

PERFIL DOS EMPREENDEDORES EM ECONOMIA CRIATIVA DA AMAU

Cleice Salete Voginski
Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS
cleicevoginski@gmail.com

Débora Regina Schneider Locatelli
Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS
debora.locatelli@uffs.edu.br

RESUMO

Ainda há poucas informações sobre os empreendedores que atuam na economia criativa. Com o intuito de conhecer mais sobre este público e ter informações para subsidiar políticas públicas na região, o objetivo deste estudo foi identificar o perfil dos empreendedores que atuam em atividades ligadas a economia criativa na AMAU. A pesquisa caracteriza-se como quantitativa e descritiva. Na coleta de dados foi empregado um questionário online para empreendedores que atuam na economia criativa nos municípios pertencentes a AMAU. Ao final foram 274 respondentes. Os dados foram analisados com estatística descritiva. Os resultados mostram que entre os respondentes a maioria são mulheres, com boa escolaridade, predomina a cidade de Erechim, trabalham principalmente com: artesanato, arquitetura e urbanismo, fotografia e música, sendo que para a maioria esta é sua principal fonte de renda. Atuam a menos de 10 anos e tem a atividade formalizada.

Palavras-chave: Gênero; Escolaridade; Atividades; Formalização.

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS): 12 – Consumo e produção responsáveis

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa está cada vez mais sendo tema de discussões acadêmicas e de políticas públicas. Mesmo assim, ainda não há consenso dos setores e segmentos produtivos englobados por ela. Entretanto, ela está em evolução e manifesta a valorização do conhecimento, da cultura e da criatividade transformando-a em negócios, formando uma rede de empreendedores que criam produtos e serviços geradores de riqueza, contribuindo para o desenvolvimento social, econômico e cultural (KUKUL, 2021). Além disso, a economia criativa pode ser considerada uma expansão ou forma de agregação de valor da economia cultural, envolvendo: música, dança, circo, artes visuais, entre outras. Também abrange a área de tecnologia da informação e comunicação, como os jogos digitais, animação e softwares, além de outros setores tradicionais que de alguma forma são relacionados à cultura, como: moda, design, arquitetura e publicidade (GUILHERME, 2017).

A economia criativa está, em boa parte dos casos, diretamente relacionada ao trabalho do empreendedor e seu poder criativo. A ação do empreendedor é intencional, pois ele busca oportunidade e desenvolve novas alternativas intencionalmente, sua motivação em realizar algo e seu empenho, possibilitará colocar suas ideias em prática (HISRICH et al., 2009).

Há poucas informações sobre a economia criativa na AMAU e que acaba gerando muitas indagações, dentre elas e que será foco este estudo é: qual o perfil dos empreendedores em economia criativa da região? O objetivo principal do estudo é identificar o perfil dos empreendedores que atuam em atividades ligadas a economia criativa na AMAU.

O artigo está organizado em cinco seções, sendo está a primeira que contextualiza o tema e apresenta problema, objetivos e justificativa. A segunda que aborda a fundamentação teórica sobre economia criativa e o empreendedor. A terceira que relata a metodologia empregada no estudo. Na sequência são

apresentados e discutidos os resultados da pesquisa. Na quinta seção é traz as considerações finais do estudo.

2 ECONOMIA CRIATIVA E O EMPREENDEDOR

A economia criativa abrange um amplo espectro de atividades, incluindo indústrias culturais, produções artísticas, diferentes mídias e tecnologias de comunicação. Essas atividades são diversificadas e têm um impacto significativo tanto na sociedade quanto na economia das regiões onde são desenvolvidas, influenciando comportamentos culturais e gerando efeitos multiplicadores (Silva, Vieira & Franco, 2019).

Varbanova (2017) escreve que a economia criativa é reconhecida pelo potencial de criação de riquezas e produção de benefícios sociais não monetizados.

A economia criativa tem uma dinâmica própria, não relacionada a as teorias econômicas ortodoxa, os seus modelos de negócio estão em construção, precisando ainda de bases conceituais, mas que vai ao encontro das necessidades atuais (Oliveira, 2016).

A economia criativa possui particularidades que a distinguem de outros setores econômicos. Caracterizada frequentemente por trabalhar com ativos intangíveis, como: ideias, conhecimentos, habilidades criativas e propriedade intelectual. Outro ponto que relevante é sua abordagem territorial, que promove a interação entre os agentes criativos, formação de clusters criativos e dinâmicas regionais que são fundamentais para a economia criativa, pois cada região possui características culturais, recursos e potenciais criativos próprios. Cada região pode ter a formação de seus ecossistemas criativos (Queiroz & Paradela, 2017).

