



# ESTRUTURA DE MERCADO DA ECONOMIA CRIATIVA EM ALAGOAS

RELATÓRIO FINAL

## RESUMO

Esse é o documento final de um trabalho de pesquisa sobre a Economia Criativa em Alagoas.

Francisco Rosário  
GESTOTUS

## Sumário

1 - Introdução.....	2
2 – Como o trabalho foi feito. ....	4
3 - Análise estrutural do mercado da economia criativa em Alagoas .....	6
3.1 – Condições básicas do mercado em Alagoas: setores criativos e mercado de trabalho. ....	6
3.2 – Organização Institucional para a economia criativa em Alagoas.....	9
3.3 – O impacto da tecnologia no trabalho criativo.....	12
4 – Características estruturais da indústria criativa em Alagoas. ....	16
4.1 – Estrutura setorial da economia criativa em Alagoas. ....	17
4.2 – O cálculo do índice de intensidade criativa setorial .....	18
4.3 – Descrição da estrutura setorial da economia criativa .....	19
4.3.1 – Indústria de transformação .....	19
4.3.2 – Informação e comunicação .....	26
4.3.3 - Atividades Profissionais .....	36
4.3.4 - Artes, cultura, esportes e recreação.....	40
5 – Identificando as demandas setoriais .....	44
6 – Considerações finais e sugestões.....	50
7 - Referências: .....	53
ANEXOS .....	54
ANEXO 1 .....	54
ANEXO 2 .....	57
ANEXO 3 .....	58

# ESTRUTURA DE MERCADO DA ECONOMIA CRIATIVA

## 1 - Introdução

A economia criativa é um dos temas que vem recebendo atenção e relevância nos ambientes acadêmicos, mas que já ocupa, também, espaço significativo nos ambientes das políticas públicas. O motivo desse interesse é que a economia criativa vem despontando como um importante vetor para o desenvolvimento sócio-econômico de várias economias regionais.

Não é por menos que a busca por dados e indicadores dessa nova configuração de produção econômica é uma constante nos ambientes descritos anteriormente. Essas informações são fundamentais para o melhor entendimento da relevância da economia criativa, bem como para o desenvolvimento de políticas públicas que possam consolidar as atividades criativas e contribuir para o desenvolvimento.

Esse trabalho tem como objetivo fornecer informações e indicadores referentes a cadeia produtiva da economia criativa em Alagoas.

Nessa perspectiva, esse relatório cumpre o seguinte objetivo geral, que é realizar um estudo de mercado e mapeamento dos dados e informações com uma amostra de agentes econômicos envolvidos na cadeia de valor da Economia Criativa em Alagoas. Além de perseguir os seguintes objetivos específicos:

- Identificar setores prioritários da cadeia criativa de Alagoas, levando em consideração o grau de competitividade e condições para fomento da geração de negócios.
- Identificar a provável dimensão do mercado consumidor de empreendimentos criativos e potenciais clientes da cadeia.
- Identificar necessidades gerais do público para o desenvolvimento das atividades.
- Identificar os principais gargalos que impedem a competitividade do setor, bem como as oportunidades de melhorias para o setor.

A abordagem em indústria criativa, onde a criatividade é um nome genérico para um conjunto de atividades que ofertam novos conteúdos e novas ideias, novas histórias e designs, nova arte e arquitetura, novo tipo informação e como tratar com ela e, finalmente, novas soluções a problemas que quando conectados ao mercado permitem o surgimento de novas tecnologias com novos comportamentos de consumo. Ou seja, as indústrias criativas também propiciam inovação.

Essas indústrias não só facilitam o surgimento da novidade, mas também o trabalho de incorporação e adaptação das novas tecnologias as atividades tradicionais (por meio do design e publicidade, por exemplo), bem como a incorporação dessas tecnologias no processo educacional formal, como o ensino de robótica, programação, além de artes, teatro, música e habilidades manuais.

A indústria criativa está envolvida em todos os estágios do processo de inovação, portanto, é possível entender essa indústria para além de uma cadeia produtiva apenas, mas integrado no sistema de inovação local. E, na visão de Florida, Mellander, Stolarick (2008) existe uma classe criativa que ocupa um lugar nesse novo mundo com grande poder de reorientar a organização das cidades e do trabalho sendo a criatividade um ativo-chave para a nova era, como o caso do mundo digital e suas múltiplas oportunidades nesse novo paradigma.

Esses autores trabalham com três perspectivas de oportunidades de mercado: 1) a tecnológica, que reúne a inovação, com produtos originais, ideias e tecnologias; 2) a perspectiva econômica, que inclui o empreendedorismo e a transformação desse talento em novos negócios e indústrias, e 3) a cultura e as artes, que congregam a habilidade de inventar novas possibilidades de pensar sobre o mundo, novas expressões artísticas com novas formas

A abordagem metodológica utilizada nesse trabalho será a combinação entre a noção de cadeia de valor, a identificação dos agentes institucionais presentes no sistema de inovação local, e a abordagem da organização industrial setorial, com a definição das condições de oferta e demanda do mercado. Essa combinação irá permitir construir a estrutura do ecossistema da economia criativa em Alagoas. Inicialmente, considera-se aqui a descrição geral das condições básicas de oferta e demanda do mercado, e a estrutura de mercado com o número de empregos e empresas distribuídas por todos os municípios do estado.

As indústrias criativas possuem algumas características que impõe uma racionalidade econômica diferente do consumo de bens, a saber:

1. Nessa indústria, existe muita incerteza sobre qual é a provável demanda do “produto criativo”, devido ao fato que os produtos criativos são “bens de experiência”, onde os consumidores não possuem informação *ex-ante* ao consumo e onde a satisfação deriva em grande medida do subjetivo e intangível.
2. As formas nas quais se produz a “criatividade” deriva de meios não-econômicos, sejam meios de trabalho, seja da própria atividade criativa, mas todos os produtos dependem do desempenho de atividades “rotineiras” de gestão (Ex: contabilidade e marketing), no sentido de viabilizar economicamente essas atividades.
3. A natureza da produção criativa é coletiva e existe a necessidade de desenvolver e manter equipes com diversas habilidades. Essas equipes geralmente também possuem diversos interesses e expectativas sobre o produto final, alternando-os, sempre.

4. Existe uma grande disponibilidade de tipos e composições de produtos criativos, que se apresentam com formatos próprios (ex: serviços de apresentações de folguedos folclóricos para turistas), ou em formatos combinados (ex: os mesmos serviços em plataforma digital).
5. Existem habilidades verticalmente diferenciadas (ex: mestres artesãos) e formas nas quais os produtores e outros agentes ranqueiam o desempenho das atividades criativas e acessam o pessoal envolvido na produção criativa.
6. Na indústria é normal a necessidade de coordenar diversas atividades criativas com relativamente pequeno ou limitado período de tempo.
7. Existe a exploração, ao longo do tempo, de muitos produtos culturais e, também, a habilidade de seus produtores em continuar extraindo rendas econômicas mesmo por um longo tempo após a produção (ex: direitos autorais).

## **2 – Como o trabalho foi feito.**

Além dos conceitos de cadeia de valor, estrutura setorial/mercado e ecossistema na economia criativa, do ponto de vista operacional, esse trabalho utilizou a base de dados sobre emprego formal e empresas que oferecem esses empregos em Alagoas da Secretária Especial de Trabalho e Emprego (SETE) do Ministério da Economia (ME). Foi inicialmente calculado a evolução dos empregos e empresas ao longo dos últimos cinco anos em Alagoas. Foi calculado, também, o salário médio da economia criativa e a distribuição dos salários.

Para a utilização da base de dados da SETE, a RAIS, era imprescindível a homogeneização dos dados para os conceitos de setores, categorias e ocupações da economia criativa citadas no Observatório Itaú Cultural de Economia Criativa<sup>1</sup> e em Bakhshi; Freeman e Higgs (2013).

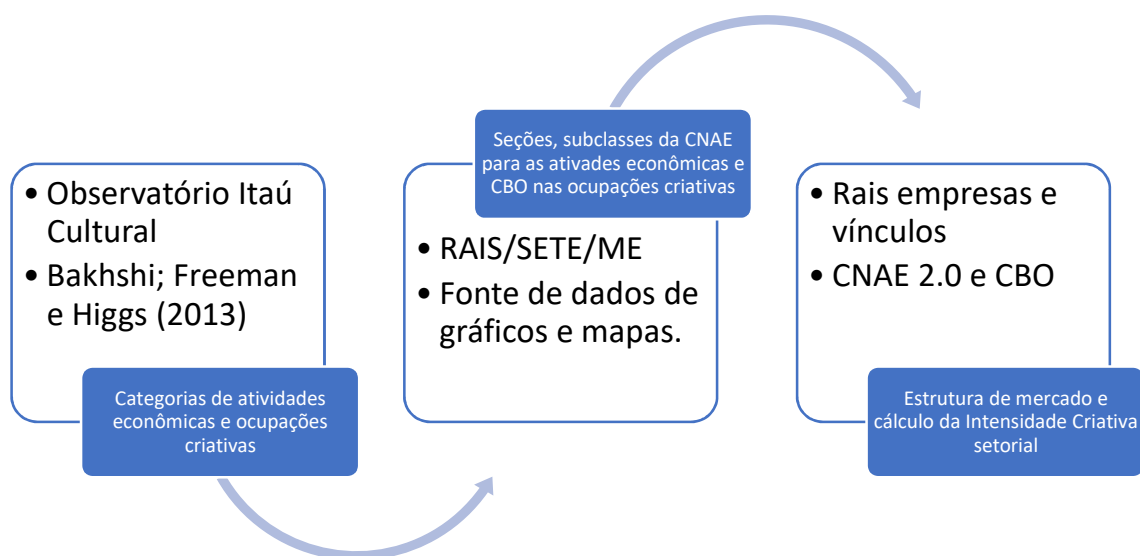
Essa homogeneização foi realizada abrindo a partir da base de dados da RAIS, a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) e as seções, classes e subclasses do CNAE 2.0 para identificar as equivalências do que está citado no Observatório Itaú Cultural de Economia Criativa e em Bakhshi; Freeman e Higgs (2013).

Na figura 1 estão descritos os passos da homogeneização e utilização dos dados pesquisados.

---

<sup>1</sup> <https://www.itaucultural.org.br/observatorio-itaucultural>

Figura 1: Passos metodológicos para a homogeneização de setores, categorias e ocupações da economia criativa.



Fonte: elaborado pelo autor.

Após o trabalho de análise dos dados oriundos das bases relatadas, foi aplicado um questionário por meio de formulário on-line, cujas questões estão no anexo 2 desse trabalho. A análise das respostas foram realizadas por meio de nuvens de palavras e interpretação direta das respostas correspondentes no questionário.

Nessa perspectiva, o presente trabalho argumenta que a economia criativa é um setor amplo e heterogêneo que requer várias abordagens para a interpretar da melhor forma possível o funcionamento e condição do conjunto de atividades que compõe o setor. A razão para isso é que se entende aqui que o valor da arte e da cultura, em um sistema econômico é dinâmico, pois há mudança e migração de valor a partir dos diversos processos de busca, experimentação, inserção e seleção do intangível na economia.

### **3 - Análise estrutural do mercado da economia criativa em Alagoas**

#### **3.1 – Condições básicas do mercado em Alagoas: setores criativos e mercado de trabalho.**

Alagoas é um estado com 3,3 milhões de habitantes, renda domiciliar per capita de R\$ 730,00, cujo principal produto exportado em 2018 foi açúcar, com 48,6% do total de exportações do estado, segundo a DataViva/SECEX (2020).

A economia criativa alagoana apresenta um mercado de 0,8% do PIB estadual segundo dados do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, da Firjan/SENAI (2019). No entanto, o pesquisador e especialista em economia criativa Elder Maia, da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), apontou que o impacto da economia criativa no estado de Alagoas é de cerca de 2,4% do PIB (SEBRAE/AL, 2020), com um potencial impacto de quase R\$ 1,1 bi em diversos modelos de negócios possíveis de serem desenvolvidos localmente.

No Brasil o consumo em economia criativa atinge cerca de 7,5% do orçamento familiar segundo a Pesquisa de Orçamento Familiar do IBGE (POF/IBGE, 2020), em Alagoas esse percentual representa um valor de R\$ 110,00 por unidade familiar, em média.

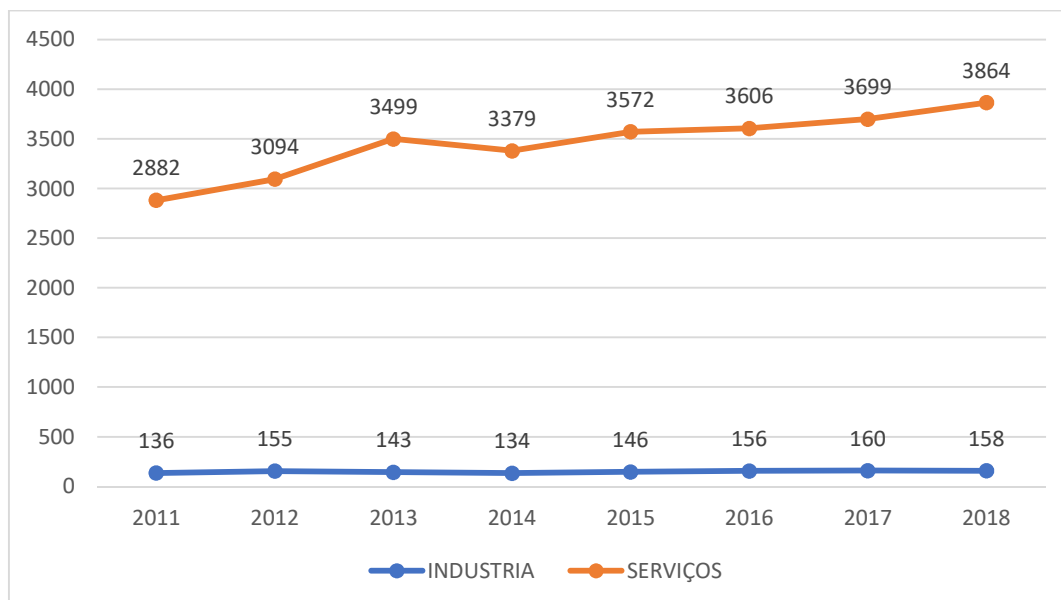
Para entender a estrutura do mercado da economia criativa e seus setores determinantes para Alagoas, foi adaptada as categorias propostas pelo relatório do Observatório do Itaú Cultural<sup>2</sup> para a Economia Criativa. A adaptação está no fato do uso de dados da CNAE 2.0 ao invés da CNAE domiciliar. No anexo 1 estão os setores da economia criativa pesquisados para análise nesse trabalho.

