvimento da economia criativa (MARTINELLI; JOYAL, 2004).

Segundo Mata (2007), para a definição e construção de políticas públicas é importante ressaltar que cada localidade tem uma cultura singular, uma realidade socioeconômica única. Para tanto, as definição e construção políticas públicas devem ser adequadas a cada realidade. Através da estrutura de incentivos públicos, as inter-relações estabelecidas entre agências públicas, agentes culturais e o contexto de ação (local, nacional e internacional) e das diversas esferas de atividades da economia criativa.

O quadro logo abaixo possui alguns dos principais facilitadores relacionados às políticas públicas no país, sejam no âmbito internacional, nacional, estadual ou mesmo municipal.

Quadro 1: Órgãos facilitadores de políticas públicas em economia criativa.

Órgãos facilitadores de políticas públicas em economia criativa		
Esfera	Órgão	Conceito
Internacional	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)	A UNCTAD é órgão da assembleia geral da Organização das Nações Unidas (ONU). Tem sido utilizada pelos países subdesenvolvidos como um grupo de pressão. Incrementa o comércio internacional para acelerar o desenvolvimento econômico, coordenando as políticas relacionadas com países subdesenvolvidos. Dedicar-se a negociar com os países desenvolvidos para que reduzam os obstáculos tarifários e não-tarifários ao comércio de produtos originários de países subdesenvolvidos (UNCTAD, 2010).
	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO)	Desenvolve projetos de cooperação técnica em parceria com o governo, União, estados e municípios, a sociedade civil e a iniciativa privada, além de auxiliar na formulação de políticas públicas que estejam em sintonia com as metas acordadas entre os Estados Membros da Organização (UNESCO, 2002).
Nacional	Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES)	O BNDES desenvolve programas com o objetivo de apoiar o plano de negócios de empresas das cadeias produtivas da cultura, como o audiovisual, editorial e de jogos eletrônicos, incluindo a criação e desenvolvimento de produtos, além dos investimentos corporativos tais como treinamento e marketing. O BNDES reconhece a importância dos setores ligados às indústrias criativas e

		por isso, de 2005 até 2012, o Banco desembolsou cerca R\$ 1,5 bilhão para projetos dessa área (BNDS, 2017).
	Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural (SEFAC)	Sua missão é promover a intersetorialidade das políticas públicas de Cultura com as políticas de Educação, tendo a atribuição de formular programas de formação artística, cultural e profissionalizante, assim como a capacitação de professores, agentes culturais, arte-educadores e educadores populares, com o intuito de reconhecer e promover a diversidade cultural brasileira nos espaços educativos formais em cooperação com o Ministério da Educação (SEFAC, 2017).
	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Busca promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das microempresas e empresas de pequeno porte do Estado do Ceará (SEBRAE, 2016).
	Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC)	É uma impulsionadora do desenvolvimento social e econômico do Estado, estimulando a competitividade, gerando novos negócios, e fortalecendo vínculos institucionais (FIEC, 2017).
Estadual	Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE)	Busca implementar ações estratégicas de desenvolvimento econômico autossustentável, envolvendo iniciativas de fortalecimento dos sistemas produtivos formal e informal, visando à efetividade das ações do Município de Fortaleza (SDE, 2017).
	Secretaria da Cultura do Ceará (SECULTCE)	Responsável executar, superintender e coordenar as atividades de proteção do patrimônio cultural do Ceará, difusão da cultura e aprimoramento cultural do povo cearense (SECULTCE, 2016).
Municipal	Secretaria de Cultura de Fortaleza (SECULTFOR)	Responsável pela formulação e coordenação de políticas públicas de Cultura no município de Fortaleza (SECEULFOR, 2017).

Fonte: Autor da pesquisa (2018).

O estudo de caso abordado na presente pesquisa se utiliza como fonte de pesquisa os facilitadores das políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa a nível estadual e municipal. São fonte de pesquisa os órgãos: SEBRAE, SECULTCE e SECULTFOR. As universidades UFC e UECE também estão na pesquisa, pelo fato de terem potencial formativo e influenciador nas comunidades que estão ligadas à elas de alguma forma.

3 METODOLOGIA

Nesta sessão, apresenta-se a metodologia da pesquisa, com destaque para sua tipologia, definição das suas unidades de análises e sujeitas da pesquisa, a coleta e análise dos dados, na busca por responder de que modo as políticas públicas contribuem para o desenvolvimento dos princípios norteadores da economia criativa no estado do Ceará.

3.1 Tipologia da pesquisa

A presente pesquisa é do tipo qualitativa, pois, além de não utilizar instrumentos de análise estatística avançados, nela identifica-se uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, através de um vínculo forte entre o objetivo e a subjetividade (significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes) do sujeito que não pode ser transmitida e reduzida em números, e corresponde a um espaço mais abrangente das relações, dos processos e dos fenômenos (MINAYO, 2001).

Quanto aos objetivos, possui enfoque descritivo. Para Santos (2007, p. 28), “a pesquisa descritiva é um levantamento das características conhecidas que compõem o fato / fenômeno / processo escolhido”. Além de descrever as características de determinadas populações ou fenômenos, possuindo como peculiaridades a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática (GIL, 2008).

A presente pesquisa se caracteriza como descritiva, pois descreve características das políticas públicas na economia criativa no contexto do Ceará. Em relação aos meios, a pesquisa se caracteriza como documental e de campo. Documental, porque se valeu de dados levantados em documentos que não receberam tratamento analítico. De campo, pois é uma pesquisa que observa de fatos e fenômenos exatamente como ocorrem realmente (GIL, 2008).

No caso da presente pesquisa, é de campo em virtude da realização de entrevistas e questionários com informantes com o objetivo de captar as explicações e interpretações das políticas públicas no contexto da economia criativa no Ceará.

3.2 Unidades de análise e sujeitos da pesquisa

Para realização da presente pesquisa, utilizaram-se como unidades de análises órgãos que estão relacionados às políticas públicas voltadas para economia criativa no Ceará, são eles: Universidade Federal do Ceará, Universidade Estadual do Ceará, Secretaria da Cultura do Ceará, SEBRAE/CE e o Ponto de Cultura Escola Livre Teatro da Boca Rica. A escolha se deu pela abertura que as organizações mostraram ter, além de sua relação com a economia criativa

no estado. Algumas outras organizações mostraram processos burocráticos intensos, que dificultaram a aproximação para a realização da pesquisa.

As organizações que participaram do trabalho se mostraram bastante acessíveis para o desenvolvimento da pesquisa, facilitaram contatos dos responsáveis das áreas procuradas como alvo do estudo. Para as mesmas, a pesquisa trará bons resultados para a economia criativa cearense, possibilitando novos acessos e embasamentos para seu desenvolvimento.

A maior dificuldade para o acesso dessas organizações esteve em encontrar os indivíduos certos para o início de um contato mais direcionado à pesquisa. Havia uma certa confusão nos órgãos públicos na identificação da atribuição dos cargos dos colaboradores alvo para a realização das entrevistas, fazendo com que o acesso até a pessoa certa se tornasse um pouco mais demorado.

Como sujeitos de análise para a pesquisa, foram escolhidas pessoas que estão relacionadas às políticas públicas voltadas para economia criativa no estado do Ceará, dentro de cada instituição abordada, considerando-se a relevância destes sujeitos em função do cargo exercido e da expertise no campo de economia criativa e políticas públicas. Foram atribuídos códigos de identificação, conforme o quadro abaixo.

O quadro abaixo sintetiza os sujeitos de pesquisa através de uma breve descrição sobre sua formação acadêmica e função nas organizações estudadas.

Quadro 2- Síntese Sujeitos de Análise

Código	Instituição	Cargo	Formação
E-01	UFC	Docente e Pró-Reitora Adjunta de Gestão de Pessoas da UFC	Bacharel, mestre e doutora em Administração, pós doutora em administração de marketing.
E-02	UFC	Docente, pesquisador do CAEN-UFC e pesquisador visitante do IPEA, além de ser líder do RIC	Bacharel, mestre e doutor em Economia, Pós doutor em Economia ciências Econômicas.
E-03	UECE	Docente UECE e ex-ministra de Cultura	Graduada em Direito e em Educação Artística. Mestra em Sociologia Jurídica e doutora em Sociologia.
E-04	SEBRAE	Articulador de políticas públicas	Graduação e Especialização em Jornalismo.
E-05	SecultCE	Coordenadora pedagógica do Laboratório de Produção Cultural do Curso Técnico em Produção de Eventos Culturais e gestora do Cineteatro São Luiz e do Minimuseu Firmeza	Bacharelado em Ciências Sociais, pós-graduada em Administração e Gestão de Eventos.

E-06	Teatro da Boca Rica	Docente UECE e diretora do Teatro da Boca Rica	Doutora em Artes Cênicas, Mestre em Sociologia na e bacharel em Serviço Social.
------	---------------------	--	---

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2018).

3.3 Coleta e análise dos dados

Primeiramente, realizou-se uma pesquisa documental e a construção do referencial teórico para embasamento sobre o tema. Em seguida, uma pesquisa documental foi realizada, buscando-se, nos sítios das organizações na internet, dados importantes sobre as próprias organizações, como missão e tempo de existência, e dados relevantes sobre as políticas públicas e sobre a economia criativa no Ceará. Nessa busca, foram encontrados dados sobre as organizações, mas nenhum dado sobre as políticas públicas e nem sobre a economia criativa no Ceará.