Contudo, ainda não há um consenso com relação as atividades que compõe a economia criativa. Uma das conceituações mais utilizadas é a da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD

– sigla em Inglês) (2013) a qual descreve a economia criativa como “a cadeia produtiva que é composta pelos ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários”. Ela segue descrevendo que fazem parte da cadeia da indústria criativa três grandes categorias:

- a. Indústria criativa (Núcleo): atividades profissionais e/ou econômicas que utilizam as ideias como insumo principal para geração de valor;
- b. b) Atividades relacionadas: profissionais e estabelecimentos que proveem bens e serviços à indústria criativa; formada, em grande parte, por indústrias e empresas de serviços, fornecedoras de materiais e demais elementos, necessários para o funcionamento do núcleo criativo;
- c. c) Apoio: constituída por ofertantes de bens e serviços, de forma indireta, à indústria criativa.

Para Kieling, Dravet & Marques (2022) a economia criativa é formada pelas atividades que utilizam a criatividade, o capital intelectual e a inovação como insumo produtivo. Eles apresentam as atividades que fazem parte da economia criativa por domínios criativos, mais precisamente 25 domínios criativos (Kieling, Dravet & Marques, 2022). Sendo eles:

- a. Criativa Primária: artesanato, criação performática, criação visual e plástica, criação literária e criação musical;
- b. Indústria Cultural: livros e editorial, patrimônio natural e cultural, fotografia, design, espetáculos e indústria fonográfica;
- c. Indústria Complexa: publicidade, educação, turismo (eventos, feiras e festas), software, mídias (tv, rádio, jornal e conteúdo digital), audiovisual, arquitetura, moda, gastronomia e jogos e games;
- d. Atividades Criativas Relacionadas: atividades criativas transversais, infraestrutura e esporte & lazer.

Pode se perceber que há complexidade das atividades criativas e uma ampla capilaridade sendo necessário compreender que há uma transversalidade

nas atividades que envolve tanto o setor de serviço, como o industrial (construção e infraestrutura) e até o setor primário, pois o artesanato muitas vezes utiliza recursos naturais (Kieling, Dravet & Marques, 2022).

Pensando que o empreendedorismo é o principal fator promotor do desenvolvimento econômico e social, envolve a identificação de oportunidades, a tomada de iniciativa para agarrá-las e a busca de recursos necessários para transformá-las em negócios lucrativos (Paula, Nascimento & Paula, 2022). O estudo do empreendedorismo envolvendo a economia criativa é fundamental.

Considerando ainda que Ávila e Davel (2024) destacam que cultura influencia a emoções ligadas ao empreendedorismo, assim é importante analisar os aspectos culturais do ambiente para refletir sobre como as coisas são aprendidas e expressadas. Além disso, a criatividade é essencial nesse contexto, pois os empreendedores precisam gerar ideias e ações que vão além dos padrões e métodos tradicionais de resolução de problemas. Embora criatividade e inovação estejam interligadas, não são sinônimos, pois representam diferentes ferramentas de ação (Silva, Vieira & Franco, 2019).

Em essência, o empreendedor é aquele que possui a visão, a iniciativa e a capacidade de transformar ideias inovadoras em realidades lucrativas e sustentáveis, contribuindo significativamente para o progresso econômico e social (Paula, Nascimento & Paula, 2022).

O empreendedor deve ser proativo, flexível e capaz de trabalhar eficientemente com os outros, mantendo uma boa comunicação e influenciando positivamente seu ambiente. Além disso, traços como extroversão, consciência e abertura para novas experiências são frequentemente associados a uma personalidade empreendedora, enquanto características como amabilidade e neuroticismo são geralmente menos evidentes em perfis empreendedores (Brito & Honrado, 2021).

O perfil empreendedor é uma construção complexa que combina diversas características e habilidades. Um empreendedor de sucesso possui uma série

de traços e competências que são essenciais para transformar ideias em realidades sustentáveis. Entre as características mais destacadas estão a capacidade de gerar e aplicar ideias criativas, a habilidade de transformar riscos em oportunidades e a disposição para assumir responsabilidades e superar desafios (Brito & Honrado, 2021).

Na sequência são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados.

3 METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como quantitativa e descritiva. Quantitativa por empregar a quantificação tanto na coleta de dados quanto no tratamento destes, por meio de técnicas estatísticas descritivas e frequências absoluta e percentual. Descritiva, por investigar uma situação específica envolvendo um grupo de indivíduos (Richardson et al., 2008; Gil, 2019).

O instrumento de coleta de dados foi questionário, que é formado por diferentes perguntas, no qual o respondente é o responsável por fazer o preenchimento e as respostas visam auxiliar na resposta aos objetivos da pesquisa (Gil, 2019).

Neste estudo foram analisadas as questões referentes ao perfil dos respondentes de uma pesquisa mais abrangente, assim nesta parte o questionário contava com 11 questões. A aplicação do questionário foi de novembro/2023 a maio/2024, por meio de formulário online.