Em Alagoas, de acordo com os dados da Secretaria Especial do Emprego e Trabalho do Ministério da Economia (RAIS/SETE, 2020), havia 4.022 empregos formais nas atividades vinculadas aos setores pesquisados da economia criativa (figura 2).

---

<sup>2</sup> <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/>

Figura 2: Evolução do emprego formal nas Atividades<sup>a</sup> da Indústria Criativa em Alagoas



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE, 2020.

<sup>a</sup> As atividades estão descritas no Anexo 1.

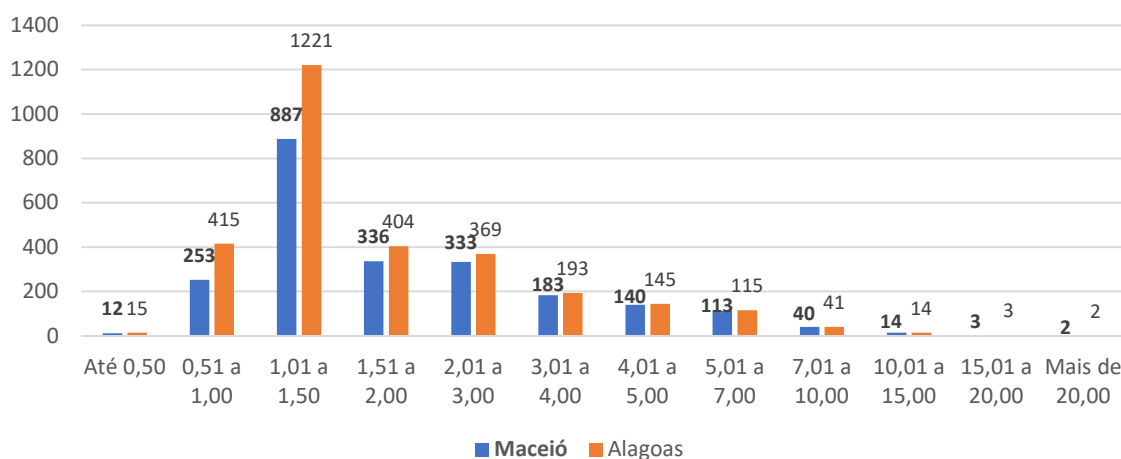
O que se percebe é o crescimento do número de empregos nas categorias que compõe a economia criativa em Alagoas. Contudo, devido inclusive a estrutura da economia alagoana, baseada em serviços, as atividades dos setores de serviços são as que mais ofereceram oportunidades de emprego entre 2011 e 2019.

O mercado de trabalho da economia criativa tem algumas características diferenciadas propostas por Menger (2015, p. 150), tais como:

- a) É um mercado de trabalho mais flexível, portanto, com maior flutuação entre as atividades e geralmente o trabalhador não tem como única fonte de renda a atividade criativa.
- b) Modelo de aferição de desempenho diferente de atividades tradicionais, pois a atividade criativa os elementos de produtividade perdem o sentido, a não ser quando estão no universo digital.
- c) Sinalizador de qualidade são eventos de competição e editais, pois não é possível dizer se um projeto de filme, uma música ou uma escultura é melhor que outra similar, mas apenas quando submetidos a critérios externos.
- d) Desigualdade nos ganhos entre os trabalhadores das diversas atividades.



Figura 3: Distribuição da renda do trabalho na Indústria Criativa em Maceió e em Alagoas.

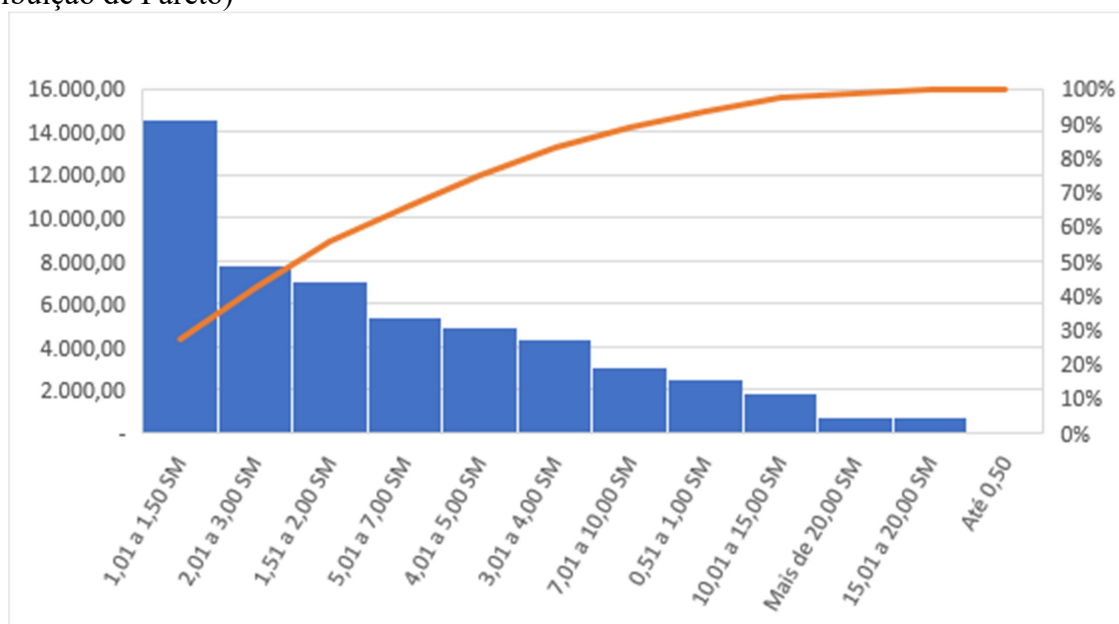


Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE, 2020.

As figuras 3 e 4 mostram a desigualdade nos ganhos dos empregados formais na economia criativa. Na figura 3 está o número de empregos por faixa salarial, em Maceió e em Alagoas, sendo perceptível que a maioria dos empregos formais estão na faixa de 1 a 2 salários mínimos em ambos os casos. Observa-se também que Maceió concentra a maioria dos empregos formais na economia criativa em Alagoas, isso indica não só o tamanho do mercado da capital alagoana para essas atividades, mas também a complementaridade da economia criativa com o turismo, pois a capital é o principal produto turístico do estado.

Na figura 3 os percentuais se confirmam, mostrando que 50% do total da soma de todos os salários vem de proventos até 3 salários mínimos.

Figura 4: Distribuição da renda do trabalho na Indústria Criativa em Alagoas (distribuição de Pareto)



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE, 2020.

Empreendedores criativos ou artísticos diferem de outros empreendedores em vários aspectos fundamentais. Para esse relatório é interesse entender o resultado da combinação de criatividade e empreendedorismo. De modo geral, a importância central para os criativos artísticos é ter tempo para se envolver pessoalmente em empreendimentos artisticamente criativos, além do que, eles tendem a valorizar a criatividade artística acima da criatividade gerencial ou a criatividade acima do empreendedorismo e profissionalismo (PEARSE; PETERLIN, 2019).

Em Alagoas o contexto não é muito diferente do restante do mundo, em termo de comportamento empreendedor, contudo, dado o baixo de nível de renda média no estado, a qualidade de vida de um criativo fica bem abaixo de seus congêneres de países mais desenvolvidos.

### 3.2 – Organização Institucional para a economia criativa em Alagoas.

O que pode sustentar um grau de profissionalismo mínimo para a atuação no mercado capitalista é a articulação das diversas categorias de trabalhadores criativos em cooperativas, associações e fóruns de articulação e reivindicação profissionais. Em Alagoas, a professora Ana Milani, pesquisadora da Universidade Federal de Alagoas, identificou 28 associações de artesãs em todo o estado (MILANI, 2019). Além dessas

existem 5 outras associações de músicos, teatro, técnicos em som e áudio, entre outros. Está em construção o Cadastro Único da Cultura Alagoana (CUCA), cujo objetivo inicial é subsidiar informações para o Governo Federal repassar recursos oriundos da Lei Aldir Blanc. A finalização desse cadastro é de suma importância para a orientação de políticas públicas, editais de apoio e apoio ao empreendedorismo criativo em Alagoas.

A Lei Aldir Blanc – regulamentada no dia 18 de agosto - foi uma das medidas emergenciais que o Governo Federal encontrou para minorar os efeitos da pandemia no país, disponibilizando auxílio financeiro aos artistas informais do Brasil, durante o período da pandemia do coronavírus. Alagoas deve receber um valor estimado em mais de R\$ 57 milhões, sendo R\$ 31,5 milhões para o Estado e o restante direto na conta dos municípios (SECULT, 2018).

Pelo motivo da excepcionalidade do ano de 2020 que exigiu maior organização institucional das diversas atividades produtivas dentro da economia criativa, foram incentivados a criação de fóruns de atividades criativas em Alagoas a partir das nove áreas de representação cultural no Conselho Municipal de Políticas Culturais. Nesse contexto foram mapeados nesse trabalho 09 fóruns em Maceió, a saber:

1. Arte digital e Artes visuais.
2. Artesanato, moda e design.
3. Artes Cênicas.
4. Audiovisual.
5. Culturas afro-brasileiras.
6. Culturas populares.
7. Literatura, livro e leitura.
8. Música.
9. Arquivos, patrimônio material, imaterial e museus.

A organização desses fóruns foi potencializada pelo fenômeno da pandemia do CORONAVIRUS e surgiram no âmbito do Conselho Municipal de Políticas Culturais da Cidade de Maceió<sup>3</sup>. A partir do conselho, se organizou também o Comitê de Crise da Cultura, que também é no município de Maceió, ambos voltados para a economia criativa e, o segundo, para a implementação da ajuda direcionada pela Lei Aldir Blanc.

---

<sup>3</sup> <https://cmpcmaceio.wordpress.com/>

Essas duas institucionalidades estão trabalhando em conjunto para o apoio aos trabalhadores criativos.

O impacto da pandemia também influenciou organizações do interior do estado, com maior organização nas cidades de Arapiraca, Penedo, Palmeira dos Índios e União dos Palmares. Contudo, os fóruns criados são menos atuantes que na capital e há dificuldade de contato e entrada dos líderes desses fóruns do interior com a maioria dos trabalhadores criativos de suas regiões.

Em grande parte, a articulação institucional recente para a divulgação, fomento e apoio da economia criativa em Alagoas está sendo protagonizada pelos esforços locais da Prefeitura Municipal de Maceió, apesar do que vários órgãos do governo do estado também entram na composição do apoio.

Isto posto, percebe-se que as instituições mais atuantes nesse setor são oriundas tanto do município de Maceió como órgãos do governo do estado de Alagoas. Foram identificadas quatro delas, a Secretaria de Estado da Cultura (SECULT) pelo Estado de Alagoas, a Fundação Cultural de Ação Cultural (FMAC) no âmbito do município de Maceió, o SEBRAE/Al com um bureau de apoio aos empreendedores da economia criativa, e a FAPEAL, com o lançamento de editais de fomento as atividades criativas em Alagoas.

No quadro 1, estão o volume de editais de apoio e fomento para as atividades criativas em Alagoas entre 2018 e 2020.

Quadro 1: Volume de editais de apoio e fomento

Ano	SECULT	FMAC	FAPEAL/SEBRAE
2018	12	3	-
2019	12	11	-
2020	6	6	1

Fonte: dados da pesquisa

Por fim, se percebeu que tem muito do esforço individual de quem conduz as organizações representativas da economia criativa nos avanços recentes percebidos. Portanto, a organização de uma agenda de ações no estado necessita de maior institucionalização dos agentes econômicos ligados a economia criativa, além de maior participação social nos fóruns, conselhos, e outros órgãos institucionais como forma de manutenção do ritmo de institucionalização e profissionalização do setor.

### 3.3 – O impacto da tecnologia no trabalho criativo.

As tecnologias tornaram-se comuns e onipresentes nas Indústrias Criativas, frequentemente usadas como meio de aumentar diretamente a criatividade, tendo como resultado o impacto nos diversos estilos de vida e na cultura da sociedade como um todo. Além do que as tecnologias são soluções para superar problemas e barreiras da criatividade e no consumo dos produtos dessa indústria (ABBASI; VASSILOPOULOU; STERGIOULAS, 2017).

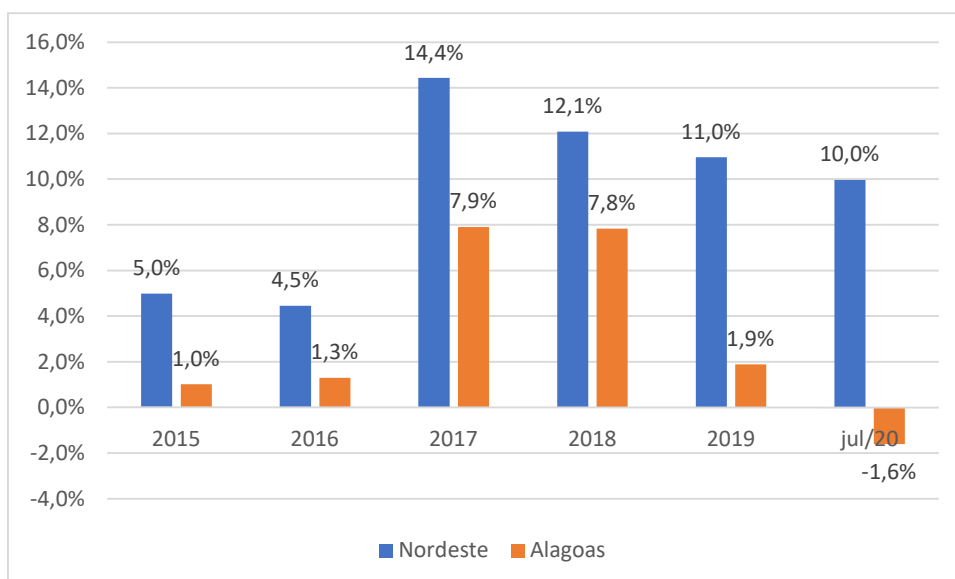
Atualmente as tecnologias da informação e comunicação (TIC) estão impactando de forma substancial a produção e consumo dos produtos da economia criativa. Segundo a McKinsey, os usuários de smartphones interagem com seus dispositivos em média 85 vezes por dia, 3 e 46 por cento relatam que não poderiam viver sem eles (MCKINSEY, 2020), isso sinaliza um grande impacto nos processos de distribuição de boa parte dos conteúdos gerados na economia criativa, do audiovisual a produção de softwares próprios para a fruição dos conteúdos.