Em seguida, foi realizada uma pesquisa de campo, que segundo Gil (2008) busca o aprofundamento de uma realidade específica, sendo realizada por meio de entrevistas semiestruturadas e questionários. Nesta etapa, busca-se verificar quais políticas públicas e ações estão sendo desenvolvidas no Ceará voltadas para o desenvolvimento da economia criativa e analisar as contribuições do setor público em relação aos princípios norteadores da economia criativa: diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social (BRASIL, 2011).

3.4 Instrumentos

Os instrumentos para coleta de dados eram direcionados para catar a percepção em através de duas vias, na primeira, buscava-se entender a percepção do entrevistado, já na segunda, como a organização via o princípio em questão, além de como incorporava práticas que a ligassem o tema em questão.

O quadro sintetiza a estrutura do roteiro de entrevistas e do questionário, relacionados às perguntas e aos objetivos específicos do estudo.

Quadro 3: Síntese dos instrumentos de coleta.

Objetivos específicos	Princípio Norteador	Questões dos instrumentos de coleta	
		Roteiro de entrevista	Questionário
1	Diversidade Cultural	1-7	1-8; 33-36
2	Sustentabilidade	8-15	9-17; 37-40
3	Inovação	16-23	18-26; 41-44

4	Inclusão Social	24-31	27-35; 45-48
---	-----------------	-------	--------------

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2018).

3.4.1 Roteiro de entrevista

O roteiro de entrevista (apêndice 1) foi dividido em cinco seções, quatro seções tratavam dos agentes norteadores da economia criativa: diversidade cultural, sustentabilidade, inclusão social e inovação e a quinta seção tratava das políticas públicas. Cada seção possuía 9 perguntas que buscavam descobrir o significado, a relevância, a ocorrência, a aplicação, os facilitadores e os obstáculos de cada agente norteador da economia criativa e das políticas públicas em cada organização.

O roteiro foi construído após se elencar as principais palavras chaves que ajudariam a se chegar nas respostas correlacionadas ao objetivo da pesquisa, logo, foi estruturada uma sequência lógica e organizada para que as perguntas mantivessem um padrão e ordem que facilitassem sua aplicação. Priorizou-se frases diretas e bastantes simples, para que não houvesse entendimentos diferentes entre os entrevistados a respeito do tema.

3.4.2 Questionário

No apêndice 2, se utilizou a escala de Likert que, segundo Marconi e Lakatos (1996), busca medir atitudes e comportamentos e níveis de opinião em uma escala intervalar, além de medir proporções do mais desfavorável ao mais favorável. Divididas em cinco níveis, as respostas da escala variam de 0 a 4, quanto maior o numeral, maior é a concordância do correspondente sobre o item em questão, para tal análise, o questionário foi construído com quarenta e oito (48) questões, todas relacionadas aos princípios da economia criativa.

As perguntas do questionário estão subdivididas em temas, que buscavam responder cada um dos objetivos da pesquisa, seguindo os princípios norteadores da economia criativa: diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social (BRASIL, 2011).

O questionário foi dividido em três seções, a primeira seção com afirmativas que buscavam verificar a visão do entrevistado em relação à temática, a segunda seção com afirmativas que buscavam verificar a visão da organização sobre a temática e a terceira seção com afirmativas que buscavam verificar a visão do entrevistado em relação à organização e à temática.

3.5 Pesquisa de campo

Houve uma certa dificuldade perante os órgãos para se encontrar as pessoas corretas para a realização das entrevistas e da aplicação do questionário, porém, uma vez encontrado os responsáveis, a comunicação ficava muito mais fácil e os mesmos se mostravam muito mais acessíveis e dispostos para contribuir com o trabalho.

O contato foi realizado através de e-mails que continham anexados cartas de orientação do trabalho, além dos anexos e um breve resumo do que se tratava o estudo. Em síntese, a dificuldade do acesso foi muito mais burocrática e causada pela forma que as organizações estão estruturadas.

O contato dos entrevistados veio através dos próprios órgãos ao qual fazem parte, foram realizadas ligações e visitas às instituições até se conseguir o contato dos mesmos. Há uma média de 15 dias até se chegar ao contato correto do entrevistado e mais 15 dias para a reunião e aplicação dos instrumentos do estudo.

A realização das entrevistas e aplicação de todos os roteiros de entrevistas tiveram em sua totalidade o período de aproximadamente quatro meses para serem concluídos, acontecendo durante o início do ano de 2017.

As entrevistas tiveram duração média de 1 hora, além dos 15 minutos necessários para se responder o questionário. As mesmas aconteceram de maneira pessoal, lotadas nos respectivos escritórios dos entrevistados, com exceção do entrevistado E-03, sua entrevista foi realizada via Skype.

3.6 Análise dos dados

A análise dos dados da pesquisa, resultante da realização das entrevistas, foi realizada através da técnica de análise de conteúdo por temas (ou análise temática), que conforme Richardson *et al.* (1999, p.243) “consiste em isolar temas de um texto e extrair as partes utilizáveis, de acordo com o problema pesquisado, para permitir sua comparação com outros textos escolhidos da mesma maneira”. As seguintes categorias foram definidas baseadas nos objetivos da presente pesquisa:

- 1) contribuições quanto à diversidade cultural;
- 2) contribuições quanto à sustentabilidade;
- 3) contribuições quanto à inovação;
- 4) contribuições quanto à inclusão social.

Para os dados quantitativos, gerados a partir dos questionários, foi utilizada a técnica de tabulação.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção está dividida em duas partes: a primeira trata da análise descritiva dos dados que está relacionada aos resultados obtidos pelos questionários da pesquisa e a segunda se refere a uma análise qualitativa dos dados, baseando-se nos resultados advindos das entrevistas realizadas.

4.1 Análise descritiva dos dados

Através dos resultados advindos dos questionários, pode-se constatar que na visão dos participantes da pesquisa, todos os quatro pilares da economia criativa possuem relevância evidente, sendo sumariamente muito valorizada por todos. É importante se atentar para o fato de que quanto maior a importância, maior é o trabalho para que algo se desenvolva e prolifere e é justamente o que é esperado para os quatro pilares, um crescimento cada vez maior e que tal crescimento possa gerar uma diversidade de ideais, uso sustentável, criação de novas oportunidades e uma maior inclusão.

Com relação à diversidade cultural, foi unânime a identificação dos entrevistados e das organizações com a pluralidade brasileira, além de também reconhecerem tal pilar como ferramenta diferenciadora e competitiva, ressaltando-se a necessidade de valorização dos múltiplos talentos existentes em função da diversidade para um melhor desempenho organizacional. Tal fato mostra o quanto a diversidade está presente em nosso dia a dia, sendo marcante e utilizada para o desenvolvimento através das várias facetas e cenários que o princípio possibilita.

A questão do preconceito com raças e gêneros levanta um pouco de discordância, uma vez que há divergências entre o que acontece nas organizações e a ótica do entrevistado. Todas as organizações desconsideram a questão da etnia para a seleção em cargos, porém o preconceito tanto racial como também o de gênero são apontados como presentes na realidade das instituições, por mais que seus colaboradores não concordem com o ocorrido.

Os resultados apontam que para todos os participantes da entrevista, as respectivas instituições ao qual fazem parte buscam a minimização dos impactos no ambiente causados pela realização de seus serviços, o que mostra um apreço de todas pelo princípio da sustentabilidade. A ecoeficiência e a grande valorização dos recursos são apontadas universalmente como indispensáveis na visão das organizações e na de seus colaboradores.

Em relação ao consumo consciente, apenas uma organização apontou como indiferente em sua realidade, divergindo da ideia de seu gestor que acredita em sua importância. O descarte correto de materiais também é colocado como de suma importância pelos gestores, porém uma

das instituições ainda não o realiza. Porém, há a necessidade de conscientização dos colaboradores.

Para o princípio da inovação, destaca-se sua grande importância para a identificação de oportunidades, é apontado por todas as organizações e todos gestores como muito importantes, assim como também a questão da descoberta de novas soluções viáveis e do pensamento estratégico, colocados com o máximo de importância por todos os sujeitos da pesquisa.

O único quesito que gerou discordância se relaciona aos riscos do processo de inovação. Para os entrevistados, isso deve acontecer de uma maneira maior, diferente da abordagem mais conservadora tida pelas organizações. Por fim, em virtude do conservadorismo, sente-se a falta da implementação de novos métodos e práticas pelas instituições, por mais que o princípio seja bem visto e tenha seu valor reconhecido por todas.

Em função da inclusão social, os resultados apontam para uma busca de geração de oportunidades para todas as parcelas da comunidade pela totalidade das instituições indo ao encontro da ideia dos gestores que também acreditam na importância do tema, porém há um desacordo entre o que os entrevistados veem como essencial e do que realmente acontece nas organizações.

Os entrevistados e as organizações dividem a mesma opinião a respeito do direito de acesso a produtos por todas as parcelas da população, além do acesso aos serviços sociais de qualidade para todos, onde as premissas possuem o máximo de relevância.

O acesso dos recursos produtivos pela população de maior vulnerabilidade social não possui total aprovação, uma das organizações ainda vê pouca importância para a premissa. O princípio da inclusão é reconhecido, porém um amadurecimento das instituições é sugerido, uma vez que o mesmo não ainda não alcançou todo seu potencial transformativo nas ações das organizações.

Para o princípio da diversidade cultural, destaca-se que grande parte das organizações em questão possui influências nacionais e internacionais, valorizando as múltiplas manifestações culturais, apenas uma instituição colocou a premissa como pouco importante.

Para a sustentabilidade, por mais que seja apontado que as instituições tenham o conhecimento da importância das práticas relacionadas ao princípio, em uma das instituições ainda não se promove nada relacionado à reciclagem ou à conscientização do negócio.