O número de empreendedores ligados a economia criativa na AMAU não é conhecido, fazendo com que a amostra da estudo não possa ser calculada de forma probabilística. Isso fez também com que na aplicação do questionário fosse necessário realizar uma busca ativa pelos respondentes por meio das redes sociais, conversando com as pessoas conhecidas que trabalham na área da economia criativa e também visitando eventos, prefeituras e outros espaços coletando contatos para que o questionário fosse enviado. Este foi um dos

maiores desafios do estudo e também pode fazer com que a amostra coletada não seja tão fiel ao público alvo do estudo.

Ao final do período de coleta de dados obteve-se um total de 354 respostas, porém após a primeira análise dos dados e verificação das atividades e das cidades onde moram os respondentes, foram retiradas 80 respostas. Desta forma, a amostra do estudo contou com 274 respondentes.

Na sequência os dados foram processados por meio de cálculos estatísticos descritos utilizando como ferramenta uma planilha de cálculo. A estatística descritiva possibilita organizar, resumir e descrever os dados, todavia sem fazer inferências ou obter conclusões além da própria amostra utilizada (Bussan & Morettin, 2017). Os resultados foram apresentados em gráficos e complementadas algumas informações por texto.

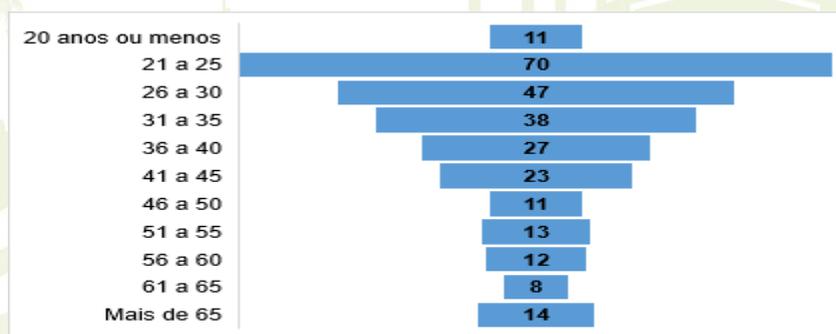
Após a apresentação dos aspectos metodológicos, são apresentados e discutidos os resultados da pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Após o processamento dos dados estes são apresentados e discutidos na sequência objetivando mostrar perfil dos empreendedores envolvidos em atividades relacionadas a economia criativa na AMAU.

O primeiro deles é quanto a idade dos respondentes, que é apresentado no Gráfico 1.

Gráfico 1. Idade dos respondentes

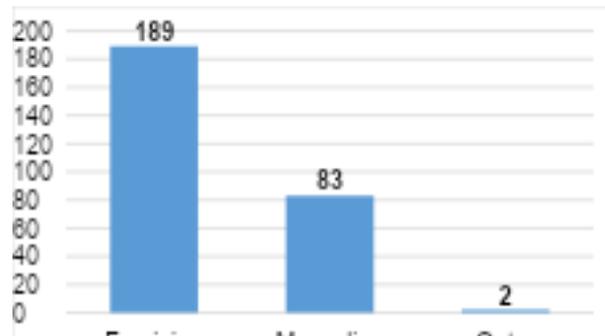


Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Observa-se que 41,9% dos respondentes está na faixa até 30 anos, ou seja, são jovens. Mas ressalta-se que 5,02% têm mais de 65 anos. O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2023) indica que para os empreendimentos em fase inicial, ou seja, que tem menos de 42 meses e ainda precisam mais de suporte, os empreendedores têm até 34 anos representam 47,6%. No grupo dos empreendimentos estabelecidos, que são os que têm mais de 42 meses, este percentual cai para 23,8%, no público até 34 anos. Os dados deste estudo vão ao encontro dos dados relativos aos empreendimentos iniciais, o que também pode ser validado pelos dados do Gráfico 7.

O Gráfico 2 expõe os dados relativos ao gênero dos respondentes.