A adoção das novas tecnologias nas indústrias criativas, permitiu a interação do setor criativo com as tecnologias levou a:

- a) novas formas de arte expressão e gêneros de arte inteiramente novos (por exemplo, nova arte de mídia, arte digital, arte em vídeo);
- b) novas compreensões de criatividade (por exemplo, aplicativos no museu, no teatro e na galeria);
- c) novo materiais, processos e ferramentas para práticas criativas;
- d) novos modelos de negócios, mercados digitais, grupos de consumidores e canais de distribuição, bem como formas inteiramente novas de marketing e venda de produtos criativos, ferramentas, aplicativos e serviços;
- e) novas formas de usuário - interação e colaboração do produtor;
- f) novas comunidades virtuais de criadores e inovadores; e
- g) novas formas de criatividade, como a criatividade livre de humanos e computacional.

Do ponto de vista da infraestrutura tecnológica para o consumo de serviços criativos, em Alagoas nota-se uma evolução dos acessos à banda larga fixa e móvel nas figuras 5 e 6.

**Figura 5: Taxa de crescimento anual no número de acessos de Banda Larga Fixa**



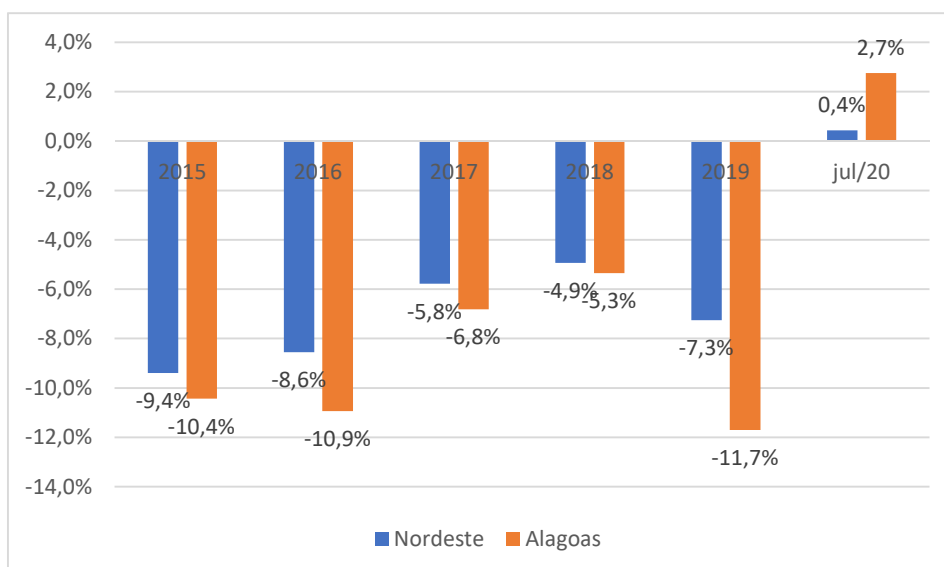
Fonte: Anatel (2020)

Na figura 5 a evolução diz respeito a taxa no aumento do número de conexões ano a ano desde 2015. Estão no contexto todas as conexões realizadas no Nordeste (incluindo Alagoas) e as conexões realizadas exclusivamente em Alagoas. O que se nota é que apesar do salto de conexões em 2017 e 2018, tanto para o Nordeste e Alagoas, há uma redução significativa na taxa de adesão à tecnologia em 2019 e, em 2020, há taxa negativa no crescimento de novas ligações de internet fixa. A oscilação observada na série apresentada na figura 5 provavelmente é resultado dos problemas de renda em Alagoas.

Mas as conexões de internet fixa é uma das principais formas, no Nordeste, da população se conectar ao consumo digital<sup>4</sup>. O crescimento das conexões na internet fixa contrasta com a redução do número de conexões de telefonia móvel.

Figura 6: Taxa de crescimento do número de conexões de Telefonia Móvel

<sup>4</sup> <https://teletime.com.br/29/04/2020/ibge-79-das-residencias-tinham-acesso-a-internet-em-2018/>



Fonte: Anatel (2020)

A figura 06 e a tabela 01, mostram a evolução na taxa de crescimento do número de conexões na telefonia móvel e no número de conexões em telefonia móvel em Alagoas e no Nordeste. Nota-se a contínua redução do número de conexões (chips) utilizados, isso ocorreu na medida em que as operadoras modificaram suas estratégias de precificação e os serviços de mensagens instantâneas deixaram de ser cobrados. Após 2016 houve a difusão maciça dos serviços como *Whatsapp* e *Telegran*, entre outros, que permitiram áudios e ligações entre os aparelhos por VoIp, reduzindo os custos e tornando menos necessário o uso de mais de um chip por pessoa.

Tabela 01: Evolução das conexões em telefonia móvel.

	Nordeste	Alagoas
<b>2014</b>	70.967.961	4.174.266
<b>2015</b>	64.298.644	3.739.032
<b>2016</b>	58.799.204	3.330.071
<b>2017</b>	55.399.223	3.103.182
<b>2018</b>	52.663.537	2.937.207
<b>2019</b>	48.841.744	2.593.652
<b>Jul/20</b>	49.052.832	2.664.977

Fonte: Anatel (2020)

A importância do uso das tecnologias de informação e comunicação por parte da população permite visualizar o mercado potencial nordestino e alagoano para o consumo de conteúdo digital. Essa é a grande fronteira e desafio para os diversos setores da economia criativa. A utilização não só de vídeos, áudios, jogos como meios de entrega de conteúdo, mas também a utilização de realidade virtual, realidade

aumentada e realidade mista como forma de complementaridades, geração de novos modelos de negócio, produtos e serviços oriundos dos setores da economia criativa.



## 4 – Características estruturais da indústria criativa em Alagoas.

Entender as atividades criativas é uma importante ação para garantir o desenvolvimento contínuo das sociedades e aprender sobre o que ocorre na economia criativa. As atividades criativas são intensivas em conhecimento e baseadas na criatividade e no talento individual, elas conseguem gerar riqueza econômica considerável.

Além do fator da riqueza, as interações entre os diversos setores e sua constituição e estrutura são essenciais para a construção do senso de identidade e cultura em Alagoas e no Brasil. Em termos econômicos, apresentam um crescimento acima da média do país nos últimos anos e criam empregos - especialmente para os jovens - ao mesmo tempo que reforçam a inclusão social.

Estudos sobre indústrias criativas (NEF, 2002; UNCTAD, 2010) revelam que sua competitividade está, justamente, nas diferentes estratégias para atuar no mercado (conduta): diferenciação do produto, alto investimento em design para produtos singulares, investimentos elevados em P&D, propaganda e marketing, entre outros.

Em mercados emergentes como o brasileiro, em particular o alagoano, a maioria das empresas e empreendedores nas atividades culturais trabalham com alto grau de incerteza no ambiente de investimentos, ou dependem fortemente de setores complementares como o turismo e as TICs. Esse fato, ao final, leva as empresas a ficarem dependentes de outras empresas maiores que se apropriam da maior parte do valor gerado pelos empreendedores criativos. Isso é um fato comum também no mundo, pois segundo Unctad (2010), a principal característica organizacional das indústrias culturais é a polarização do porte das empresas.

As economias de escala para os bens culturais são enormes, principalmente quando se utiliza o canal digital como meio de distribuição. O audiovisual, o conteúdo escrito e, mais recentemente, atividades em ambientes fechados como shows musicais ou peças de teatro, podem ser distribuídos por meio das transmissões ao vivo via *stream* digital. Outros produtos físicos, como as artes visuais e artesanato, podem ser comercializados para todo mundo via comércio eletrônico.

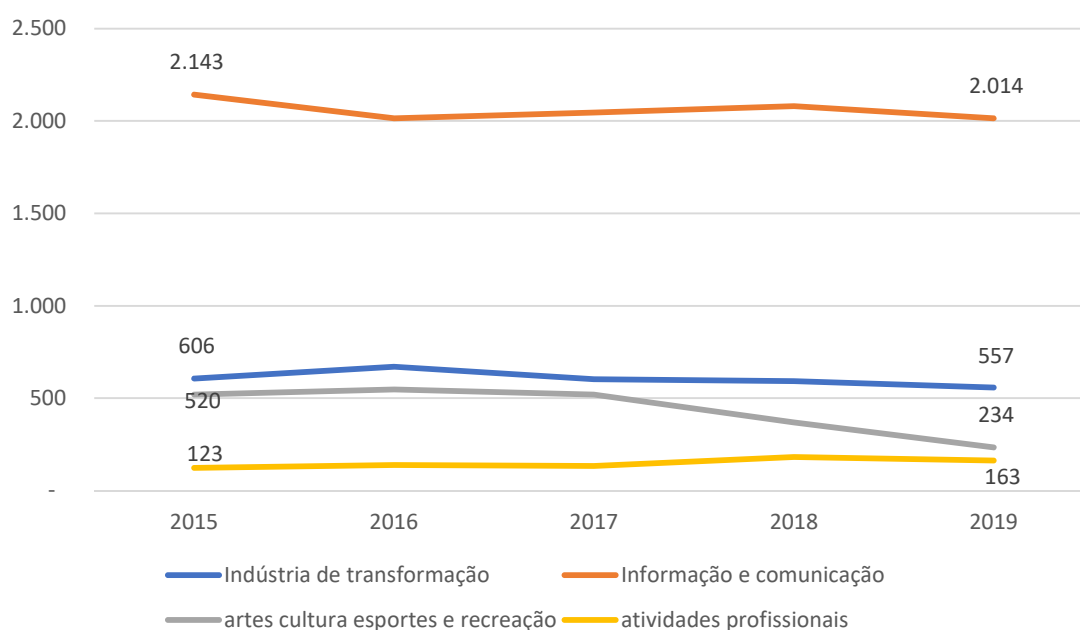
Contudo, o problema está nos processos de apropriação de valor, ou seja, nos modelos de negócio das atividades criativas. Iremos explorar esse tópico mais adiante.

#### 4.1 – Estrutura setorial da economia criativa em Alagoas.

A estrutura da economia criativa em Alagoas será analisada a partir do número de empregos formais e número de empresas nas seções do cadastro nacional de atividades econômicas (CNAE), nos setores e categorias definidos pelo Observatório Itaú Cultural de economia criativa<sup>5</sup>.

A figura 7 mostra a evolução do emprego formal na economia criativa em Alagoas. No ano de 2019 o estoque de emprego formal nas atividades criativas foi de 2.968 empregos, o que representou 6% da força de trabalho formal para Alagoas no ano.

Figura 7: Evolução do emprego da economia criativa em Alagoas (por Divisão da CNAE)



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE, 2020.

As atividades vinculadas as TICs são as que oferecem maior oportunidade de empregos, apesar da tendência de redução dos empregos. Das divisões agregadas de atividades mostradas na figura 07, apenas as atividades profissionais (serviços de arquitetura, design e publicidade) aumentou o número de empregos formais (variando em 24% no período). Esse fenômeno pode ser explicado pelo aumento na formação desses profissionais em Alagoas e a abertura de novas firmas.

<sup>5</sup> <https://www.itaucultural.org.br/observatorio-itaucultural>

Partindo da agregação realizada pelo Observatório Itaú Cultural para as atividades criativas (quadros 2 e 3), esse trabalho faz uma análise de cada seção CNAE e categoria descrito.

Quadro 03: Categorias e Seções CNAE da economia criativa

<b>Categorias</b>	<b>Seção CNAE 2.0<sup>6</sup></b>
<b>MODA</b>	<b>Indústria de transformação</b>
<b>ATIVIDADES ARTESANAIS</b>	
<b>EDITORIAL</b>	<b>Informação e comunicação</b>
<b>CINEMA, MÚSICA, FOTOGRAFIA, RÁDIO E TV</b>	
<b>TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO</b>	
<b>PUBLICIDADE</b>	
<b>ARQUITETURA</b>	<b>Atividades Profissionais</b>
<b>DESIGN</b>	
<b>ARTES CÊNICAS E ARTES VISUAIS</b>	<b>Artes, cultura, esportes e recreação</b>
<b>MUSEUS E PATRIMÔNIO</b>	

Fonte: Adaptado pelo autor da segmentação pelo Observatório da Economia Criativa (Itaú Cultural)

#### 4.2 – O cálculo do índice de intensidade criativa setorial

Nesse trabalho como uma proxy do impacto das atividades criativas na economia, foi utilizado o índice de intensidade criativa setorial, desenvolvido pelo Observatório Itaú Cultural. O impacto das atividades criativas na economia é observado a partir da participação do emprego das referidas atividades dentro de cada setor analisado.

A intensidade criativa é o número de ocupações criativas em cada setor frente ao número total de empregos criativos na seção do CNAE a qual o setor faz parte, conforme a equação 1.

Equação 1 – Intensidade Criativa

$$V1 = \frac{\sum TC_i}{\sum TT_i}$$

Em que:  $TC_i^t$  = Trabalhadores criativos no setor i no período t (trimestre/ano) no Brasil;

$TT_i^t$  = Total de trabalhadores no setor i no período t (trimestre/ano) no Brasil.