Todas das organizações desenvolvem produtos ou serviços novos para o mercado, porém apenas três delas costumam implementar práticas de marketing e gestão e quatro das cinco organizações implementam melhorias em seus produtos.

Em relação a inclusão, apenas três instituições promovem ações sociais que envolvam as famílias dos colaboradores ou então a comunidade, além disso, também só três das instituições busca envolver comunidades desfavorecidas em seu processo produtivo. O que atenta em tais resultados, liga-se à questão de que todas as organizações buscarem promover e gerar oportunidades para seus colaboradores, onde também a totalidade promove qualificação dos profissionais envolvidos em seu processo produtivo.

4.2 Análise qualitativa dos dados

A análise qualitativa dos dados tem enfoque nos resultados advindos das entrevistas com relação às influências exercidas pelas políticas públicas para os quatro pilares da economia criativa.

4.2.1 Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à diversidade cultural

A respeito do significado, para E-04, “a diversidade cultural se relaciona aos diversos aspectos de cultura das populações com quem a comunidade dialoga”. O que integra o conceito E-05, onde para ela, “é a pluralidade e riqueza das manifestações das culturais, o modo de se fazer e entender o povo”.

Havendo convergência com o conceito de E-01, a professora da Universidade Federal do Ceará acredita na multiplicidade de saberes, para a docente, “a diversidade cultural é a interação com muitas áreas do conhecimento, possuindo o bom convívio com todas elas de maneira integrada, uma ajudando a outra a desenvolver alguns aspectos específicos de cada área, mas que integradas geram uma algo melhor em termos de geração de conhecimento e cultura”.

E-02 traduz a diversidade como a raiz, a evolução da identidade do território, uma riqueza não física e sim, uma riqueza intangível de um espaço que traz consigo diversas identidades, visões, narrativas, valores que são importantes para a evolução da mesma.

Gurgel (2011) e Hanashiro e Carvalho (2005) acreditam na diversidade como relacionada a tudo que apresenta múltiplos aspectos, como a multiplicidade, pluralidade, heterogeneidade, variedade, assim como diferentes visões de ângulos ou de abordagens.

Assim como Mira (2014) que aponta para a questão de a diversidade ser formada por um verdadeiro mix de pessoas, E-02, também segue a mesma ideia, acreditando que se trata de um verdadeiro mix entre o conjunto de expressões culturais, legados civilizacionais,

biodiversidades, todas as expressões dos seres humanos do planeta, ritos, festas, produtos, signos e formas de viver e estar no mundo.

O que tem total afinidade com a visão de E-05, que conceitua como: “pluralidade e riqueza das manifestações das culturais, um verdadeiro modo de fazer e entender o povo”. Sendo considerada pela (UNESCO, 2002) ferramenta ampliadora das possibilidades de seleção de escolha para os indivíduos.

Além disso, E-04 acredita que se trata do respeito aos diversos aspectos de cultura das populações com quem a comunidade dialoga, tendo a grandiosa extensão territorial do país como um dos principais motivos para a expansão das variações regionais e formação de diversidade cultural no país (TAGLIAPIETRA; BERTOLINI, 2007).

Para E-02, “a cultura é um verdadeiro ativo econômico, que deve ser valorizado e protegido para seu avanço e desenvolvimento”, ideia esta, que dá ênfase à Mira (2014), que trata a diversidade cultural como norma estabelecida aos pedidos de recursos financeiros de apoio à cultura. E-02 afirma ainda que se deve beber da diversidade para se ter sucesso, isto é devido por suas cores e narrativas, sendo necessário o sentimento de pertencimento e conhecimento de seu valor simbólico. O que confirma a ideia de Castro (2002), onde, para ele, a cultura constitui em uma sociedade uma verdadeira base de valores, padrões e modelos-comuns, conferindo a mesma, identidade.

E-04 coloca que a importância da diversidade cultural é enorme, já que através do respeito da mesma, valorizam-se os aspectos, traduzindo-os em ganhos para a população, além da possibilidade de diferenciação de mercado. O que para (SAJI, 2005) é de total importância no cenário organizacional por possibilitar a diversificação dos negócios e atividades, miscigenando ainda mais as culturas organizacionais. Para E-01, “é o verdadeiro sentido da universidade, é o universo de saberes em uma unidade, é o que justifica a existência da mesma”.

E-02 acredita que uma sociedade que possui diversidade cultural é aquela que vive dentro de uma polifonia de vozes, de gostos, de estéticas, de éticas, de comportamentos e de cursos, tornando-se a melhor das sociedades. Há uma crítica pela mesma entrevistada, Rachel afirma que: “os padrões mercadológicos fazem com que as sociedades percam sua cultura e originalidade, vivendo a margem do que deveriam viver”.

Para E-04, as manifestações culturais presentes no SEBRAE são advindas da própria cultura, além da valorização de seus aspectos nos projetos da organização. Já E-01, acredita que as manifestações na UFC acontecem tanto do ponto de vista geográfico, pois existem pessoas oriundas de vários lugares, inclusive outros países, como a partir de outros conhecimentos, áreas de estudo que convivem em conjunto.

Através da economia criativa, se garante a originalidade e a originalidade, possibilita um desenvolvimento sustentável maior, nutrindo capacidades e valores (BRASIL, 2011). Da mesma forma, E-01 acredita na mesma como geradora de propostas para novos produtos, sejam eles bens ou serviços. “Partindo do princípio que a economia criativa tem como matéria prima o conhecimento e o saber, podendo-se gerar novos design de produtos e novas propostas de processos”. Para E-02, “a ignorância se alimenta junto do preconceito, havendo toda uma importância para a quebra do ciclo vicioso, em função do bom funcionamento das políticas”.

O quadro logo abaixo traz um apanhado geral a respeito dos conceitos da diversidade cultural para os participantes da pesquisa.

Quadro 4: Síntese da percepção da diversidade cultural.

Diversidade Cultural	
Significado	<p>“Interação com muitas áreas do conhecimento, ajudando a desenvolver alguns de seus aspectos específicos (E-04) ”.</p> <p>“Geradora de novas ideias e contrastes, garantidora de originalidade (E-01) ”.</p> <p>“Evolução da identidade do território, riqueza intangível com diversas narrativas, visões e valores (E-02) ”.</p> <p>“Ativo econômico que deve ser valorizado e protegido para seu avanço e desenvolvimento (E-01) ”.</p> <p>“Possibilita a diversidade dos negócios e atividades organizacionais, miscigenando as culturas (E-04) ”.</p>
Presença	“Presente nas organizações e valorizadas por suas culturas (E-04) ”.
Desafio	“Quebra do ciclo vicioso causado pela ignorância e pelo preconceito (E-02) ”.

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2018).

4.2.2 Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à sustentabilidade

Traduzindo o significado de sustentabilidade, para E-05, é o ato de tornar um processo viável, de modo que o mesmo continue sendo feito e se mantendo ao longo do tempo, beneficiando a todos que participam dele ou são impactados por ele. Para E-01, a sustentabilidade é dividida em três pilares, o da sustentabilidade econômica, o ambiental e o social, esses três pilares caminham juntos e impactam diretamente a sociedade.

E-03 crítica, pois, uma vez que para ela, a sustentabilidade é vista como um estereótipo da comunicação, algo muito falado, mas que poucos sabem bem o que é, ou ao que a palavra se refere, porém, possuindo vital importância tanto para as organizações, quanto para a sociedade em geral. A entrevistada também acredita que esse conceito precisa ser melhor exposto para a sociedade para que assim, venha a obter resultados mais eficientes.

Retomando a visão de E-05, a sustentabilidade é de suma importância para a organização, pois é ela que vai perpetuar o relacionamento da organização com os seus clientes, fornecedores e parceiros ou mesmo, assim como afirma (SAVITZ; WEBER, 2007), a sustentabilidade está para gerar lucros e atender a expectativa dos acionistas.

Para E-06, ela é importante porque estimula a criatividade no sentido da inovação e do repensamento da criação, pois é necessário criar formas para que a organização se autossustente, ou seja, fazer sustentabilidade.

Já para E-03, como as organizações são organismos vivos, a sustentabilidade não é importante, mas obrigatória para que a organização sobreviva ao longo do tempo. A premissa entra em convergência com (MUNCK; SOUZA, 2009), que acreditam na necessidade do princípio para o alcance de benefícios tangíveis e intangíveis das organizações.

E-05 acredita que a sustentabilidade se manifesta de diversas formas dentro da organização, é um mecanismo que cria um relacionamento com seus participantes. O mesmo entrevistado ainda afirma que “ela se manifesta também dentro da organização, pois existem práticas sustentáveis que são estimuladas no próprio ambiente da organização como, por exemplo, o uso consciente dos recursos que são oferecidos para o consumo diário, a exemplo da água e da energia”. O que para (UNITED NATIONS, 2012) possui grande importância dentro do processo de desenvolvimento de políticas públicas que visam o crescimento sustentável (UNITED NATIONS, 2012).

E-03 relata que “a UECE trabalha em prol da sustentabilidade, a atividade de pesquisa universitária é muito importante e muito definidora dessa contribuição”. O mesmo apontou ainda um exemplo de pesquisa voltado à sustentabilidade, uma pesquisa desenvolvida por um curso na UECE que é voltada a estudar formas de sustentabilidade no semiárido cearense.

Ainda na visão de E-03, é necessário que essas pesquisas contribuam com o estado para que seja iniciado um ciclo duradouro que envolva universidade, governo, empresas e sociedade. O que é confirmado por Soares, Navarro, Ferreira (2004) que acreditam na diminuição dos impactos no meio ambiente como forma de eliminar gastos desnecessários, e assim, obtendo maior economia em médio prazo.