Gráfico 2. Gênero



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

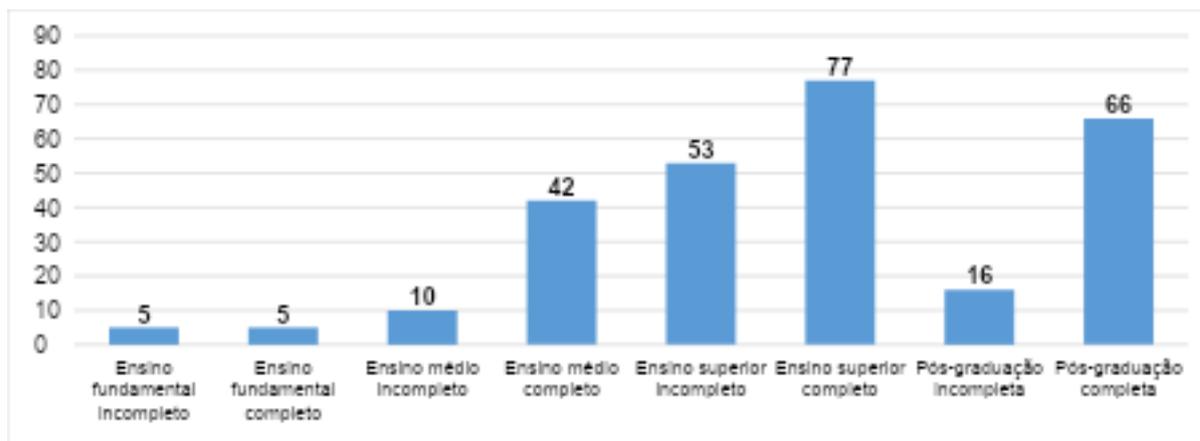
A participação na pesquisa foi expressiva por parte das mulheres, 67,7% dos respondentes contra 29,7%. Estes dados divergem dos dados do Itaú Cultural (2022), que é um dos principais observatórios do setor no país, nele os homens seriam a maioria dos empreendedores no Brasil. Quando os dados são voltados para o Rio Grande do Sul verifica-se que eles se igualam, 50% para cada gênero. O GEM (2023) também aponta uma realidade diferente tanto para os que iniciaram um empreendimento como para os empreendimentos já estabelecidos a mais de três anos, a maioria são homens.

Um fator que pode ter influenciado neste dado é o fato de a pesquisa ter sido conduzida por mulheres e estão conseguindo abordar mais mulheres para que

responderem o questionário. Outro fator por talvez as mulheres terem disso mais receptivas ao estudo. Fatores estes que não podem ser mensurados.

Na sequência são apresentados os dados relativos ao ensino (Gráfico 3.)

Gráfico 3. Ensino



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

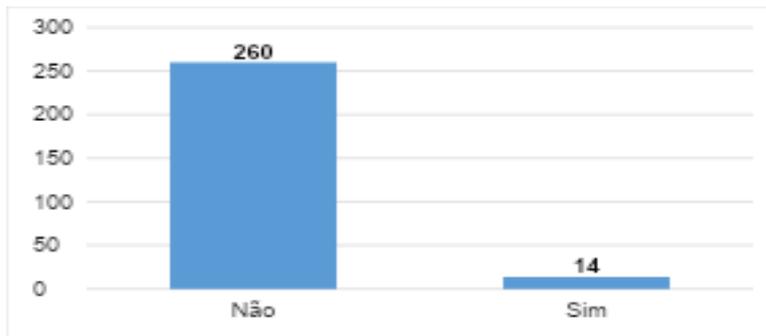
Ressalta-se que 27,6% tem ensino superior completo, pois algumas atividades exigem formação específica para atuação, como é o caso dos arquitetos e urbanistas. Também há número expressivo de 23,7% de respondentes com pós-graduação completa.

O GEM (2023) aponta que de 2022 para 2023 aumentou o número de pessoas que iniciaram um negócio no Brasil e que tinham ensino superior ou pós-graduação. Porém, de modo geral os empreendedores que têm o ensino médio completo são os que mais se destacam tanto para empreendimentos iniciais (48,2%) e os já estabelecidos (39,2%). Assim, os empreendedores com boa qualificação presentes no estudo podem ser os que estão empreendendo nos últimos anos e em atividades que demandam de um maior grau de formação.

Especificamente na área da economia criativa, Kieling, Dravet & Marques (2022) apontam que as pessoas envolvidas com atividades da economia criativa são mais escolarizadas que a média, como o verificado neste estudo.

O Gráfico 4 apresenta o número de respondentes que têm necessidades especiais.

Gráfico 4. Necessidades especiais

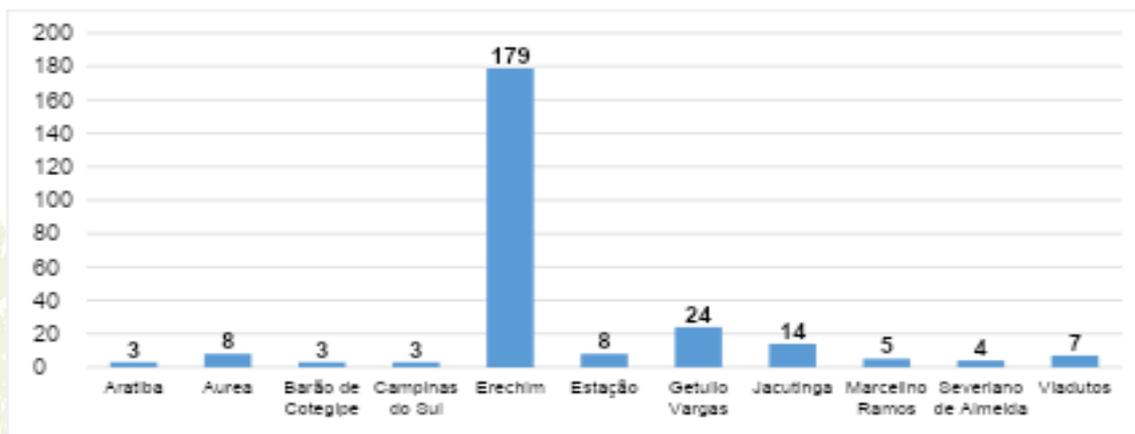


Fonte: Dados da pesquisa, 2024

São 5% que apresentam necessidades especiais, sendo que 4 tem deficiência visual, 2 auditiva, 3 físicas e 5 não citaram.