<sup>6</sup> A CNAE 2.0 é uma classificação estruturada de forma hierarquizada em cinco níveis, com **21 seções**, 87 divisões, 285 grupos, 673 classes e 1301 subclasses. Para esse trabalho buscou-se a correspondência da CNAE Domiciliar com a CNAE 2.0. As quatro divisões apresentadas trabalho, agrupam, entre outras atividades, as subclasses descritas dentro dos categoriaes e apresentadas no quadro 1.

Para calcular a intensidade criativa, foi utilizado a conceituação proposta pelo Observatório Itaú Cultural e presente em Bakhshi, Freeman e Higgs (2013), mas devidamente adaptada para os dados estaduais, uma vez que o Observatório Itaú Cultural agrega os dados para todo o Brasil.

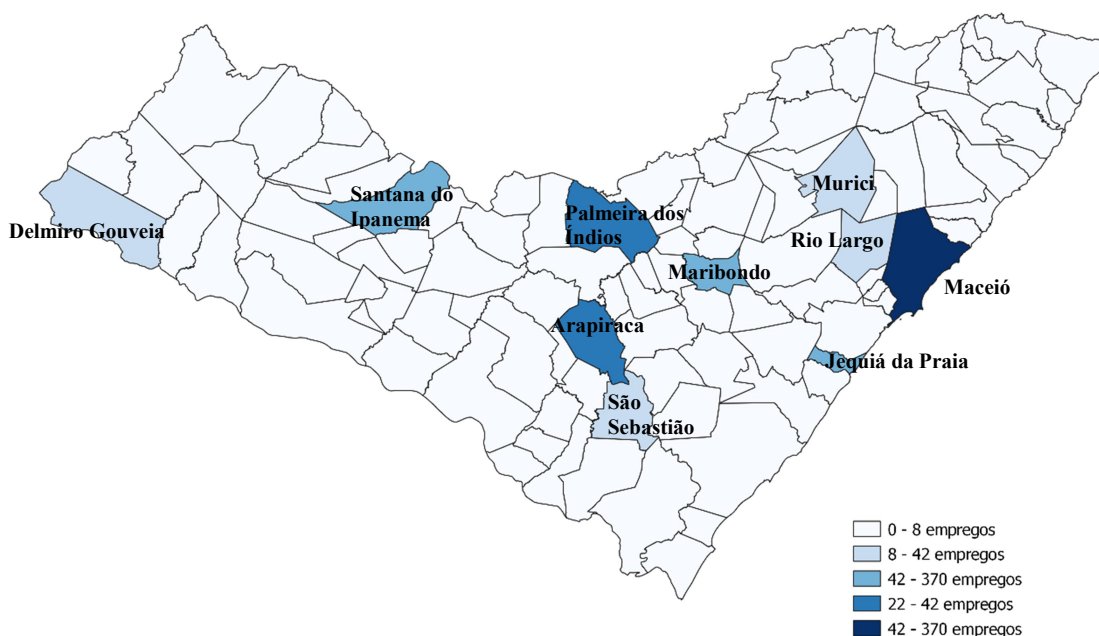
Nas subseções do texto que estão a seguir, serão detalhadas as seções CNAE 2.0, as categorias da economia criativa que estão contidas nas seções e as atividades econômicas da economia criativa contidas nas categorias.

### 4.3 – Descrição da estrutura setorial da economia criativa

#### 4.3.1 – Indústria de transformação

A indústria de transformação na economia criativa, está dividida nas categorias de Moda e Atividades Artesanais. Em Alagoas os empregos e empresas formais dessa seção do CNAE estão distribuídos de acordo com as figuras 8 e 9.

Figura 08: Densidade de empregos na **Indústria de Transformação** por município em Alagoas.

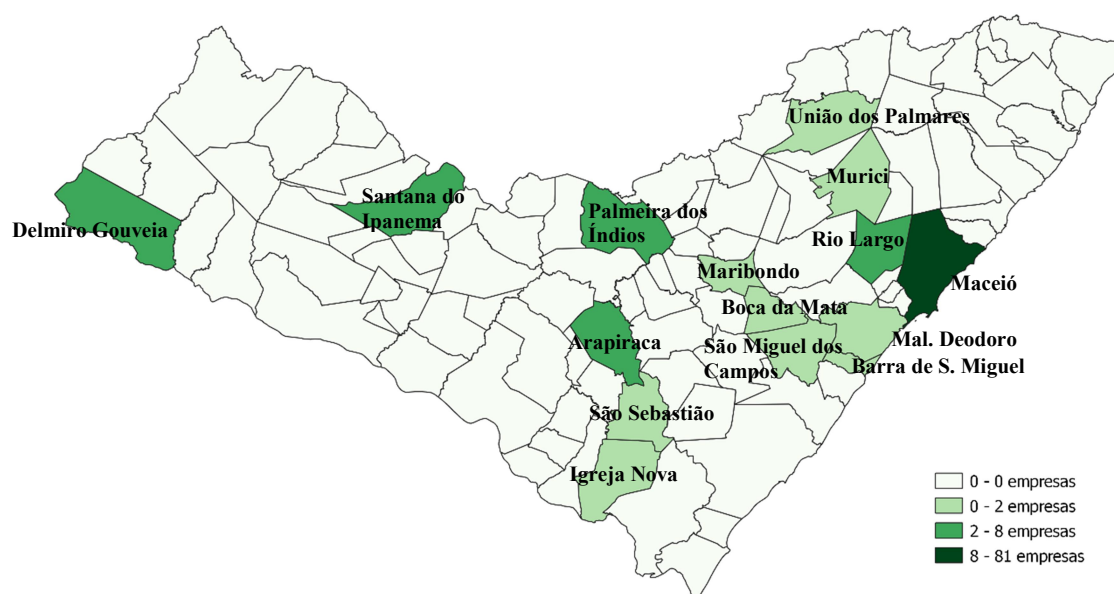


Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados da RAIS/SETE/ME.

A indústria de transformação na economia criativa é relevante para 10 municípios em Alagoas. Contudo, existe uma concentração desses empregos em Maceió, conforme pode ser percebido pela cor azul marinho no mapa. Nos demais municípios a principal atividade desse setor é o têxtil e confecções, haja vista que na categoria de atividades artesanais a maior parte da ocupação é informal. É também o setor de confecções mais suscetível às economias de escala, podendo garantir competitividade local para os produtos das pequenas indústrias instaladas nos municípios em tela.

A figura 09 mostra a distribuição das empresas formais que estão atuando nos setores criativos da indústria de transformação. Percebe-se que os municípios que apresentam mais empresas formais nesse setor são mais numerosos (15) que os da figura 08, isso provavelmente se deve ao pequeno porte das empresas envolvidas nessas atividades, as quais muitas não possuem muitos empregados, ou mesmo, empregam mão de obra da própria família do empreendedor.

**Figura 9:** Densidade de empresas formais na **Indústria de Transformação** por município em Alagoas.



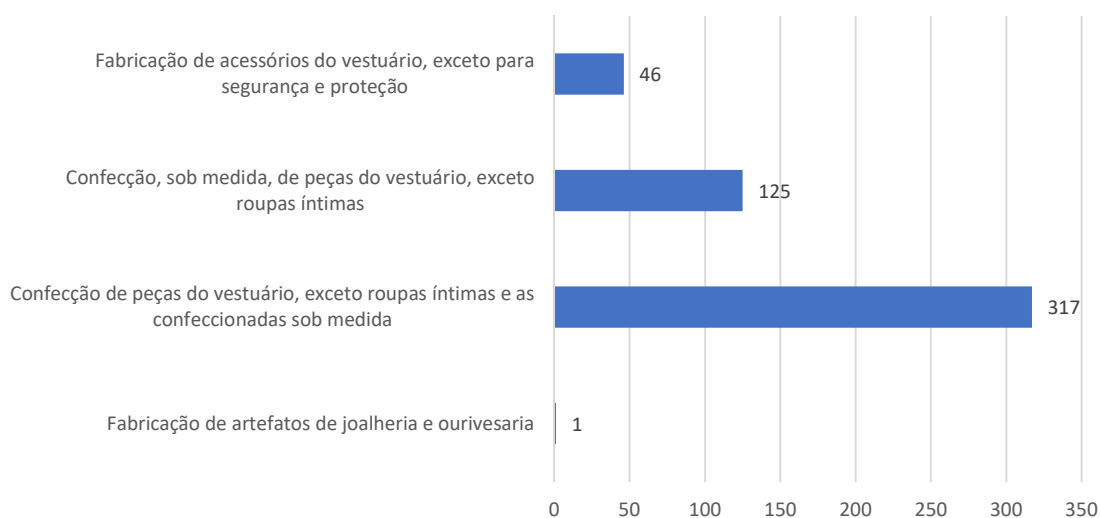
Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados da RAIS/SETE/ME.

Analisando a categoria de moda é possível decompô-lo nas seguintes atividades econômicas relacionadas na CNAE:

- Fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria
- Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida
- Confeção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas
- Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção

Na categoria de moda, em 2019, foram encontrados o total de 489 empregos, que representaram 16,5% do total de empregados formais vinculados a todos os setores da economia criativa em Alagoas. Contudo, nem todos os empregos no setor podem ser considerados criativos, de acordo com as classificações do Observatório Itaú Cultural e Bakhshi; Freeman; Higgs (2013).

Figura 10: Número de empregados com vínculos formais na categoria de **Moda** em Alagoas.

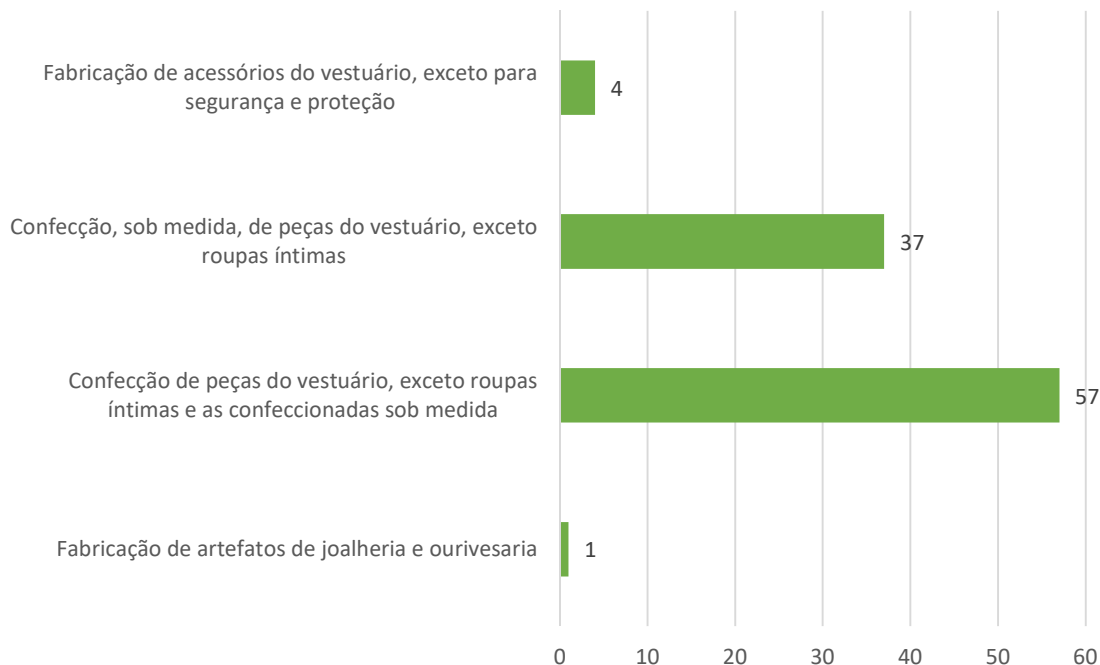


Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados da RAIS/SETE/ME.

Nas figuras 10 e 11 são mostrados o número de empregos formais e de empresas formais em 2019 para Alagoas. Fica o destaque aqui da indústria de confecção que é o setor mais ativo na indústria de transformação criativa, mas esse setor poderia ter um impacto fundamental na profissionalização da economia criativa em Alagoas, haja vista

o grande potencial de “arrasto” na cadeia produtiva em número de empregos e contratações de empresas de outros setores.

Figura 11: Número de empresas formais na categoria de **Moda** em Alagoas.



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados da RAIS/SETE/ME.

O grau de intensidade criativa<sup>7</sup>, calculado a partir da metodologia utilizada para o agregado nacional de atividades pelo Observatório Itaú Cultural<sup>8</sup>. Para o caso do setor de moda observou-se que a intensidade criativa média nos últimos cinco anos é de 0,7% do total de trabalhadores da divisão Indústria de Transformação.

Tabela 02: Intensidade Criativa (IC) na categoria de Moda.

Ano	IC
2015	3,8%
2016	3,5%
2017	3,6%
2018	5,3%

<sup>7</sup> A intensidade criativa mede o percentual que representa cada categoria nas divisões CNAE as quais fazem parte.

Foi realizado um levantamento a partir dos códigos da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) selecionados, foram medidos quais setores econômicos, dentro da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0 na RAIS), empregavam mais esses trabalhadores. Tais setores foram classificados em categorias com as mesmas nomenclaturas que os agrupamentos ocupacionais apresentados no Quadro 1.

2019	9,0%
------	------

Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME.

O que se percebe da intensidade criativa nesse setor é a oscilação do indicador ao longo dos anos, sinalizando sensibilidade do mesmo frente as condições de emprego nas atividades criativas setoriais. No ano de 2019 houve um aumento significativo do número de criativos empregados, isso ocorreu pelo aumento de contratações na ocupação intitulada **artesão confeccionador de bijóias e ecojóias**. O crescimento em 2018 se deveu ao aumento de empregos nas ocupações criativas vinculadas a **vendas e marketing** na indústria de transformação.