E-01 relata que a sustentabilidade tem se manifestado na UFC primeiro de maneira formal, pois foi criada uma área de sustentabilidade na pró-reitoria de planejamento, e essa área de sustentabilidade hoje segue como orientadora de ações de sustentabilidade na própria universidade desde o uso de papel até o uso inteligente de recursos. “Existe também um fator macroambiental que está relacionado a isso, que é a recessão, além da falta de dinheiro. Outra forma é a própria consciência, está entrando na universidade uma geração de alunos mais

conscientes, porque vem de escolas primárias que já vem mostrando o conceito de sustentabilidade”.

E-02 acredita que “a sustentabilidade na UFC tem se apresentado na parte fiscal e financeira, como já foi dito, ela precisa da sustentabilidade para se manter”. E-05 afirma que os principais desafios enfrentados pelo princípio estão relacionados com a questão de reconhecer e criar ações sustentáveis para se implementar para que possam ser implementadas tanto na vida das pessoas, como também em organizações e no cotidiano de colaboradores, fornecedores e clientes. Para ele, o desafio maior é dar conhecimento de que ações sustentáveis são mais viáveis e possíveis de serem implementados por qualquer pessoa.

E-01 vê uma mudança cultural onde a sociedade abre mão da satisfação do curto prazo, para uma perspectiva de longo prazo como o grande desafio. Ou seja, economiza-se hoje pensando no amanhã, abrindo mão do pensamento individual, para o pensamento coletivo. Além disso, é necessário que cada um perceba que mesmo individualmente, também se pode fazer a diferença. Tornando os incentivos como verdadeiros captadores de novos adeptos e de mudança de pensamento COSTA; *et al*, 2016).

E-02 possui uma visão semelhante, acreditando ser a ignorância o maior desafio a ser enfrentado, segundo ele “a ignorância não é o nível de escolaridade não, a ignorância é consciência sobre a importância das coisas, dos valores, do passado, do futuro, porque sustentabilidade tem a ver com as próximas gerações”.

Para E-05, não existe uma questão de sustentabilidade específica que deva ser valorizada para a área de economia criativa. Já E-03, afirma que “a economia criativa possui um grande potencial de crescimento e geração de renda e emprego e que ações de sustentabilidade devem ser mantidas em paralelo para que essa geração de renda e emprego se mantenham ao longo do tempo”.

E-01, relata que “a inovação em materiais pode ser uma grande ação sustentável de economia criativa. Isso pode ser um grande avanço a criação de novas ideias de produtos e serviços oriundos de matérias primas reutilizáveis. Para isso, é necessário quebrar o paradigma de que o produto reciclado possui baixa qualidade, está na hora do consumidor entender que a qualidade é igual, ou melhor, e que o preço não precisa ser mais alto, podemos fazer a união da economia criativa com a sustentabilidade”.

Na visão de E-02, “a economia criativa pode se desenvolver que nem a economia do forró, que está crescendo desde os anos 90. O São João e o carnaval também podem ser exemplos de economia criativa que se desenvolvem de maneira sustentável”. Segundo E-05, existe uma legislação de valorização de aspectos de sustentabilidade e a atitude das empresas

de implementar esses aspectos de sustentabilidade nos seus ambientes, mas não foram citadas nenhuma.

Para E-01, “a lei dos resíduos sólidos é uma política pública com efeito, que tem melhorado a logística reversa. O poder público tem feito um trabalho sério com o sindicato dos catadores, onde existe uma geração de emprego e renda, redução do lixo e o reaproveitamento desse recurso como matéria prima para a produção de outros produtos”. Com isso, pode-se concluir que há um certo investimento por parte de tal esfera, assim como deveria ocorrer segundo (BRASIL, 1988).

Em relação a instituições facilitadoras da sustentabilidade, E-04 não citou órgãos específicos, mas procuram as empresas e órgãos que trabalham com ações de sustentabilidade e procuram sempre o padrão internacional de sustentabilidade. Já na visão de E-01, “as cooperativas podem servir de orientadoras de novas propostas de trabalho para evitar essa geração de resíduo”.

Ainda na visão de E-01, todas as instituições que são provocadas podem ser instituições facilitadoras da sustentabilidade. E-06 acredita ainda que “as leis de incentivo como a Lei Roannet, leis de incentivo fiscal estadual, Sistema S, prefeituras, parceria com cooperativas e atividades afim (ONGS) são importantes instituições que reforçam a questão da sustentabilidade”.

O quadro a seguir sintetiza os conceitos relacionados à sustentabilidade que foram apresentados pelos convidados durante as entrevistas.

Quadro 5: Síntese da percepção da sustentabilidade.

Sustentabilidade	
Significado	<p>“Tornar um processo viável de modo que o mesmo tenha perpetuidade ao longo do tempo (E-05) ”.</p> <p>“Mecanismo que cria relacionamentos com seus participantes trazendo continuidade dos processos (E-05) ”.</p> <p>“Perpetua o relacionamento da organização com clientes, parceiros e fornecedores (E-05) ”.</p> <p>“Ativo econômico que deve ser valorizado e protegido para seu avanço e desenvolvimento (E-05) ”.</p> <p>“Possibilita a diversidade dos negócios e atividades organizacionais, miscigenando as culturas (E-06) ”.</p>
Presença	<p>“Presente formalmente, instigada por ações, avisos e trabalhos de conscientização (E-05) ”.</p> <p>“Presente informalmente, através do ganho em cadeia que acontece após um estabelecimento de políticas bem definidas (E-02) ”.</p>
Desafio	<p>“Fazer que seja conhecimento de todos que ações sustentáveis sejam mais viáveis de serem implementadas por qualquer pessoa (E-03) ”.</p>

	“Ignorância das gerações atuais (E-02) ”.
--	---

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2018).

4.2.3 Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à inovação

Em busca de definir o significado de inovar, E-05 acredita que o princípio se traduz como o fato de se reinventar e trazer coisas novas, como algo que muitas vezes nasce do acaso. Para a entrevistada, “inovar necessita de um saber profissional aliado de um conhecimento contemporâneo, são conhecimentos que devem andar juntos, tornando-se importante também para a inovação à união entre os campos artístico e acadêmico”.

Por outro lado, E-03, define inovação como matéria-prima, processo e produto, tudo que provém da criação, da criatividade, tendo a inspiração necessária como insumo base. E-02 acredita que a inovação traz um novo patamar para sociedade, “nem sempre o novo destrói o velho, há coevoluções e convivências que a inovação traz. Ela traz desconforto, descontentamento, na economia o desemprego, por exemplo. Mas caracterizam a evolução do homem”.

E-04 determina como a capacidade das pessoas e das empresas de reinventarem a sua condição. As definições dos referidos representantes das instituições vão ao encontro com o conceito de Thomas e D'Aveni (2009) que tratam a inovação como uma verdadeira forma de vantagem competitiva em um mundo que cada vez mais passa por transformações.

Assim como Schumpeter (1997), que define a inovação como força relacionada diretamente ao desenvolvimento econômico, E-04 acredita que para o SEBRAE há sua relevância, tomando como base o mesmo aspecto, o mesmo afirma que: “é fundamental na medida em que inovar significa estar atendendo demandas e estar sempre buscando solução para que a empresa possa sobreviver no mercado”.

E-03 toma a inovação como fator importante pelo fato da mesma estimular o ambiente onde se desenvolve a economia criativa, além de torná-lo receptivo para o novo, dando vez para quem não tem vez. A inovação para E-01 é um verdadeiro centro da economia criativa, a mesma acredita que “sem este pilar não há como se gerar novos conceitos de negócio de ruas, de praças, de ambiência, de criatividade. Inovação é o berço, é o grande alimento e a matéria prima da economia criativa”.

E-01 afirma que na UFC a inovação se manifesta através dos novos produtos e serviços advindos da pesquisa, além da didática, que pode ser tida como um dos principais desafios para o tema na instituição. Para E-03, “a inovação se manifesta através do insumo para a produção

de qualquer coisa, trazendo uma nova maneira de se fazer tudo, uma nova forma de se traduzir produtos para a sociedade”.

Uma vez que para Drucker (1986) a inovação é vista como diferenciador, transformadora e gerador de vantagem competitiva, No Cinema São Luiz, tal visão é reafirmada, pelo fato da inovação se fazer presente na busca de público para a instituição, ou seja, há a necessidade de se inovar para trazer atrações que despertem o interesse.

As manifestações da inovação relacionadas ao SEBRAE estão tanto nos aspectos de planejamento, como nos aspectos de gestão e busca por ferramentas para a inovação, o que mais uma vez remete à Drucker (1986), por ele relacionar a inovação como um instrumento específico do espírito empreendedor.

Já no Teatro da Boca Rica, a inovação se manifesta através da promoção de atividades ligadas à criatividade na comunidade ao qual está inserido. “Acreditamos na importância de uma maior representatividade da inovação nos cenários da arte e cultura para que os mesmos possam se desenvolver em conjunto”.

Para E-05, o maior problema enfrentado pela inovação está relacionado à questão econômica, para ela: “inovar necessita de grande experimentação e isso requer tempo”. Covin e Miles (1999) acreditam no mesmo, tendo a visão da inovação como meio pelo qual os empreendedores exploram as transformações e novas alternativas.

É uma verdadeira corrida que dentre os obstáculos, enfrenta aspectos como a concentração de renda e as disparidades locais. Na visão do SEBRAE, o principal obstáculo é fazer com que as pessoas conheçam que aspectos de inovação podem fazer a diferença.