Quanto ao município onde moram os respondentes, os dados podem ser verificados no Gráfico 5.

Gráfico 5. Município de moradia



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Além dos municípios que aparecem no Gráfico 5, também foram citados: Carlos Gomes (2), Floriano Peixoto (2), Gaurama (2), Centenário (1), Charrua (1), Cruzaltense (1), Erebangó (1), Erval Grande (1), Itatiba do Sul (1), Mariano Moro (1), Ponte Preta (1), São Valentim (1) e Três Arroios (1). Percebe-se que ainda faltaram 8 municípios da região serem citados que é o caso de:

Barra do Rio Azul, Benjamin Constant do Sul, Entre Rios do Sul, Faxinalzinho, Ipiranga do Sul, Paulo Bento, Quatro Irmãos e Sertão.

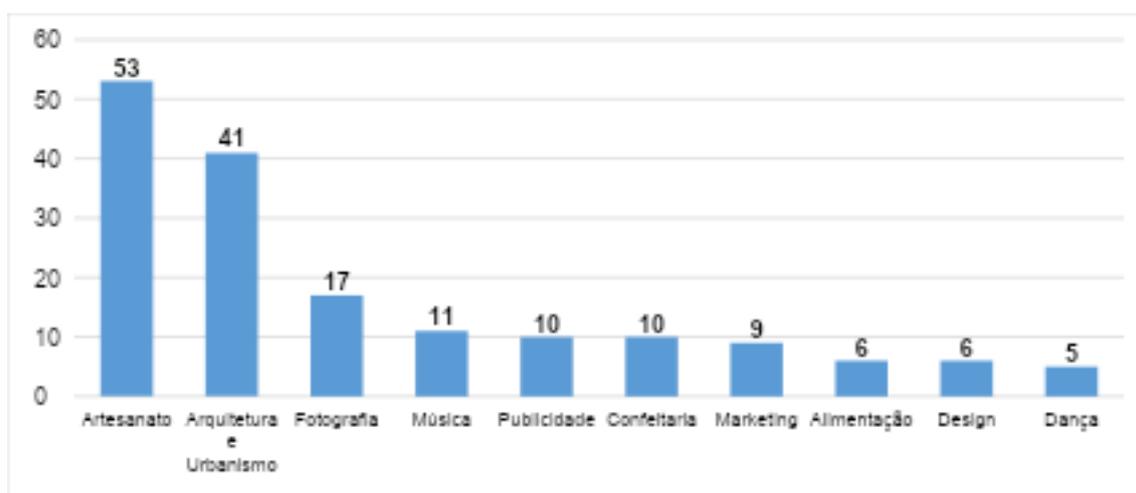
O município de Erechim se sobressai pois é o maior da região da AMAU, tem pelo último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2022a) 105.705 pessoas, sendo que o segundo maior em população é Getúlio Vargas conta com 16.602 pessoas (IBGE, 2002b). Os demais por sua vez, tem na sua maioria, população de menos de 3 mil habitantes. Isso fica demonstrado nos dados, com poucos ou nenhum respondente de alguns municípios.

Na sequência são apresentados os dados referentes as atividades desenvolvidas pelos respondentes. As atividades tiveram como base o apresentado por Kieling, Dravet & Marques (2022).

Além das atividades elencadas no Gráfico 6, foram citadas mais de uma vez: Costura (4), Criação de conteúdo digital (3), Design de joias (2), Design Gráfico (4), DJ (3), Doceria (4), Doces artesanais (2), Pintura (2), Produção musical (2), Programador (3), Recreação (2), Tatuagem (3), Tecnologia (4) e Turismo (3). Foram citadas uma única vez: Arquitetura/Marketing, Arquitetura de interiores, Arquitetura e Urbanismo e Paisagismo, Arquitetura e Urbanismo/Designer/Música/Artesanato, Arranjos de suculentas e cactos, Arte, Atelier (roupas, maquiagem e consultoria de imagem), Bioarquitetura, Brechó, Brechó online, Cabeleireira, Canto, Chocolates artesanais, Comunicação, Comunicação/Marketing, Fotografia/Produção de conteúdo para redes sociais, Consultor em comunicação, Costura criativa, Costura/Artesanato, Criação de lettering/Ilustrações, Culinária, Culinária alternativa, Cultural, Cutelaria, Decoração, Design de semijóias, Design de interiores, Design/Comunicação, Design gráfico de embalagens, Dj/Eventos, Educação – artes, Educação – dança, Educação – dança gaúcha, Educação – artesanato, Educação – Musical, Eventos/Youtube, Eventos/Educação, Floricultura/Decoração de festas, Fotografia/Organização de eventos, Fotografia/Vídeo, Gestão de redes sociais, Imprensa, Influencer, Instalação de papel de parede, Jornalismo, Locutora,