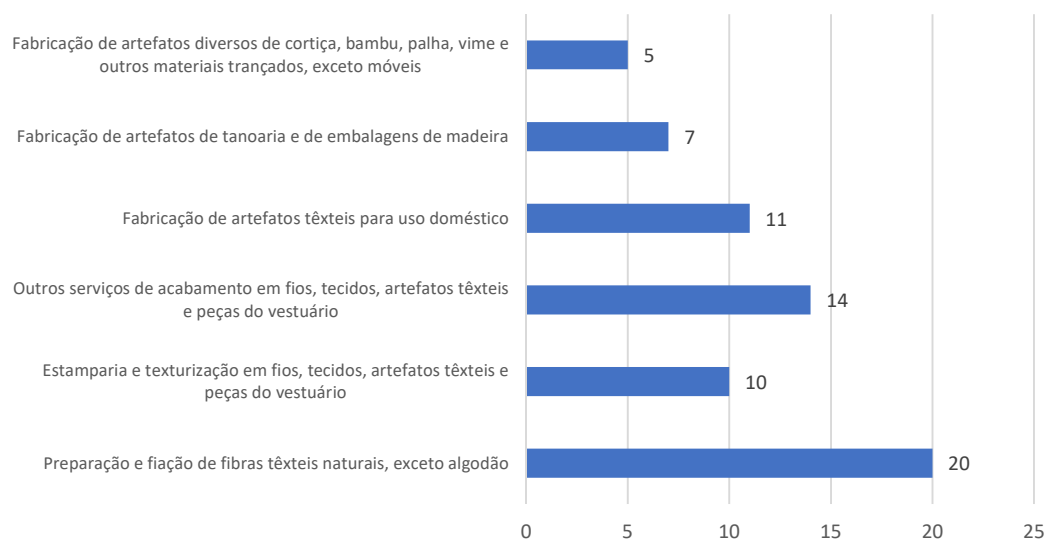
O que se percebe no setor de moda é que mesmo sendo um setor típico da economia criativa, o percentual de ocupações formais consideradas criativas é pouco representativa, isso implica em menor aporte criativo e menor diferenciação de produtos nesse setor, resultando nas consequências típicas da não diferenciação de produtos.

As figuras 12 e 13 mostram o número de empregos e empresas na categoria de Atividades Artesanais. De acordo com a metodologia da intensidade criativa, as atividades pelo CNAE que fazem parte dessa categoria são:

- Preparação e fiação de fibras têxteis naturais, exceto algodão
- Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário
- Outros serviços de acabamento em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário
- Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico
- Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente
- Fabricação de artefatos de tanoaria e de embalagens de madeira
- Fabricação de artefatos diversos de cortiça, bambu, palha, vime e outros materiais trançados, exceto móveis

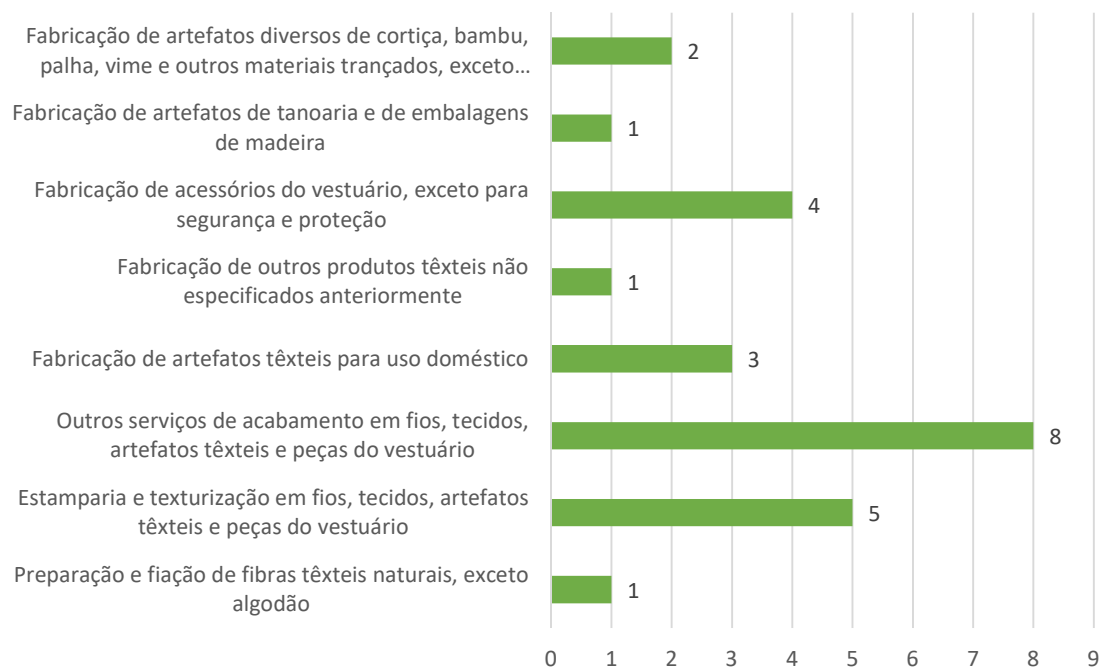


Figura 12: Número de empregados com vínculos formais na categoria de **Atividades Artesanais em Alagoas**.



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados da RAIS/SETE/ME.

Figura 13: Número de empresas formais na categoria de **Atividades Artesanais em Alagoas**.



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados da RAIS/SETE/ME.

Em 2019, as atividades artesanais ofereceram um estoque de 67 empregos formais, que representou 2% do total dos empregos formais nos setores de economia criativa em Alagoas. As atividades artesanais já são caracterizadas pela predominância do trabalho por conta própria e informal.

Essa característica setorial também aparece pelo número de empresas formais que são muito poucas, mas é importante entender como essas empresas estão formalizadas, para quem elas vendem e como operam para que seja possível encaminhar soluções em gestão para a formalização futura de outras empresas desse setor.

De toda forma, o artesanato é uma atividade criativa por essência, dessa forma, quando se analisa a intensidade criativa dessa atividade nota-se que ela é bastante representativa quando comparada ao setor de moda, ambos fazendo parte da Indústria de Transformação na economia criativa (Tabela 03).

Tabela 03: Intensidade Criativa no setor de Atividades Artesanais.

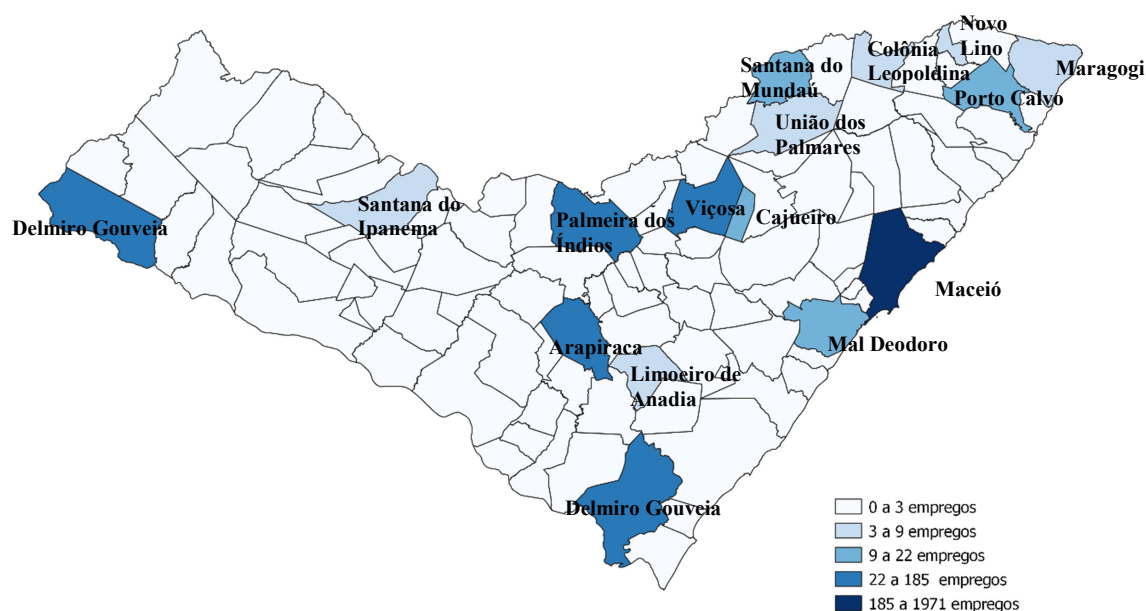
Ano	IC
2015	21%
2016	23%
2017	29%
2018	52%
2019	66%

É importante ressaltar que também há crescimento no emprego formal de trabalhadores criativos nesse setor, indicando que pode estar acontecendo formalização de empresas e contratação formal, provavelmente fruto de ações de políticas públicas para dinamização do setor para a complementaridade do turismo.

### 4.3.2 – Informação e comunicação

A seção de informação e comunicação foi dividida em categorias com grande impacto na difusão da economia criativa, tais como a indústria gráfica e editorial, o audiovisual e a indústria das TICs. No mapa de Alagoas nas figuras 14 e 15, é possível observar a distribuição regional dos empregos e empresas formais nessa seção de atividades criativas.

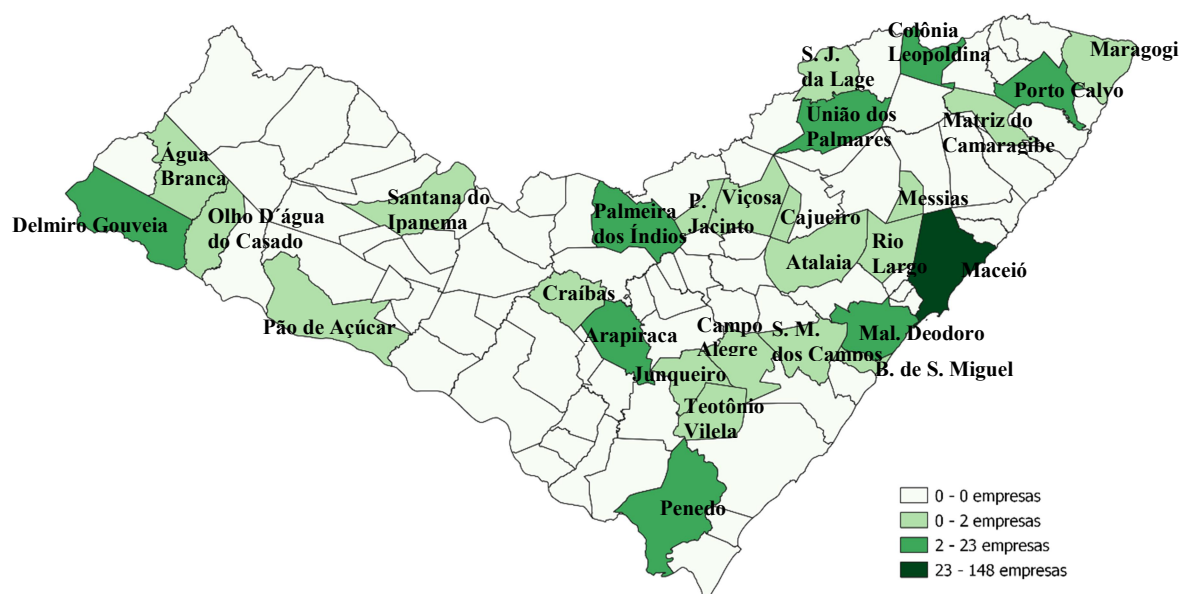
Figura 14: Densidade de empregos na seção de **Informação e comunicação** por município em Alagoas em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

A seção de informação e comunicação apresenta empregos formais em atividades criativas em 16 municípios em Alagoas. Por outro lado, existem empresas em 28 municípios. Esses desbalanceamento sinaliza uma grande quantidade de prestadores de serviços individuais, além do que, nos municípios da região da mata e litoral norte o peso dessas atividades está na contratação das usinas por serviços relacionadas a informática.

Figura 15: Densidade de empresas formais na seção de **Informação e comunicação** por município em Alagoas em 2019.

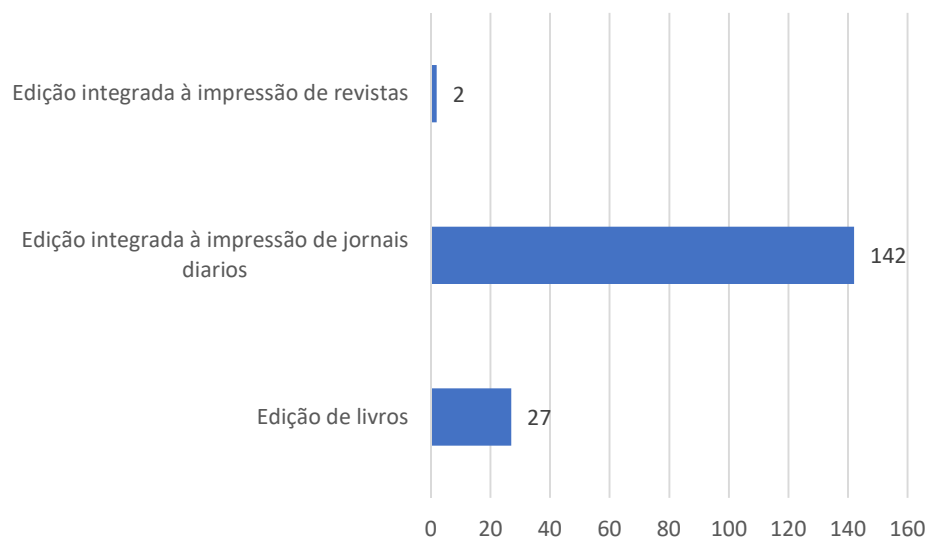


Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

As figuras 16 e 17 mostram os dados de emprego formal e de empresas da categoria de edição e as atividades que fazem parte desse setor e que tiveram empregos registrados em 2019 foram as seguintes:

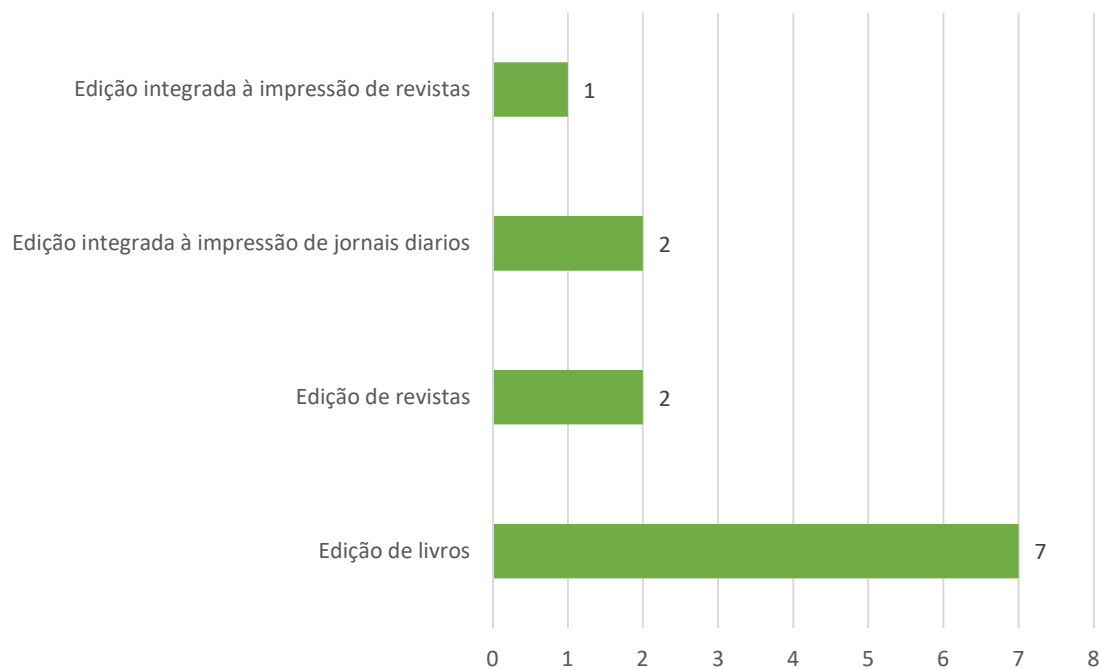
- Edição de livros
- Edição integrada à impressão de jornais diários
- Edição integrada à impressão de revistas

Figura 16: Empregos em Alagoas na categoria de Edição para 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 17: Empresas em Alagoas na categoria de Edição para 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

O setor de atividades vinculados a edição de livros é o que tem impacto mais local, com a exceção da edição de livros, haja vista que existem meios digitais e acordos

entre editoras e livreiros para a distribuição de livros em língua portuguesa em todo o Brasil. De todo modo, é possível considerar um ativo importante para Alagoas a existência de sete editores de livros formalizados como tal, haja vista, que essas empresas podem não só executar o trabalho de livros impressos, mas trabalhar com as mídias digitais para publicação de material escrito. Há um acervo relativamente extenso de produção intelectual e edição de livros na atividade econômica de edição, que é mostrado no Anexo 3.

Em relação a intensidade criativa nessa categoria nota-se que ele apresenta pouca participação das ocupações formais no total das ocupações da seção informação e comunicação (tabela 04). Um dos principais motivos é a sucessiva perda de participação da mídia impressa no setor de informação, a despeito da manutenção em torno do IC = 5% da média dessa categoria nos últimos cinco anos.

Tabela 04: Intensidade criativa da categoria de Edição.

Ano	IC
2019	5,0%
2018	4,9%
2017	6,2%
2016	5,0%
2015	5,7%

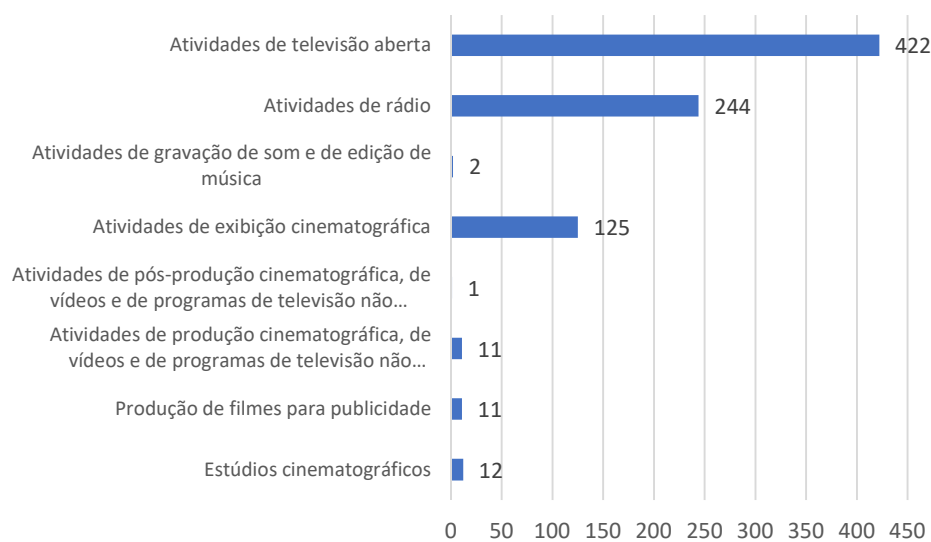
Outra razão possível para a baixa participação é que no setor de jornais operam grandes empresas para os padrões de Alagoas, logo, uma ou duas grandes empresas concentra boa parte dos empregos setoriais e dominam todo o mercado.

As figuras 18 e 19, mostram outra categoria da seção de Informação e Comunicação, que é o setor de cinema, música, fotografia, rádio e tv. Essa categoria é composta pelas seguintes atividades criativas que apresentaram empregos formais em 2019 no estado de Alagoas:

- Estúdios cinematográficos
- Produção de filmes para publicidade
- Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
- Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
- Atividades de exibição cinematográfica
- Atividades de gravação de som e de edição de música

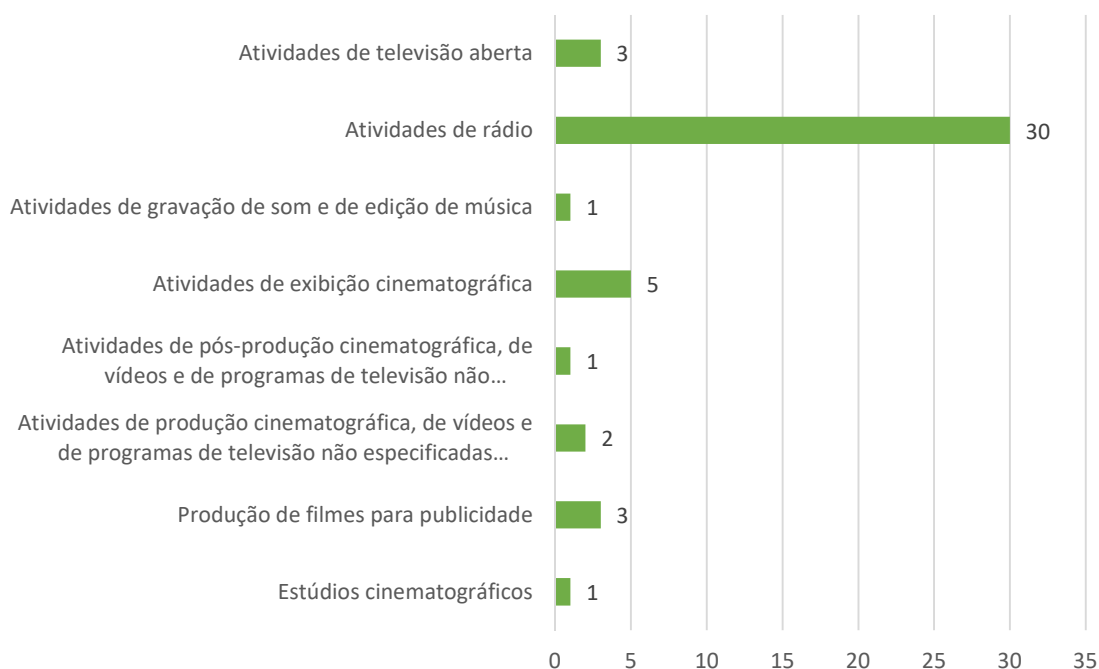
- Atividades de rádio
- Atividades de televisão aberta

Figura 18: Empregos em Alagoas na categoria de Cinema, Música, Fotografia, Rádio e TV em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 19: Empregos em Alagoas na categoria de Cinema, Música, Fotografia, Rádio e TV em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

É interessante notar que as atividades de rádio possuem um número significativo de empresas nesse setor, o motivo é a existência de rádios em todo o território alagoano, vários municípios possuem suas rádios regionais. Enquanto as atividades de TV, que ofertam a maior quantidade de empregos formais, estão todas sediadas em Maceió, bem como as atividades de exibição cinematográficas (cinemas) que estão em Maceió e Arapiraca.

Outras atividades que despertam interesse para o áudio visual local é a existência de estúdios cinematográficos, produtores de filmes e outros elos da cadeia que estão presentes e se fortalecendo localmente, sinalizando para a possibilidade de adensamento desse tipo de atividade em Alagoas.

A partir da análise da tabela 05 é possível perceber que o grande empregador nesse setor são as atividades de TV aberta, seguida por rádio. A atividade de TV aberta é a que mais emprega mão de obra formal em toda a economia criativa em Alagoas. Do ponto de vista das ocupações criativas, apesar do setor ser um grande empregador e ter a necessidade de produção contínua de conteúdo, a participação de ocupações criativas no setor pode ser considerada reduzida.

Tabela 05: Intensidade criativa da categoria de Cinema, Música, Fotografia, Rádio e TV.

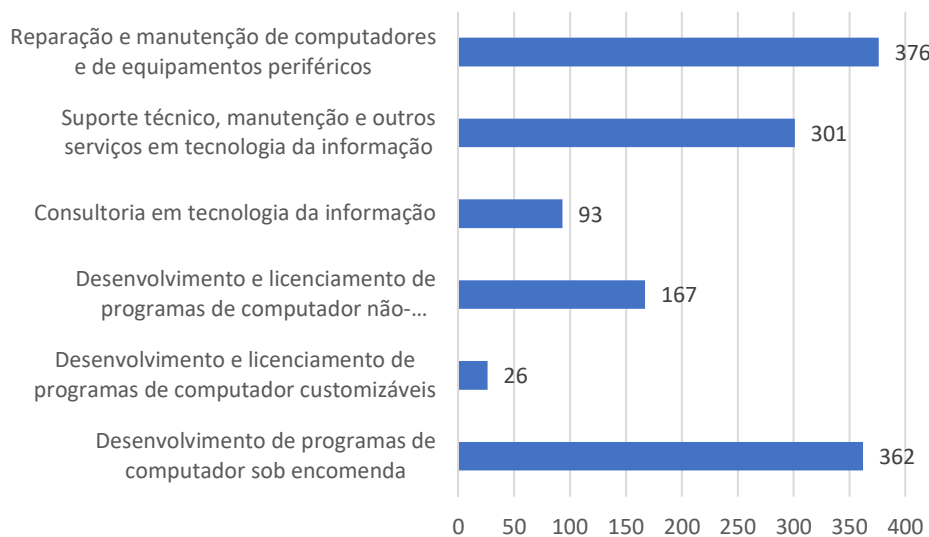


<b>2015</b>	50,4%
<b>2016</b>	48,1%
<b>2017</b>	45,2%
<b>2018</b>	43,9%
<b>2019</b>	41,8%

As figuras 20 e 21 mostra a quantidade de empregos nas empresas registradas na área de Tecnologia de Informação. E os setores de atividade econômica que estão na categoria de TI são os seguintes:

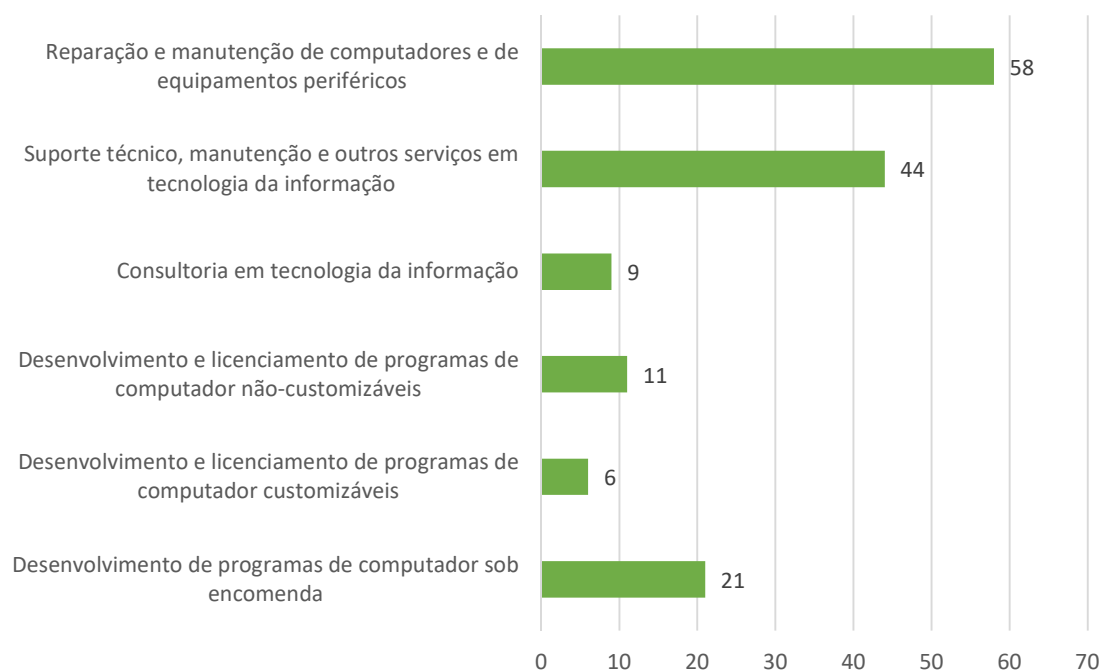
- Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
- Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
- Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis
- Consultoria em tecnologia da informação
- Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
- Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos

Figura 20: Empregos em Alagoas na categoria de Tecnologia de Informação em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 21: Empresas em Alagoas na categoria de Tecnologia de Informação em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Alagoas apresenta um dos menores salários na área de TI, particularmente em termos de desenvolvedores. Apesar de aparentemente existir poucas empresas do setor em Alagoas, considerando que o estado não é um polo de desenvolvimento em tecnologia de informação, a maior parte dos serviços são orientados para a prestação de serviços para empresas locais e em softwares de gestão. A figura 15, por exemplo, que mostra o mapa da distribuição das empresas na seção Informação e Comunicação, a maior quantidade de municípios que aparece no mapa representa, na verdade, os prestadores de serviços para as usinas, distribuidoras e beneficiadoras de alimentos e supermercados.