E-01 afirma que um dos principais desafios está relacionado à quebra de paradigmas, sendo necessário “estar aberto para a inovação e mudanças de conceitos, além de formas de pensar e agir”. Além disso, cita-se também a criação de novos serviços, novos processos, em conjunto para o benefício da comunidade, seja para a universidade ou para a sociedade em geral.

E-01 acredita ainda que o grande desafio e a grande contribuição da inovação estão relacionados à criação de novos serviços, novos processos, em conjunto para o benefício da comunidade, sejam para o universo acadêmico ou mesmo para a sociedade em geral. Sendo importante ainda, na figura de dar maior competitividade estrutural ao país.

O quadro abaixo resume conceitos referente à inovação que foram mencionados durante as entrevistas.

Quadro 6: Síntese da percepção da inovação.

Inovação

Significado	<p>“Reinventar e trazer coisas novas, podendo nascer do acaso (E-05) ”.</p> <p>“Matéria-prima, processo e produto, tudo o que provém da criatividade, tendo a inspiração como insumo base (E-03) ”.</p> <p>“Capacidade de reinvenção de pessoas e empresas (E-04) ”.</p>
Presença	“Novos produtos e estratégias organizacionais (E-01) ”.
Desafio	<p>“Incentivos econômicos e tempo para as experimentações (E-05) ”.</p> <p>“Quebra de paradigmas culturais (E-01) ”.</p>

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2018).

4.2.4 Contribuições das políticas públicas para economia criativa em relação à inclusão social

Na busca da abstração do conceito de inclusão social, E-05 entende que é permitir que a totalidade das pessoas na sociedade possam desfrutar de benefícios e valores da vida, é dar direitos a todas as pessoas.

Já E-01 acredita que a inclusão social é “dar chance a quem não tem condição social, quem não nasceu em uma família com boa condição financeira, em berço de ouro, mas tem chance de ser incluído socialmente tanto em emprego, como direito a transporte, educação e saúde” O que vai de total encontro com (POCHMANN, 2004), que acredita nos maiores problemas da sociedade advindo da exclusão dos seres em uma sociedade.

Na visão de E-06, inclusão social são políticas e ações que promovem a inclusão de novos atores no campo da cultura com o objetivo de facilitar o acesso a todos da comunidade a algo. É dar acessibilidade para a comunidade, seja no campo da cultura, da arte ou mesmo da educação. Dowbor (1999) acredita no mesmo, pois para o mesmo, há a necessidade de todo um repensamento em relação a interação entre economia, sociedade e educação.

Também é dar raiz a novos atores, verdadeiros insumos que trarão benefício futuro. Para E-02, “as oportunidades devem ser de todos, não se deve haver a exclusão. É papel essencial do estado, ele tem que cuidar das pessoas e oferecer saúde e educação de qualquer nível com qualidade”.

Para o E-05, a inclusão social é importante para fazer a sociedade evoluir, para que ocorra a evolução dos direitos humanos na inclusão econômica das pessoas. Segundo E-01, a inclusão social é importante para a universidade para que ela cumpra seu papel, a universidade pública tem que ter as portas abertas para todas as pessoas. Logo, para o mesmo, “a inclusão social traz a perspectiva de dar direito a todos os alunos, é o papel social da universidade”.

E-02 corrobora com a visão de E-01, afirmando que “a UFC, como qualquer outra universidade pública, é o elo da cadeira que possibilita ou não as oportunidades, é o papel da universidade realizar inclusão social”. Assim como (UNESCO, 2002) que defende políticas de inclusão e integração para o bem-estar social comum.

Na visão de E-06, “a importância é o trabalho com a comunidade, promovendo eventos, curso e com isso, a inserção de todas as camadas da comunidade, desenvolvendo novas relações de aprendizado, disseminação e expansão de conhecimento. Também é objetivo a união de ações para que o impacto na comunidade como um todo seja bem maior”.

Dentro do SEBRAE, segundo E-05, a inclusão social se manifesta através do atendimento, eles atendem qualquer pessoa que procura a entidade. Já para E-01, dentro da UFC se manifesta a partir das ações afirmativas, as vagas para quem tem necessidades especiais, ou para quem vem de escola pública, ou para quem vem de condição financeira menor, são exemplos.

E-01 ainda afirma que a inclusão social se manifesta de outra forma, além dessas citadas “...e principalmente a partir dos projetos de extensão, a universidade tem um braço extencionista lindo, onde são realizados trabalhos comunitários, então é levar a universidade e o conhecimento aos que precisam, é assim que a universidade exerce seu papel de inclusão social”. Ainda dentro da UFC, E-02 afirma que a inclusão social se manifesta dentro das salas de aula, onde o tratamento a todos tem que ser igualitário.

Para E-05, o principal desafio da inclusão social é “o desafio de alcançar o maior número de pessoas que possam se beneficiar com o trabalho que é realizado por nós”. Já para E-01, de uma maneira geral, é realizar essa inclusão social sem paternalismo, fazer entendendo que benefício social não é acomodação. O que entra em acordo com (RAICHELIS, 2006) que tem para si a inclusão como uma legítima resposta frente aos crônicos problemas sociais.

Segundo E-01 “na universidade, outro desafio, entender que quando se faz inclusão social dentro do curso de odontologia, por exemplo, o curso do aluno de odontologia recai sob o estado, que não recebe dinheiro em virtude de ter um aluno que não pode bancar o curso, então assim, o grande desafio é depois de incluir, dar continuidade, daquele aluno, por exemplo, continuar seu curso com as mesmas condições do aluno que possui recursos próprios para se manter”. O que retoma para (SILVER, 2005), que defende o aumento da responsabilidade do Estado em função da inclusão.

Segundo E-05, não existe nada específico em relação a inclusão social dentro da economia criativa, para eles é a mesma questão em qualquer setor produtivo. Já na visão de E-01, “utilizando esse contingente de pessoal incluído para a geração de novos produtos, serviços,

design, coisas diferentes, que você pode gerar renda, que uma das propostas da economia criativa”. E-01 ainda exemplifica “uma das coisas que a gente poderia interferir mais é no artesanato local, o artesanato é muito lindo, mas é muito igualzinho, a renda que se compra em uma barraquinha ou numa feira é muito similar.

Quando se gera uma inclusão social, se gera conhecimento e criatividade a partir desse ponto se geram novos produtos, produtos diferentes dos outros que chamam atenção fazendo assim acontecer a economia criativa”.

Na visão de E-02, “iniciativas autônomas de comunidades, bairros e grupos que acabam ingressando na economia criativa. Esses grupos menos favorecidos não têm tanta força para disputar com o mercado e outros grupos com meios financeiro e tecnológicos mais consolidados. Poder público deve ter papel mais ativo trabalhando para incluir esses grupos”.

Na visão de E-01, algumas ações públicas são necessárias para que ocorra a inclusão social, como um comércio justo. Para ela o SEBRAE tem feito um trabalho com feiras, artesanatos, criando a possibilidade de levar essas pessoas para outros ambientes, mostrar e estimular a cultura. “Além disso, o microcrédito do banco do Nordeste, eles fazem empréstimos de R\$100 para ajudar o microempreendedor são ações importantes para o estímulo da economia criativa e da inclusão social”.

Para E-05, existem fatores que podem facilitar a inclusão social, como o acesso das pessoas aos serviços que podem oferecer. Possibilitar que as pessoas acessem nossos serviços é questão de inclusão social.

Segundo E-01, existem diversas instituições facilitadoras da inclusão social, como bancos, governo, universidades. “As instituições classistas, a CDL a FIEC, dão apoio ao pequeno produtor, ao pequeno varejistas, é uma forma de inclusão social. Os microempresários se associam a CDL e ela oferece serviços de consultoria, contabilidade, suporte e uma série de outros serviços, por exemplo, isso é inclusão social”.

E-05 afirma que, o maior obstáculo é “fazer com que todos conheçam os serviços oferecidos pelo SEBRAE, mostrar o que eles podem fazer pela população”. Para E-01, a visão paternalista e a visão da informalidade são grandes obstáculos. Segundo E-01 “o Brasil ainda não estimula o pequeno empreendedor. A pessoa às vezes pode ser pobre e humilde, mas sabe fazer artesanato, mas saber fazer picolé e ele quer virar uma empresa, no Brasil ainda tem uma ideia que empresário são os ricos que possuem grandes empresas que tem que ganhar muito dinheiro e a acaba não dando a devida importância ao pequeno empreendedor.

Além disso, o Brasil ainda possui uma carga tributária altíssima em cima do pequeno lucro que esse pequeno empreendedor tem. Então um dos obstáculos, do ponto de vista do

empreendedor, é a dificuldade de virar CNPJ, a burocracia, os impostos e a falta de orientação e para vencer esses obstáculos”. Já na visão de E-06, os maiores obstáculos estão relacionados ao elitismo e à concentração de renda, juntos eles representam maior parte dos males e desafios a serem enfrentados.

Para E-02, “a questão da ignorância e do preconceito são os maiores obstáculos. Existe a questão cultural histórica impregnada nas pessoas pobres e de baixa renda, resignadas, tímidas e com pouca iniciativa. Por outro lado, há as elites artísticas e culturais com maior influência em seu meio social. Uma elite política ou intelectual, que influem na formação de opinião e etc. É um jogo inserido num ciclo vicioso, entre dois lados totalmente diferentes, um lado mais desprovido e o outro mais bem preparado”.

Logo abaixo há um resumo da opinião dos entrevistados sobre a inclusão social e o que foi discutido a seu respeito durante a realização das pesquisas.

Quadro 7: Síntese da percepção da inclusão social.