Marcenaria, Marketing Digital, Mídias sociais, Moda, Móveis planejados, Música/Produção cultural, Músico/Cozinheiro, Nail design, Paisagismo, Perfumaria, Pipocas gourmet, Produção audiovisual, Produção de eventos, Publicidade e Propaganda, Rádio e Renderização.

Gráfico 6. Atividades



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

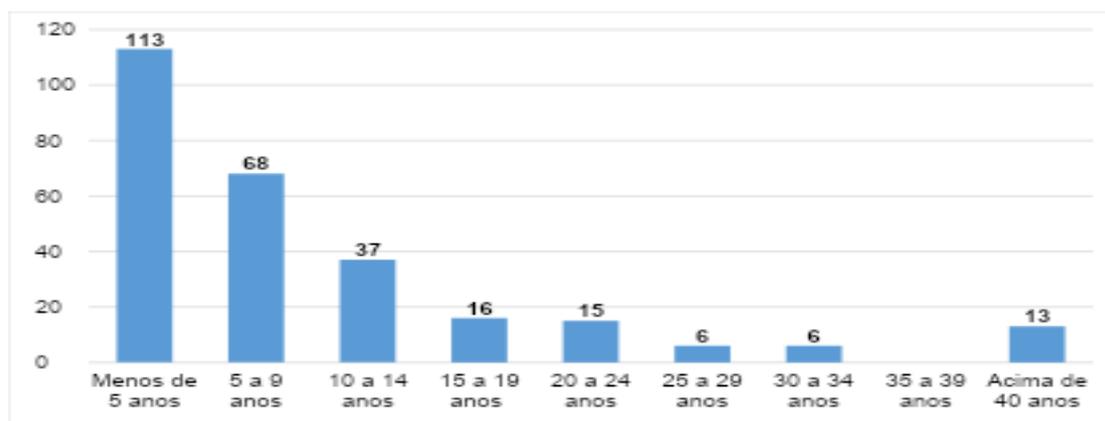
Segundo o Itaú Cultural (2022), no ano de 2022, o Brasil tinha 4,6 milhões de empresas no Brasil, destas 151.703 empresas criativas e 4,4 milhões relacionadas a outras áreas, ou seja, 3,9% dos empreendimentos seriam voltados a economia criativa.

Quanto ao tempo de atividade, o Gráfico 7 mostra que 41,2% está a menos de 5 anos na atividade, mas também há 4,7% a mais de 40 anos na atividade, o que demonstram que pode ser que desenvolvam esta atividade desde muito jovens, muito provavelmente atividades relacionadas ao artesanato, confeitaria e alimentação, as quais podem ser aprendidas com a família e não exigem a princípio uma formação específica.

Para o GEM (2023) as atividades com menos de 42 meses seriam as iniciais, após este período se considera que os empreendimentos já estão estabelecidos, ou seja, tem mais condições para se manterem. Neste estudo

29,5% dos empreendimentos estaria na fase inicial, os quais demandam de mais cuidados para sua sustentação, os demais já estariam estabelecidos.

Gráfico 7. Tempo de atividade



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Outro questionamento foi quanto a atividade ligada a economia criativa ser ou não sua principal fonte de renda. Dos respondentes 90 (32,8%) indicaram que não é a principal e 184 (67,2%) indicaram que sim, é sua principal fonte de renda. Além disso, foi questionado se tinham outra fonte de renda, 121 respondentes indicaram que possuem outras atividades, os principais resultados são apresentados no Gráfico 8.

Gráfico 8. Outras fontes de renda



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

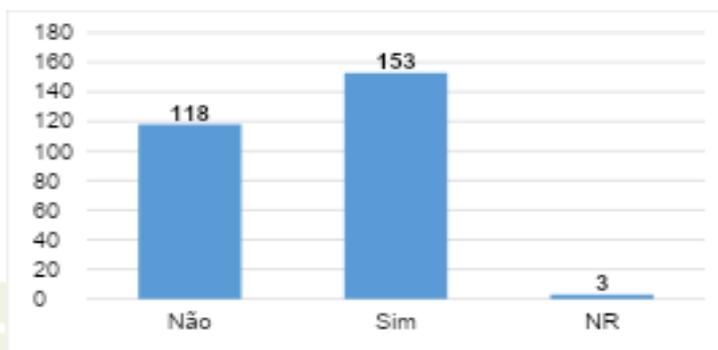
Além das apresentadas no Gráfico, são citadas com duas respostas cada as atividades de: Administração, Agroindústria rural, Auxiliar de produção, CLT, Freelance, Indústria, Investimentos e Psicologia. Com uma resposta cada são:

Alimentação, Área saúde, Aromoterapia, Assistente de Engenharia, Assistente de vendas, Atendente, Atendente terapêutica, Auxiliar de manutenção/Faxineira, Auxiliar geral, Balconista, Conselho tutelar, Consultoria de vendas, Cuidado com idosos, Cutelaria Artesanal, Design gráfico, Dj, Dona de casa, Editoração de vídeos, criação de sites e música, Educação - artesanato, Educação - música, Eletricista, Engenharia civil, Entrega de mercadorias, Eventos, Fotografia, Gestão Ambiental, Gestão de atendimento, Gestão de licitações, Gestão de Marketing, Indústria repelentes, Instrução de trânsito, Marketing, Mecânica de carros antigos, Motorista particular, Musicoterapeuta, Nail design, Odontologia, Ótica, Pecuária, Pesca, Educação e Artista 3D, Programador, Publicitário, Química, Química, Recreação infantil, Redes sociais, Regularização de obras junto ao INSS, Reiki, Soldador, Dirigente espiritual, Taxista e YouTube.

Alguns apontam atividades que também estão relacionadas de forma direta ou indireta a economia criativa, talvez a citam por não conhecerem as atividades ligadas à economia criativa.

Foi realizado questionamento quanto à formalização do empreendimento e as respostas estão no Gráfico 9.

Gráfico 9. Atividades formalizadas



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Não têm o empreendimento formalizado 43,1% dos respondentes, 55,8% indicaram que têm ele formalizado e 1,2% não responderam. O GEM (2023) aponta que há uma tendência de os empreendimentos em estágio inicial se formalizarem, no ano de 2023, 42,2% dos que estavam neste estágio se

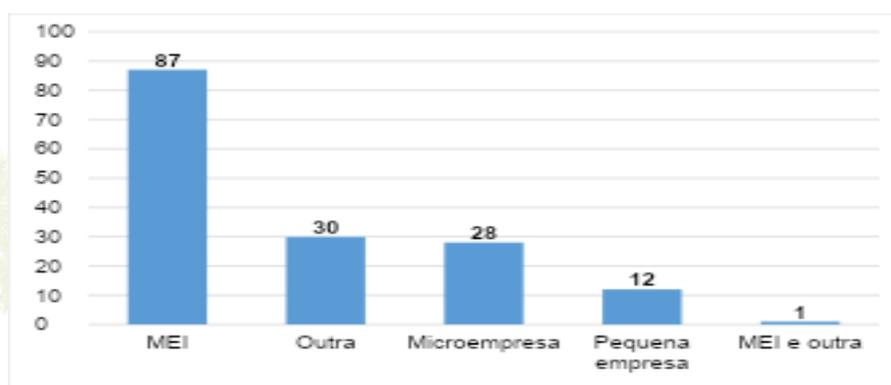
formalizaram. Todavia ainda o percentual de empreendimentos formalizados é mais baixo do que o desejável.

Os que responderam não ter a formalização pode ser em decorrência do fato de terem outra fonte de renda, como pode ser verificado no Gráfico 8.

O Gráfico 10 apresenta as formas de registro dos empreendimentos. Embora 153 tem indicado que são formalizados, 158 indicaram alguma forma de registro, pode ter ocorrido de alguns terem citado a formalização da outra atividade que desenvolvem.

O MEI se destaca com 55,1% da indicação dos respondentes e 19% indicaram outra forma sem apontar qual seria ela. Pelos dados do Itaú Cultural (2022), os registrados como MEI são, na maioria, empreendimentos ligados as atividades de: Publicidade e Serviços Empresariais, Moda, Editorial, Artes Cênicas, Artes Visuais, Atividades Artesanais, Cinema, Rádio e TV. Penso que os dados se assemelhem nas atividades de Artesanato, Moda, Publicidade e Artes Visuais, todavia outras não são apontados neste estudo como Artes Cênicas.

Gráfico 10. Forma de registro



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Com os dados referentes a formalização se encerra a apresentação e a discussão das informações referentes da pesquisa realizada.

3 CONCLUSÃO

A economia criativa e os empreendedores ligados as atividades ligadas a ela ainda precisam de um olhar atento por parte dos pesquisadores para se ter informações que consolidem esta parte da economia e tragam subsídios para a construção de políticas públicas.