A tabela 06 mostra a intensidade criativa dessa categoria da economia criativa, a TI. A análise ano a ano mostra o impacto da mudança na estrutura dos empregos nesse setor, fortemente influenciado pelas novas formas de organização e contratos de trabalhos. É um setor dominado pelo trabalho por conta própria, os famosos “freelas”, e as estatísticas base do trabalho formal não conseguem captar esses empregos. Além disso, a reforma trabalhista, que permite mais flexibilização na contratação dessas ocupações e as sucessivas crises brasileiras vem deixando marcas nos empregos formais desse setor.

Por esses fatos, nota-se a redução anual na participação dos empregos criativos formais nessa categoria.

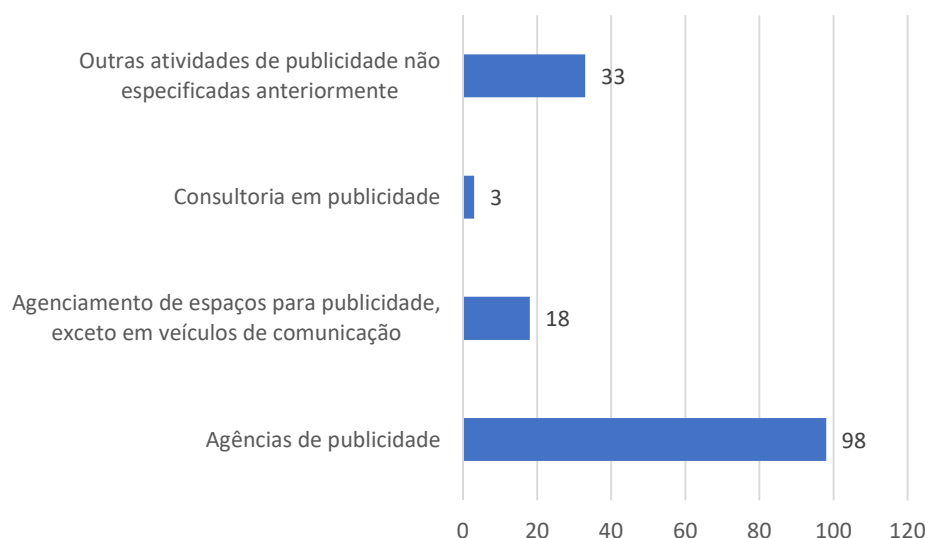
Tabela 06: Intensidade criativa da categoria de Tecnologia da Informação.

Ano	IC
2015	58%
2016	65%
2017	65%
2018	53%
2019	51%

Nas figuras 22 e 23 é possível visualizar os empregos e empresas formais nas atividades econômicas vinculadas a categoria Publicidade. Essa atividade é também uma das que mais empregam trabalhadores criativos e possuem um alto impacto em termos de renda, pois normalmente seus trabalhadores conseguem bons salários. Contudo, a emergência de novas tecnologias midiáticas e sua convergência, vem exigindo maior qualificação e investimentos nesse segmento de empresas e mercados periféricos, como o alagoano, são difíceis para que haja impacto no número dos empregos setoriais.

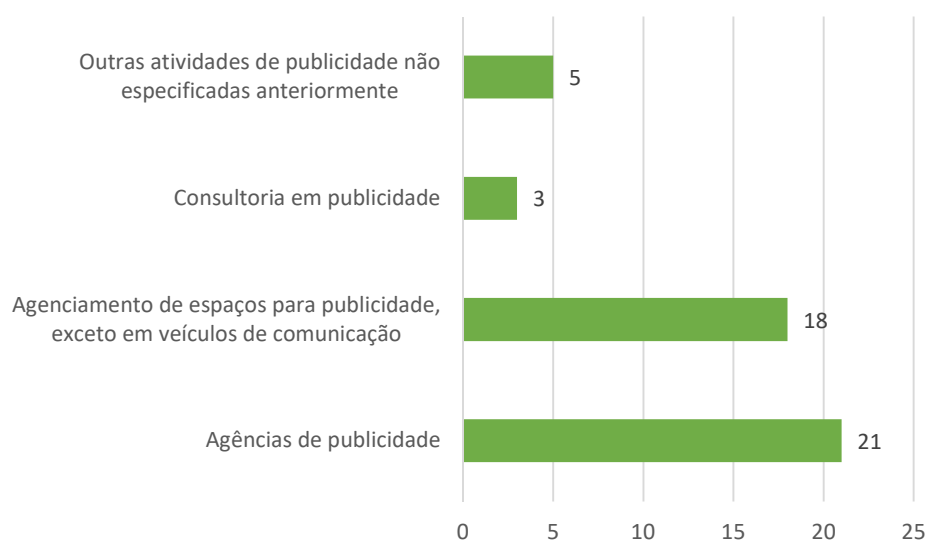
São 21 agências, além de agentes autônomos e outras atividades que muitas vezes trabalham como complementos das atividades de tecnologia da informação e cinema. A produção de conteúdos digitais, além de atividades de produção e pós-produção de áudio e vídeo, colocam o setor de publicidade dentro da cadeia do audiovisual do estado na figura de demandante.

Figura 22: Empregos em Alagoas na categoria de Publicidade em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 23: Empresas em Alagoas na categoria de Publicidade em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

A tabela 08 mostra a intensidade criativa da categoria de Publicidade. Os dados nos mostram que quando comparada com todos os empregos criativos da seção Informação e Comunicação, a participação dessa categoria é muito baixa. Como já foi explicado no parágrafo anterior, a convergência de mídias e a fragilidade do mercado contratante local faz com que as atividades econômicas desse setor sejam pequenas e com pouca representatividade nos empregos.

Tabela 08: Intensidade criativa da categoria de Publicidade.

Ano	IC
2015	6,4%
2016	5,7%
2017	4,9%
2018	6,8%
2019	5,4%

Além da fragilidade do mercado local, há também o aumento do trabalho por conta própria em agências digitais que funcionam em torno de um só profissional que subcontrata outros “freelas” para “jobs” específicos.

### 4.3.3 - Atividades Profissionais

A seção de atividades profissionais engloba as categorias criativas de **arquitetura** e **design**. São setores fortemente impactados por mudanças tecnológicas e no consumo. Os setores de atividade econômica que estão contidos nessa categoria são eminentemente criativos, ou seja, a maioria da força de trabalho envolvida está inserida em atividades criativas.

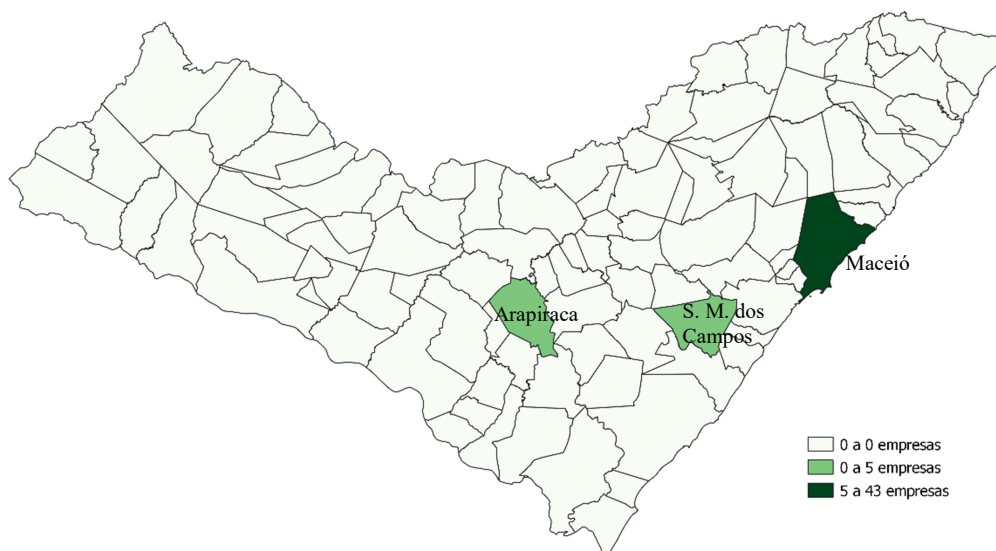
As mudanças tecnológicas e o aumento da oferta de profissionais dessa natureza fazem com que o mercado de trabalho fique mais competitivo, o que exige demanda estável e crescente para permitir todo o desenvolvimento das profissões. As figuras 24 e 25 mostram a distribuição espacial em Alagoas dos empregos e empresas formais na seção de **atividades profissionais**.

Figura 24: Densidade de empregos criativos na seção de **Atividades Profissionais** por município em Alagoas em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 25: Densidade de empresas na seção de **Atividades Profissionais** por município em Alagoas em 2019.



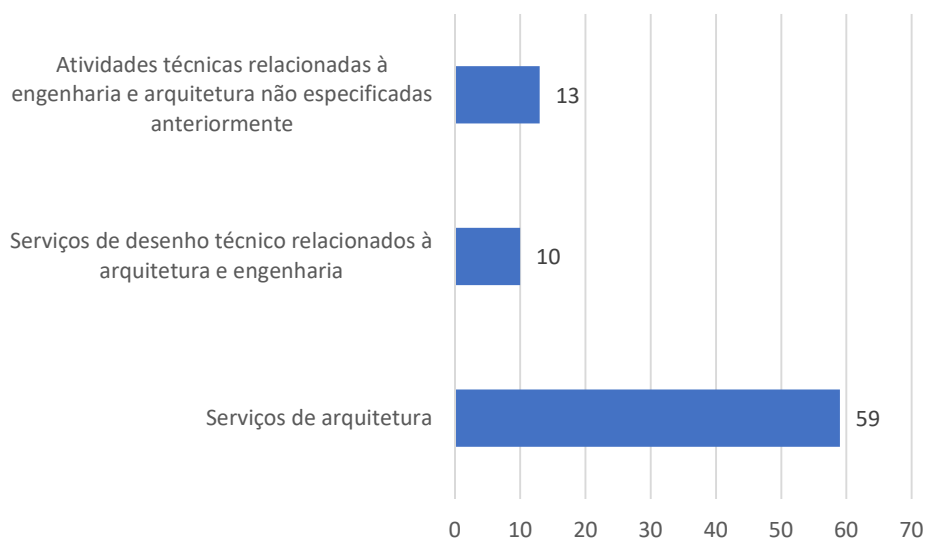
Muito provavelmente, devido a particularidade na aplicação do conhecimento e a necessidade de mercados mais ativos para que haja empregos formais, apenas três cidades no estado mostram empregos formais nessa seção. Maceió e Arapiraca estão no mapa devido a construção civil ser mais ativa nessas duas cidades, por outro lado, os empregos em Paripueira podem ser devido as atividades da construção civil no setor de turismo no litoral norte do estado ou mesmo pelo menos valor das taxas e impostos municipais para se manter uma empresa.

A mesma distribuição pode ser encontrada para as empresas, com Maceió e Arapiraca concentrando a maioria das empresas desse setor. São Miguel dos Campos possui empresas na área de engenharia, geralmente pequenas empresas com pouca expressividade de empregos.

As figuras 26 e 27 mostra o número de empregos criativos e empresas formais em 2019 na categoria criativa de **arquitetura**. São três atividades econômicas com empresas que empregam formalmente nesse setor em Alagoas, a saber:

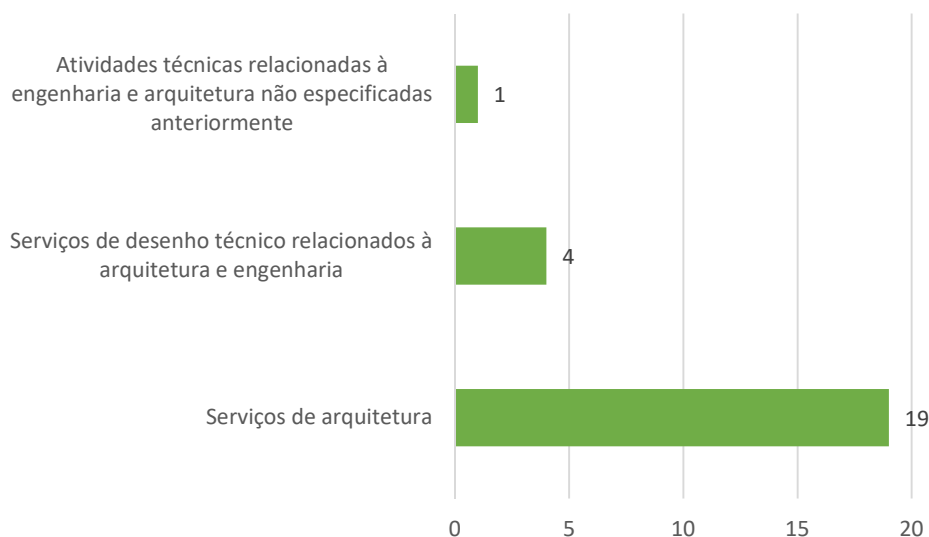
- Serviços de arquitetura.
- Serviços de desenho técnico relacionados à arquitetura e engenharia.
- Atividades técnicas relacionadas à engenharia e arquitetura não especificadas anteriormente.

Figura 26: Empregos em Alagoas na categoria criativa de Arquitetura em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 27: Empresas em Alagoas na categoria criativa de Arquitetura em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

É importante ressaltar que esses serviços relacionados com arquitetura e engenharia envolvem muitos empreendedores individuais, trabalhadores por conta própria e profissionais autônomos que trabalham com prestação de serviços avulsos. Mas, de toda forma, os números de empregos formais apresentados na figura 26 mostram uma situação não muito confortável para essas atividades profissionais técnicas/criativas, haja vista que existem várias instituições de nível superior (faculdades e universidades) colocam no mercado de trabalho em torno de 300 profissionais por ano em Alagoas.