Inclusão Social	
Significado	<p>“Permitir a totalidade de pessoas desfrutarem dos benefícios e valores da vida (E-05) ”.</p> <p>“Dar direito de acesso a todos de maneira igualitária (E-06) ”.</p> <p>“Diminuir o desalinhamento econômico causado pelas disparidades (E-06) ”.</p>
Presença	“Comunidades, organizações ou ações públicas (E-01) ”.
Desafio	<p>“Impactar cada vez mais um quantitativo maior de pessoas com as ações (E-05) ”.</p> <p>“Superar fatores históricos (E-02) ”.</p>

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2018).

5.2.5 Desafios das políticas públicas para os princípios norteadores

Para E-01, todos vivem em função das políticas públicas, todas as decisões de políticas públicas na esfera federal, tudo que se define na Controladoria Geral da União, tudo que se define de pesquisa, de protocolo de pesquisa e outros. Para a mesma: “não há um espaço no estado que não se veja a universidade, no aeroporto, através das obras de engenheiros da universidade, em laboratórios, onde há farmacêuticos da universidade”. Por isso, a importância do fato das políticas públicas terem que valorizar a mão de obra, o conhecimento e o papel da universidade.

Para E-01, “os principais obstáculos das políticas públicas se relacionam à própria política”. A falta de boa vontade, além de principalmente, a falta do cumprimento de lei, uma vez que elas existem, porém que não são cumpridas. “Enquanto houver uma política privada ou enquanto se existir uma política para benefício privado, não se pode haver política pública”. O

grande desafio e obstáculo está em se transformar uma política privada em uma política pública de fato.

E-04 toma para o SEBRAE, como principal desafio, a dificuldade de se convencer as pessoas de que essa culturalidade possui um grande valor e que esse valor pode ser aproveitado como base de seus negócios. O gestor também acredita que a falta de reconhecimento da necessidade dessa diversidade, junto do preconceito e a falta de conhecimento dos indivíduos também são postos como desafios.

E-02 cita como principais desafios para a economia a indústria cultural, o sistema capitalista e a indústria da comunicação, além disso, “a “pasteurização” do mercado, que constrói constantemente produtos e consumidores e não, cidadãos”.

Já E-05 elenca o elitismo, a democracia representativa em crise e a pequena representatividade, que ocorre de maneira centralizada e frágil, como os principais desafios. Para a entrevistada, “as políticas públicas acontecem da cidade para os interiores, dos interiores para os distritos, dos distritos para os municípios, havendo toda uma dificuldade de dinamização e maior acesso da mesma no processo”.

O quadro abaixo traz um apanhado geral do que foi abstraído durante a realização das entrevistas na fase de campo da pesquisa.

Quadro 8: Síntese dos desafios para as políticas públicas.

Políticas Públicas	
Desafios	<p>“Falta do cumprimento de lei por parte de instituições públicas e privadas (E-01) ”.</p> <p>“A hierarquização concentrada das políticas que acontecem das cidades para os interiores (E-05) ”.</p> <p>“Pensamento individual prevalecendo sobre o pensamento em grupo (E-01) ”.</p>

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia criativa cria modelos de negócio ou gestão que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos gerando trabalho e renda. Seus princípios norteadores são: a diversidade cultural; a sustentabilidade; a inovação; e a inclusão social. Os princípios norteadores são de suma importância para a economia criativa, são eles que influenciam, regem e direcionam o estudo da mesma.

Uma vez que o objetivo geral da pesquisa era analisar a relação das políticas públicas como fator influenciador da economia criativa e dos seus agentes norteadores, têm-se que ele foi atingido.

Através de uma visão mais crítica, acredita-se que tais políticas públicas deixam a desejar, foram observadas poucas políticas públicas que influenciem e fortaleçam a economia criativa, faltam leis, verbas e apoio dos agentes públicos. Com essa falta de apoio, a economia criativa sofre para se manter e se desenvolver.

Em relação ao primeiro objetivo específico, analisando a diversidade cultural no contexto da economia criativa do Ceará, foi observado que a diversidade cultural em si é de grande importância e precisa ser mais valorizada dentro das organizações públicas.

Essa valorização da diversidade cultural tem um potencial enorme, pessoas com culturas diferentes possuem comportamentos e pensamentos diferentes, através do confronto dessas diferentes culturas é possível criar e potencializar novas indústrias criativas. Um dos grandes desafios da diversidade cultural é convencer as pessoas de que essa diversidade cultural possui um grande valor e que esse valor pode ser aproveitado como base de negócios.

Em relação ao segundo objetivo específico, explorando a sustentabilidade no contexto da economia criativa do Ceará, foi observado que a sustentabilidade, outro agente norteador, é de vital importância para as organizações. Não só a sustentabilidade ambiental, que é a mais conhecida, mas a sustentabilidade em geral, esses órgãos precisam por ações sustentáveis em prática para ter uma perpetuidade.

A sustentabilidade nessas organizações pode ser vista como tornar um processo viável para que elas continuem fazendo essa atividade e ela se mantenha ao longo do tempo, beneficiando não só a organização, mas toda a sociedade. Esse agente está totalmente ligado a economia criativa, pois as ações dessa economia precisam ser sustentáveis, ela precisa se sustentar para conseguir gerar trabalho e renda para os seus participantes. Seus principais desafios são fazer com que a população reconheça a importância da sustentabilidade e passe a

implementar seus aspectos de sustentabilidade. Outro desafio é a nociva matriz de desenvolvimento brasileira, voltada para o extrativismo, agronegócio e pecuária.

Em relação ao terceiro objetivo específico, analisando a inovação no contexto da economia criativa do Ceará, foi observado que é outro fator de grande importância. Inovar no contexto da economia criativa significa atender a novas demandas, buscar soluções criativas para que essa economia possa sobreviver no mercado.

Na economia criativa do Ceará essa inovação tem dado certo em várias áreas, no setor audiovisual, por exemplo, o filme *Cine Holliúdy* e o filme *O Shaolin do Sertão* foram, sem dúvida, casos de sucesso. Porém a inovação enfrenta diversos obstáculos, fazer com que as pessoas conheçam que aspectos de inovação e fazer com que elas inovem é uma tarefa muito difícil, principalmente em organizações públicas. Existe um certo choque cultural entre as gerações, pessoas mais velhas normalmente são menos propensas a mudanças, mudanças essas que são necessárias para que ocorra a inovação.

Para o quarto objetivo específico, investigando-se a inclusão social no contexto da economia criativa do Ceará, foi observado que a economia criativa em si é um grande agente de inclusão social. Tendo em vista que a inclusão social trabalha para fazer a sociedade evoluir através do combate à exclusão aos benefícios da vida em sociedade, provocada pela classe social, educação, idade, deficiência, sexualidade, preconceito social ou preconceitos raciais.

A economia criativa pode potencializar essa inclusão, criando novas atividades, novas demandas, novas indústrias criativas, integrar essas pessoas a sociedade através de vários meios, como música, arte e cultura. Um dos obstáculos para essa inclusão seria a falta de estrutura das empresas para receber essas pessoas que são excluídas, além da falta de informação da sociedade o que potencializa mais ainda o problema.

Como contribuição para a sociedade, a pesquisa mostrou que as políticas públicas podem e precisam ser melhoradas para dar melhores condições para o desenvolvimento da economia criativa no estado.

Como limitação da pesquisa, foi apontada a dificuldade de acesso a alguns órgãos públicos e privados, que não foram fonte de pesquisa, em razão de se recusarem ou elencarem uma série de processos burocráticos e morosos para a realização do estudo, mostrando um certo desinteresse na contribuição com a economia criativa.

Como sugestão, recomenda-se, por exemplo, que estudos que busquem analisar a ótica dos empreendedores da economia criativa em relação às políticas públicas.

REFERÊNCIAS

- AMABILE, T. M. *Creativity and Innovation in Organizations*. Harvard Business School note 9-396-239, 1996.
- ANNUNZIATA, P. *Industrial Internet Pushing the Boundaries of Minds and Machines*. Imagination work, 2012. Disponível em:
<https://www.ge.com/docs/chapters/Industrial_Internet.pdf>. Acesso em: 10 de out. 2016.
- BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO. *Quem somos*. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/quem-somos>>. Acesso: 17 jun. 2017.
- BAREGHEH, A.; ROWLEY, J; SAMBROOK, S. *Towards a multidisciplinary definition of Innovation*. *Management Decision*, 47(8), 1323-1339, 2009.
- BLOWFIELD, M. *Business and Sustainability*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. Disponível em: . Acesso em: 15 out. 2016.
- BRASIL. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014*. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.
- BRITO, Q. M. O. *Diversidade étnico-racial no Ensino Fundamental: um estudo de caso no Colégio Municipal Honorino Coutinho*. Dissertação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.
- BUENO, G., JOHN, E., LYRA, F. R., & LENZI, F. C. *Knowledge Management, Market Orientation and Innovation: a study at a Technology Park of Santa Catarina*. *Brazilian Business Review (English Edition)*, 13(3), 70-89, 2016.
- BURITY, J. A. *Redes, parcerias e participação religiosa nas políticas sociais no Brasil*. Recife: Massangana, 2006.
- CAIADO, A. *Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade*. São Paulo: FUNDAP, 2011.
- CASTRO, C. P. *Sociologia aplicada à administração*. São Paulo: Atlas, 2002.
- CHAUÍ, M. Cultura política e política cultural. *Estudos Avançados*, v.9, n. 23, p.71-84, 1995.
- CHU, R. A.; WOOD JÚNIOR, T. Cultura organizacional brasileira pós-globalização: global ou local? *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 42, n. 5, set./out. 2008.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- COSTA, A.; SANTOS-SOUZA, E. R. Economia criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas. *Revista Economia & Tecnologia*: Paraná, 2011.