Com este intuito o objetivo deste estudo foi identificar o perfil dos empreendedores que atuam em atividades ligadas a economia criativa na AMAU. Após a realização a pesquisa verificou-se que a maioria dos respondentes são mulheres, com boa escolaridade, moradoras de Erechim, que trabalham principalmente com: artesanato, arquitetura e urbanismo, fotografia e música. Elas têm como uma atividade da economia criativa como sua principal fonte de renda, atuam a menos de 10 anos e têm a atividade formalizada.

Embora a amostra não possa ser probabilística por não se ter uma definição clara das atividades que fazem parte do escopo da economia criativa e dessa forma ser difícil quantificar o número de empreendimentos voltados a este setor, somado a isso o fato de terem empreendimentos informais que trabalham com atividades voltadas a economia criativa, este estudo mostra um primeiro esboço do perfil dos empreendedores da área. Isso é importante para se conheça mais sobre a economia criativa, para a tomada de decisão na construção de políticas públicas voltadas à economia criativa e a valorização desta que área que vem crescendo e sendo valorizada por aplicar o conhecimento e a criatividade como força motriz.

A maior limitação do estudo foi a falta de informações do seu público alvo, o que dificultou a coleta de dados. Junto a isso somasse o fato de a coleta de dados ser restrita por meio online, pois algumas pessoas envolvidas nas atividades foco da pesquisa podem não estar familiarizadas com este tipo de ferramenta.

Sugere-se que outros estudos sejam realizados com o intuito de conhecer melhor o perfil dos empreendedores que atuam em atividades ligadas a

economia criativa, tanto na AMAU como em outras regiões do país. Isso fará com que se tenha mais conhecimento acadêmico para o respaldo das pesquisas, direcionamento dos estudos e também bases para tomada de decisões dos empreendedores da área e na elaboração de políticas públicas.

Agradecimento

Agrademos a Universidade Federal da Fronteira Sul pela bolsa concedida para a realização desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- Ávila, A., & Davel, E. P. B. (2024). A emoção do empreendedorismo: panorama e perspectiva para renovar a pesquisa. *Revista Gestão & Conexões*, 3, 72–99. <https://doi.org/10.47456/regec.23,7-5087.2024..3..39725.72-99>
- Bussab, W. & Morettin, P. (20,7) *Estatística básica*. 6. ed. São Paulo: Saraiva.
- Brito, S. M. & Honrado, M. G (202,). Um breve retrato do perfil empreendedor. *Journal Of Exact Sciences and Technological Applications*, [S. l.], v. , p. 2–5. <https://periodicos.ufsm.br/JESTA/article/view/39588>
- Gil, A. C. (20,9) *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 7. ed. São Paulo: Atlas.
- Global Entrepreneurship Monitor (2023). Empreendedorismo no Brasil 2023: relatório executivo. <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/06/BR-RT-EmpreendedorPotencial-2023-2024-v2.pdf>
- Guilherme, L. L. (2017) Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Brazilian Journal of Science and Technology*, vol. 4, no. 2, 2017. <https://doi.org/10.1186/s40552-017-0040-0>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022) Erechim. *Cidades e Estados*. <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/erechim.html>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022) Getúlio Vargas. *Cidades e Estados*. <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/getulio-vargas.html>
- Itaú Cultural (2022). Painel de dados. Empresas da economia criativa. <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/pesquisa/empresas-da-economia-criativa>
- Kieling A. S., Davret F. D. & Marques, A. (2022) Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal. Fase 1. <https://www.panoramacriativodf.com.br/etapas.html>
- Kukul, V. C. (2022) *Turismo, economia criativa e carnaval: a cadeia produtiva do Bloco da Ovelha*. 2021. 1–114 f. Dissertação – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2021. <https://repositorio.ucs.br/11338/10209>
- Oliveira, L. A. G. (2016) Cultura, criatividade e desenvolvimento territorial: reflexões sobre Redes e Sistemas Produtivos de Economia Criativa. In: Leitão, C; Machado, A. F. *Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira*. Belo Horizonte: Código. <http://tempodehermes.com/documents/POR-UM-BRASIL-CRIATIVO.pdf>.

- Paula, F. S. de; Nascimento, G. A. & Paula, M. S. da S. de (2022). A importância do empreendedorismo em Rubiataba. *Revista Descobertas*, <https://revistas.unievangelica.edu.br/index.php/descobertas/article/view/5806>
- Queiroz, A. L. & Paradela, C. L. (2017) Empreendedorismo, indústria criativa e economia criativa: uma evolução conceitual. *Revista Papyrus*, v.4, n.2, p. 124-146, jul./dez. <http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/papirussantacatarina/article/viewArticle/4107>
- Richardson, R. J. et al. (2008) *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Silva, F. A. B. da; Vieira, M. P. & Franco, B. L. (20,9) *A economia criativa sob medida: conceitos e dinamismo das classes criativas*. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/,058/9345>.
- UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento). *Creative Economy Report 2013*. UNCTAD, 2013. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224698>
- Varbanova, L. (2017). *International entrepreneurship in the arts*. New York: Routledge.