- COSTA, C. F.; DINIZ, M. F. S.; CUNHA, N. R. S.; PIRES, R. R. O Fator Sustentabilidade nas Licitações e Contratações Públicas. *Reuna*, v. 21, n. 4, p. 37-56, 2016.
- COSTA, R. Economia Criativa: Uma Política Pública Da Economia Para a Cultura e Sua Integração Na Política Econômica Do Governo Federal. In: *V Seminário Internacional – Políticas Culturais*, Rio de Janeiro, 2014.
- COVIN, G.; MILES, P. Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 23, n. 3, p. 47-63, 1999.
- DEHEINZELIN, L. *Economia criativa e desenvolvimento: desafios e oportunidades*. Entusiasmo Cultural. 2008.
- DOWBOR, L. *Tendências da gestão social*. Saúde e sociedade, v. 8, n. 1, p. 3-16, 1999.
- DRUCKER, P. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1986.
- ELKINGTON, J. *Canibais com garfo e faca*. São Paulo: Makron, 2001.
- FABRIS, J.; SANTOS, M. S. D.; PIEKAS, A. A. S.; BARP, C. A. Gestão Social e Política Pública de Inclusão Social: um Estudo de Caso no Programa Pão da Vida no Município de Xanxerê - SC. *Interface - Revista do Centro de Ciências Sociais Aplicadas*, v. 12, n. 1, p. 109-126, 2015.
- FARIA, C. A. Implementação: ainda o “elo perdido” da análise de políticas públicas no Brasil? In: FARIA, C. A. (Org.). *Implementação de políticas públicas: teoria e prática*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, p. 123-152, 2012.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADOS DO CEARÁ. *Sobre nós*. Disponível em: <<https://www1.sfiiec.org.br/sobre-nos/86865/institucional>>. Acesso: 11 jun. 2017.
- FERNANDEZ, F. S. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento regional: o caso do grande ABC paulista*. Dissertação, Universidade Federal do ABC, Santo André, 2014.
- FIRJAN. A cadeia da indústria criativa no Brasil. In: *Estudos para o desenvolvimento do Rio de Janeiro*. n. 2. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2008.
- FIRJAN. *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2014. Disponível em: <<http://www.abradi.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Mapeamento-2014.pdf>>. Acesso em: 10 de out. 2016.
- FLORIDA, R. *The rise of the creative class*. New York: Basic Books, 2002.
- FONSECA, A. C. et al. *Economia criativa: um conjunto de visões*. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012. 170p.
- GIBSON, C; KLOCKER, N. The “cultural turn” in Australian regional economic development discourse: Neoliberalising creativity? *Geographical Research*, v. 43, n. 1, p. 93–102, 2005.

- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GURGEL, A. M. R. *Diversidade Cultural*. *Revista Brasileira de Pesquisa sobre formação Docente*, 2011. Disponível em: <<http://www.recantodasletras.com.br/ensaios/1885115>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- HANASHIRO, D. M. M.; CARVALHO, S. G. Diversidade Cultural: panorama atual e reflexões para a realidade brasileira. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*, v. 11, n. 5, p. 1-21, 2005.
- HOWKINS, J. *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin Press. 2001.
- HUTNYK, John. *Culture, Theory, Culture & Society*, v. 23, n. 2-3, p. 351-358, mai/ 2003.
- KAZTMAN, R. (Coord.). *Activos y estructuras de oportunidades*. Estudios sobre las raíces de la vulnerabilidad social en el Uruguay. Montevideo: Oficina del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Oficina de la CEPAL en Montevideo, LC/MVD/R, 1999. (n.180).
- KLEBA, M. E.; COMERLATTO, D.; FROZZA, K. M. Instrumentos e mecanismos de gestão: contribuições ao processo decisório em conselhos de políticas públicas. *Revista de Administração Pública*, v. 49, n. 4, p. 1059-1079, 2015.
- KLINE S.J.; ROSENBERG, N. *An overview of innovation*, In: R Landau & N Rosenberg (eds.). *The positive sum strategy*. National Academy Press, Washington. p. 275-306, 1986
- LEITÃO, C. Criatividade e diversidade cultural brasileira como recursos para um novo desenvolvimento. In: *Plano da Secretaria da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*. Ministério Da Cultura, (Org.). Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p. 12-16.
- LIMA, W. G. Política pública: discussão de conceitos. *Interface*, Porto Nacional, n. 5, p. 49-54, out. 2012.
- LIRA, W. S.; CÂNDIDO, G. A. *Gestão sustentável dos recursos naturais: uma abordagem participativa*. Campina Grande: Editoria da Universidade Estadual da Paraíba, 2013.
- MACHADO, D. D. P. N. Organizações inovadoras: estudo dos fatores que formam um ambiente inovador. *RAI – Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 05-28, 2007.
- MACHADO, E.; SELIG, P. M.; FOLLMANN, N.; CASAROTTO FILHO, N. Análise da Influência do Capital Estrutural no Sucesso de Startups Incubadas: uma Pesquisa com 21 empreendedores. *International Journal of Innovation*, v. 4, n. 1, p. 46-57, 2016.criativa.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

- MADEIRA, M. G. *Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira*. 2014. Disponível em: <<http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- MARCONI M. A.; LAKATOS E. M. *Técnicas de pesquisa*. 3. ed. São Paulo: Atlas; 1996.
- MARTINELLI, D. P.; JOYAL, A. *Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas*. São Paulo: Manole, 2004.
- MATA, D. O sucesso de algumas cidades. *Revista Desafios do Desenvolvimento*. Ed. 22. Disponível em: <<http://www.desafios.org.br/edicoes/22/artigo17722-1.asp?o=r.>>. Acesso em: 16 jun. 2015.
- MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: Nussbaumer, G. M. (Org.). *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA. Coleção CULT, p. 96-97, 2007.
- MINAYO, M. C. S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Rio de Janeiro: Vozes 2001.
- MIRA, M. C. *Brasil: da identidade à marca*. *Revista Ciências Sociais Unisinos*, v. 50, p. 3-13, 2014.
- MORAES, J. L. *Temas, conceitos e desafios da Economia Criativa*. Informações FIPE, São Paulo, SP, Brasil, p. 33 – 35, 2011.
- MUNCK, L.; SOUZA, R. B. *Gestão por Competências e Sustentabilidade Empresarial: em busca de um quadro de análise*. In: Encontro Nacional e Internacional de Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 2009, Fortaleza. *Anais...* Fortaleza: XI ENGEMA, 2009.
- NELSON, R.; MALERBA, F., *Catching-up: em diferentes sistemas setoriais. A rede global de aprendizagem, economia da inovação e sistema de desenvolvimento de competências*. *Revista Globelics*, n. 1, 2008.
- PAES DE PAULA, A. *Por uma nova gestão pública*. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
- PAIS, José Machado. *Artes de Musicar e Improvisar na Cultura Popular*, *Cadernos de Pesquisa*, Lisboa, v.39 n.138, p.747-773, set./dez. 2009.
- PHILIPPI, L. S. *A Construção do Desenvolvimento Sustentável*. In.: *EDUCAÇÃO AMBIENTAL Questões Ambientais – Conceitos, História, Problemas e Alternativa*. Coordenação-Geral: Ana Lúcia Tostes de Aquino Leite e Naná Mininni-Media. Brasília: MMA (Ministério do Meio Ambiente), 2001. 5v. 2.ª Edição Ampliada.
- POCHMANN, Marcio. *Desafios do trabalho*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2004.
- RAICHELIS, R. *Gestão pública e a questão social na grande cidade*. *Lua Nova*, v. 69, p. 13-48, 2006.

- REIS, A. C. F. (org). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- RÉVILLION, J. P. P. *Análise dos sistemas setoriais de inovação das cadeias produtivas de leite fluido na França e no Brasil*. 2004. Tese (Doutorado em Agronegócios). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004.
- RICHARDSON, R. J. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- ROHTER, L. *Brasil em alta: a história de um país transformado*. São Paulo: Geração Editorial, 2012.
- SAETREN, H. Implementing the third generation research paradigm in policy implementation research: an empirical assessment. *Public Policy and Administration*, v. 29, n. 2, 2014.
- SAJI, G. S. M. *Gestão da diversidade no Brasil: apresentação de um modelo brasileiro*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2005.
- SANCHO, L. G. Revisitando a literatura sobre custo-efetividade e utilidade em saúde. *Cadernos Saúde Pública*, v. 24 (12), pp. 2735-2746, 2008.
- SANTOS, A. R. *Metodologia Científica: a Construção do Conhecimento*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.
- SANTOS, D. C. L. P.; LEITE, E. F.; FONSECA, S. M. M. Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no Estado de Pernambuco. *Desenvolvimento em Questão*, v. 12, n. 28, p. 144-169, 2014.
- SANTOS-DUISENBERG, E. dos. Secretaria da Economia Criativa no Brasil. In: BRASIL. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.
- SAVITZ, A. W.; WEBER, K. *The Triple Bottom Line: how Today's Best-Run Companies Are Achieving*. San Francisco: John Wiley & Sons Inc., 2007.
- SCHUMPETER, J.A. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. (POSSAS, M. S., Trad.). São Paulo: Nova cultural, 1997.
- SEBRAE. *Quem Somos*. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ce/quem_somos?codUf=6>. Acesso em: 10 jun. 2016.
- SEBRAE. *Simples Nacional – o que muda a partir de 2012: alterações da Lei Complementar 139/2011*. Sebrae Paraná, 2011. Disponível em:

<http://www.fazenda.df.gov.br/arquivos/pdf/pmf_alteracoes_2012.pdf>. Acesso em: 23 mai. 1.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO CEARÁ. *A secretaria*. Disponível em: <<http://www.secult.ce.gov.br/index.php/a-secretaria>>. Acesso: 12 jun. 2016.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO. *Sobre*. Disponível em: <<http://www.sde.ce.gov.br/institucional/sobre/>>. Acesso: 19 jun. 2017.

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO ARTÍSTICA E CULTURAL. *Início*. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/sefac-secretaria-de-educacao-e-formacao-artistica-e-cultural>>. Acesso: 11 jun. 2017.

SECRETARIA MUNICIPAL DA CULTURA DE FORTALEZA. *A secretaria*. Disponível em: <<https://www.fortaleza.ce.gov.br/institucional/a-secretaria-335>>. Acesso: 11 jun. 2017.

SEN, A. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. *Revista de Administração e Inovação*, v. 11, n. 4, p. 355-372, 2014.

SICHE, R.; AGOSTINHO, F., ORTEGA, E., & ROMEIRO, A. (2007). Índices versus indicadores: precisões conceituais na discussão da sustentabilidade de países. *Ambiente e Sociedade* (Campinas), v. 10, p. 137-148.

SILVA, F. R. M. da. As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: Reflexões sobre a realidade brasileira. *Revista NAU Social* - v.3, n.4, p. 111-121, maio/out. 2012.

SILVA, V. G. *Avaliação da sustentabilidade de edifícios de escritórios brasileiros: diretrizes e base metodológica*. 2003. 210 f. Tese (Doutorado em Engenharia Civil) – Departamento de Engenharia de Construção Civil, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

SILVER, H. Políticas dos países europeus para promover a inclusão social. In: BUVINIC, M; MAZZA, J. *Inclusão social e desenvolvimento econômico na América Latina*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SOARES, B. E. C. et al. Desenvolvimento sustentado e consciência ambiental: natureza, sociedade e racionalidade. *Ciências & Cognição*, v. 2, p. 42-49, Rio de Janeiro, 2004.

SUNDBO, J.; GALLOUJ, F. *Innovation in services*. SI4S Synthesis Paper, n 2, 1998.

TAGLIAPIETRA, O. M.; BERTOLINI, G. R. F. Cultura nacional e cultura organizacional. *Rev. Ciências Sociais em Perspectiva*, v. 6, n. 10, p. 89-98, 2007.

TENNYSON, Pinheiro; ALT, Luis; PONTES, Felipe. *Design Thinking Brasil: empatia, colaboração, e experimentação para pessoas, negócios e sociedade*. São Paulo: Elsevier Editora Ltda., 2012.

- THOMAS, L. G., & D'AVENI R. *The changing nature of competition in the US manufacturing sector, 1950-2002*. Strategic Organization, 7(4), 387-431, 2009.
- TIDD, J.; BESSANT; J. *Gestão da Inovação*. 5. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2015.
- UNCTAD. *The Creative Economy Report 2010: Creative economy – a feasible development option*. Geneva: United Nations, 2010.
- UNESCO. *Declaração universal sobre a diversidade cultural*. 2002. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf> Acesso em: 27 de jul. 2016.
- United Nation (2012). *The future we want: outcome of the United Nations Conference on Sustainable Development*. Rio de Janeiro, Brazil. p.72.
- ZARDO, J. B. G.; MELLO, R. E. S. *Rio Criativo – Incubadora de Empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro: Análise Crítica da Universidade Empreendedora Executora de Política Pública*. Sistemas & Gestão - p. 206-221, 2012.

APÊNDICE 1 – Roteiro de Entrevistas



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
NÚCLEO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

ORGANIZAÇÃO: _____

TEMPO NA ORGANIZAÇÃO: _____

CARGO/FUNÇÃO: _____

TEMPO NO CARGO: _____

ESCOLARIDADE: () Graduação () Especialização () Mestrado () Doutorado

ÁREA DE FORMAÇÃO: _____

SEXO: () Masculino () Feminino

O nome de sua instituição pode ser citado na pesquisa? () Sim () Não

Diversidade Cultural

1. Para você, o que significa diversidade cultural?
2. Qual a importância da diversidade cultural para a organização?
3. De que modo a diversidade cultural brasileira se manifesta nesta organização?
 - 3.1 Quais atividades evidenciam isso?
 - 3.2 Em relação à diversidade cultural, quais os principais desafios?
4. Como a diversidade cultural pode ser aplicada para o desenvolvimento da economia criativa no Estado?
5. Quais ações ou políticas públicas contribuem para a diversidade cultural no estado?
6. Quais os fatores ou instituições facilitadoras da diversidade cultural?
7. Quais os principais obstáculos para a diversidade cultural?

Sustentabilidade

1. Para você, o que significa sustentabilidade?
2. Qual a importância da sustentabilidade para a organização?
3. De que modo a sustentabilidade se manifesta nesta organização?

- 3.1 Quais atividades evidenciam isso?
- 3.2 Em relação à sustentabilidade, quais os principais desafios?
4. Como a sustentabilidade pode ser aplicada para o desenvolvimento da economia criativa no Estado?
5. Quais ações ou políticas públicas contribuem para a sustentabilidade no estado?
6. Quais os fatores ou instituições facilitadoras da sustentabilidade?
7. Quais os principais obstáculos para a sustentabilidade?

Inclusão Social

1. Para você, o que significa inclusão social?
2. Qual a importância da inclusão social para a organização?
3. De que modo a inclusão social brasileira se manifesta nesta organização?
 - 3.1 Quais atividades evidenciam isso?
 - 3.2 Em relação à inclusão social, quais os principais desafios?
4. Como a inclusão social pode ser aplicada para o desenvolvimento da economia criativa no Estado?
5. Quais ações ou políticas públicas contribuem para a inclusão social no estado?
6. Quais os fatores ou instituições facilitadoras da inclusão social?
7. Quais os principais obstáculos para a inclusão social?

Inovação

1. Para você, o que significa inovação?
2. Qual a importância da inovação para a organização?
3. De que modo a inovação brasileira se manifesta nesta organização?
 - 3.1 Quais atividades evidenciam isso?
 - 3.2 Em relação à inovação, quais os principais desafios?
4. Como a inovação pode ser aplicada para o desenvolvimento da economia criativa no Estado?
5. Quais ações ou políticas públicas contribuem para inovação no estado?
6. Quais os fatores ou instituições facilitadoras da inovação?
7. Quais os principais obstáculos para a inovação?

Políticas Públicas

1. Qual a importância das políticas públicas para a organização?
2. De que modo as políticas públicas brasileiras se manifestam nesta organização?

- 2.1 Quais atividades evidenciam isso?
- 2.2 Em relação às políticas públicas, quais os principais desafios?
3. Como as políticas públicas podem ser aplicadas para o desenvolvimento da economia criativa no Estado?
4. Quais ações contribuem para as políticas públicas no estado?
5. Quais os fatores ou instituições facilitadoras das políticas públicas?
6. Quais os principais obstáculos para as políticas públicas?

APÊNDICE 2 – Questionário



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
NÚCLEO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

QUESTIONÁRIO**POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA NO CEARÁ****I. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E PERFIL DO PARTICIPANTE DA PESQUISA**

ORGANIZAÇÃO:

TEMPO NA ORGANIZAÇÃO: _____

CARGO/FUNÇÃO: _____

TEMPO NO CARGO: _____

ÁREA DE FORMAÇÃO:

ESCOLARIDADE: () Graduação () Especialização () Mestrado () Doutorado

SEXO: () Masculino () Feminino

O nome de sua instituição pode ser citado na pesquisa? () Sim () Não

Nas questões a seguir, marque com um “X” a opção que melhor representa seu grau de concordância quanto ao tema, considerando a realidade de sua organização, conforme a escala abaixo:

- 0 - Sem importância
- 1 - Pouco importante
- 2 - Indiferente
- 3 - Importante
- 4 - Muito importante

A organização em que trabalho, ...	SEM IMPORT.	POUCO IMPORT.	INDIFERENTE	IMPOR TANTE	MUITO IMPORTANTE
33. ... valoriza, protege e promove a diversidade das expressões culturais brasileiras					
34. possui influências típicas do Brasil					
35. ... possui influências internacionais					
36. ...valoriza a diversidade cultural e a pluralidade de manifestações culturais					
37. ... respeita o meio ambiente, minimizando impactos e valorizando recursos renováveis					
38. ... promove a sustentabilidade das ações e dos produtos					
39. ... promove a conscientização dos funcionários a respeito da sustentabilidade					
40. ... promove a reciclagem dos produtos					
41. ... cria produtos totalmente novos no mercado					
42. ... costuma implementar novos métodos de marketing e gestão					
43. ... costuma implementar novos métodos de relacionamento com os compradores, fornecedores e parceiros					
44. ... costuma implementar melhorias produto ou no processo de criação/produção					
45. ... promove a inclusão social, gerando oportunidades de crescimento pessoal e profissional para a comunidade ao meu redor					
46. ... promove ações sociais para as famílias dos colaboradores e para a comunidade					
47. ... promove a qualificação dos profissionais envolvidos no processo produtivo					
48. ... inclui comunidades de vulnerabilidade social em seu processo de produção e/ou comercialização					

Obrigado!

Deseja que os resultados da pesquisa sejam encaminhados para você ou sua empresa? () Sim () Não

Em caso afirmativo, por favor, informe um endereço de e-mail: _____