A tabela 09 mostra a intensidade de criatividade (IC) da categoria de Arquitetura em Alagoas. Nota-se que mesmo com o baixo número de empregos criativos formais mostrados na figura 26, a IC dessa categoria é relativamente alto, o que pode sinalizar o baixo índice de formalização dessa profissão nas demais atividades econômicas nas quais ela pode ser registrada.

Tabela 09: Intensidade criativa da categoria de Arquitetura.

Ano	IC
2015	26,8%
2016	27,9%
2017	20,0%
2018	16,0%
2019	11,3%



É interessante notar que por esses serviços estar sendo subnotificados em termos de ocupação pela fonte de dados desse trabalho, que é a RAIS, os indicadores de intensidade são baixos todos os anos. Contudo, esse é um dos poucos setores da economia criativa que utiliza trabalho eminentemente criativo, desde a concepção dos projetos até a execução dos mesmos, que requer profundo conhecimento de materiais e técnicas para ser combinados em cada projeto diferente.

Na categoria de **Design**, não foi encontrado ocupações formais ou empresas que tenham essa nomenclatura nos dados oficiais. Apenas um emprego em 2019 foi registrado na atividade econômica de web design. É importante ressaltar que em Alagoas existem vários cursos técnicos na área, além de um curso universitário formal em Design na UFAL.

Contudo, várias ocupações de desenhistas foram encontradas como ocupações criativas em outras categorias como arquitetura e publicidade, por exemplo.

#### **4.3.4 - Artes, cultura, esportes e recreação**

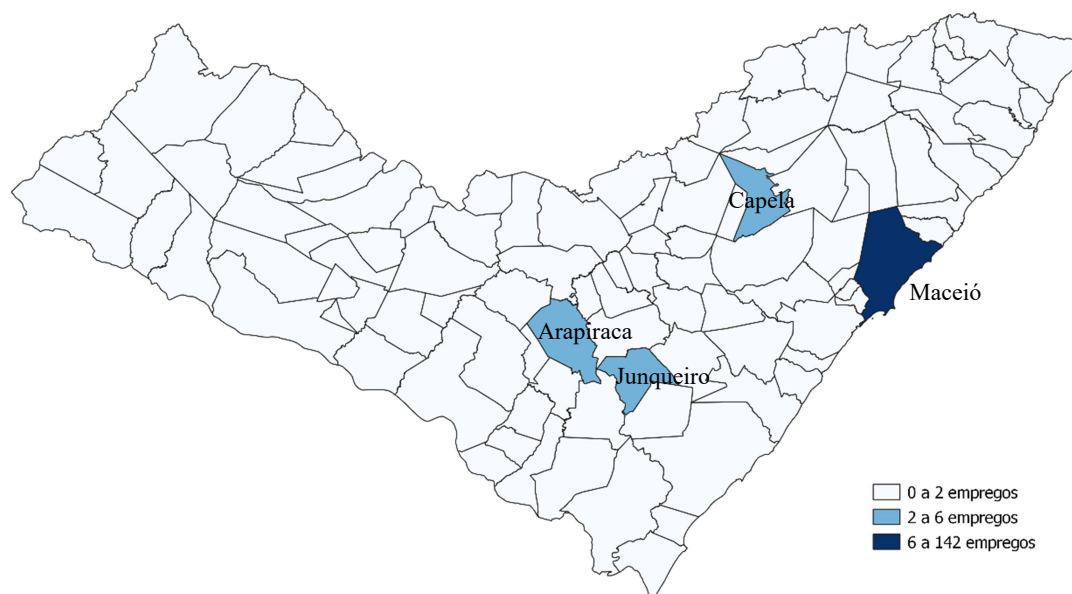
Na seção de artes, cultura, esportes e recreação para esse estudo está concentrado nas categorias da economia criativa de **artes cênicas e visuais e museus e patrimônio**. Essas categorias contém as seguintes atividades econômicas:

- Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas.
- Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente.
- Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares.
- Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental.

Essas atividades baseadas na cultura e patrimônio histórico e cultural marcam o início do pensamento na indústria cultural, onde as artes cênicas, visuais e o artesanato seriam a base do surgimento de um conjunto de atividades criativas que poderiam ser desenvolvidas em outros setores de atividade econômica.

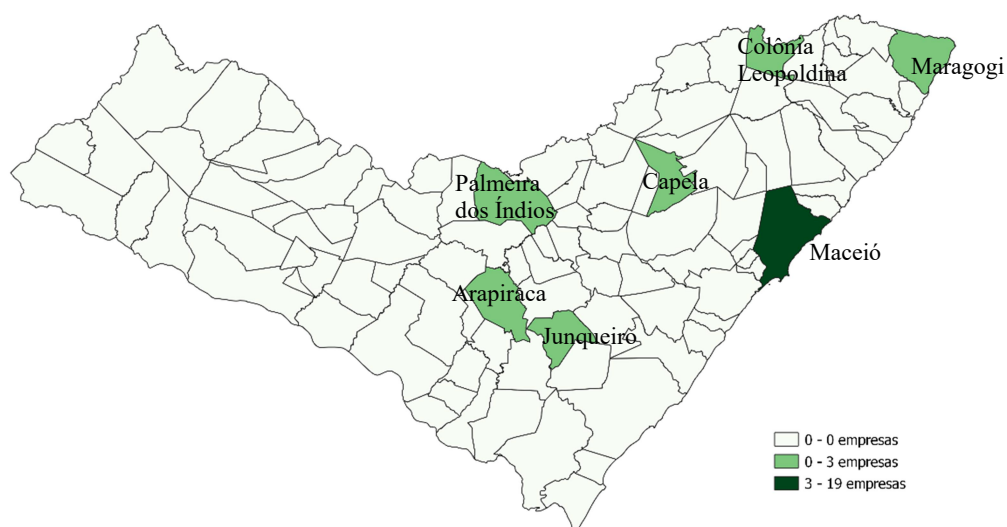
Nas figuras 28 e 29 observa-se a densidade de empregos e das empresas formais nas atividades econômicas contidas na categoria de **artes, cultural, esportes e recreação**.

Figura 28: Densidade de empregos na seção de **Artes, cultura, esportes e recreação** por município em Alagoas em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 29: Densidade de empresas na seção de **Artes, cultura, esportes e recreação** por município em Alagoas em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

No mapa do estado de Alagoas apresentado nas duas figuras (28 e 29) são quatro os municípios que apresentam maior densidade de empregos formais e sete municípios com alguma indicação de empresas nessas atividades econômicas criativas. Mas, o mais interessante nos mapas acima é o que ele não mostra, pois grande parte do patrimônio histórico de Alagoas, estão em cidades que não estão realçadas no mapa.

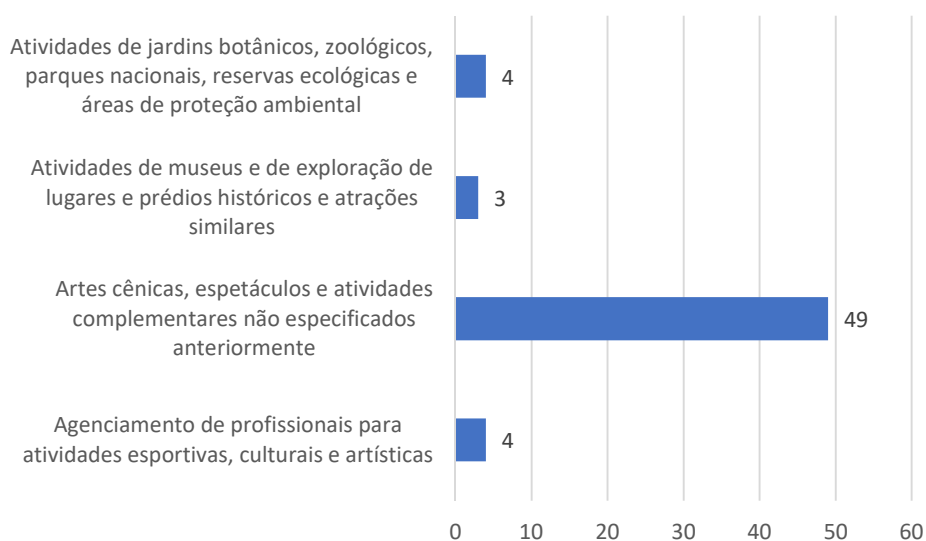
As figuras 30 e 31 mostram os empregos e empresas formais nas categorias **artes cênicas e visuais** e **museus e patrimônio**, com as seguintes atividades econômicas:

- Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas.
- Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente.
- Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares.
- Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental.

Nota-se que a atividade econômica mais forte é a vinculada as artes cênicas e espetáculos, tanto em empregos e, claro, como em número de empresas. Em Alagoas, o setor de artes cênicas não está totalmente organizado e a ocupação nessa área é bastante pontual, ou seja, não é uma atividade regular dos profissionais (figuras 30 e 31).

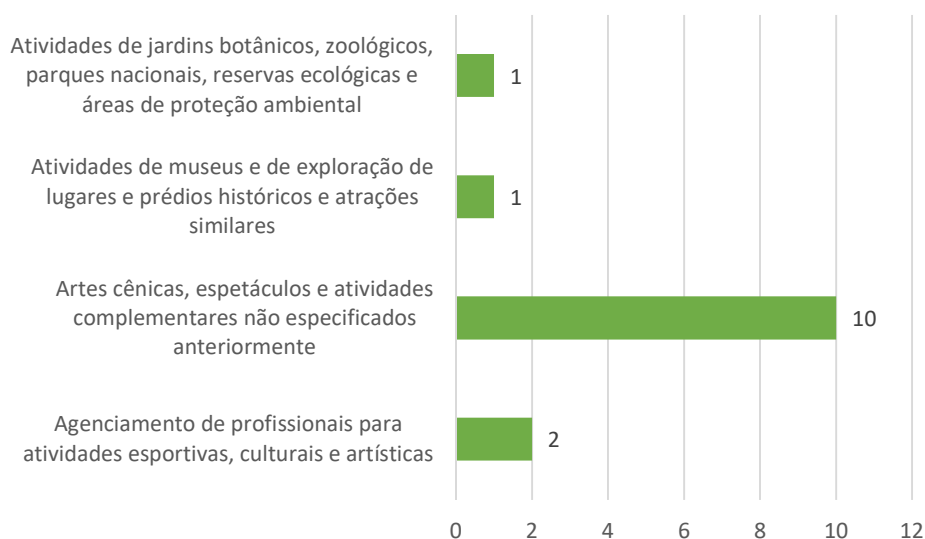
Já no caso das atividades de museu e patrimônio, a maior parte da força de trabalho envolvida está vinculada ao setor público com outras denominações na ocupação.

Figura 30: Empregos em Alagoas nas categorias de artes cênicas e visuais e museus e patrimônio em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

Figura 31: Empregos em Alagoas nas categorias de artes cênicas e visuais e museus e patrimônio em 2019.



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE/ME

A tabela 09 mostra a intensidade criativa das categorias agora em tela e é possível identificar uma redução forte na participação das ocupações criativas nas categorias **artes cênicas e visuais** e **museus e patrimônio**. Isso pode estar acontecendo em virtude do aumento da atividade informal na categoria de artes cênicas e visuais, além de aposentadorias ou mudança de nomenclatura de cargos públicos no setor de museus e patrimônio.

Tabela 09: Intensidade criativa da categoria de artes cênicas e visuais e museus e patrimônio.

Ano	IC
2015	13,3%
2016	11,8%
2017	5,1%
2018	2,7%
2019	5,2%

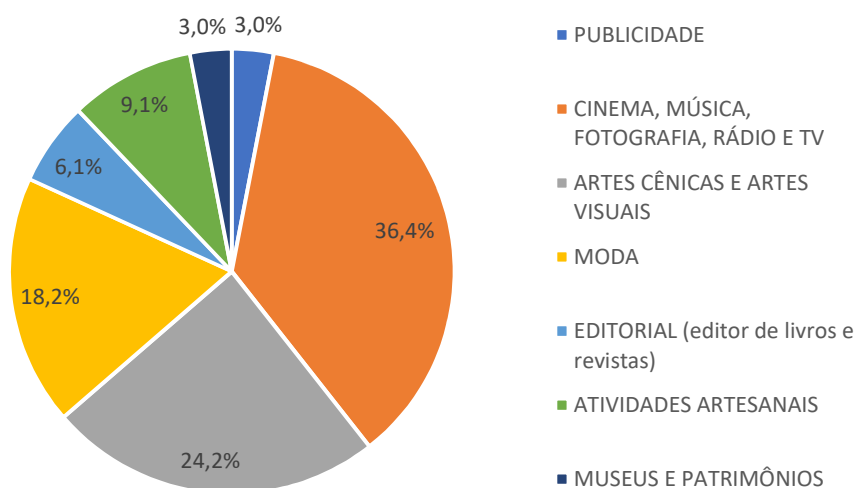
## 5 – Identificando as demandas setoriais

Nesse item do relatório será realizada uma análise do discurso de agentes econômicos vinculados. A análise está relacionada com as seguintes variáveis:

- Profissionalização e monetização da atividade criativa.
- Stakeholders e apoio perceptíveis na atividade criativa.
- visão de futuro da atividade criativa.
- comunicação e percepção individual do próprio setor de atividade criativa.
- Utilização da tecnologia nas atividades criativas.

A análise do discurso teve como objetivo entender a percepção dos agentes econômicos vinculados as atividades da economia criativa, foi enviado aos respondentes um formulário on-line para resposta das questões que estão no anexo 2. Dos dez setores da economia criativa contemplados nessa pesquisa, obteve-se resposta de sete setores com a seguinte distribuição de respondentes (figura 31).

Figura 31: Participação dos setores da economia criativa na pesquisa on-line realizada.



Fonte: dados da pesquisa.

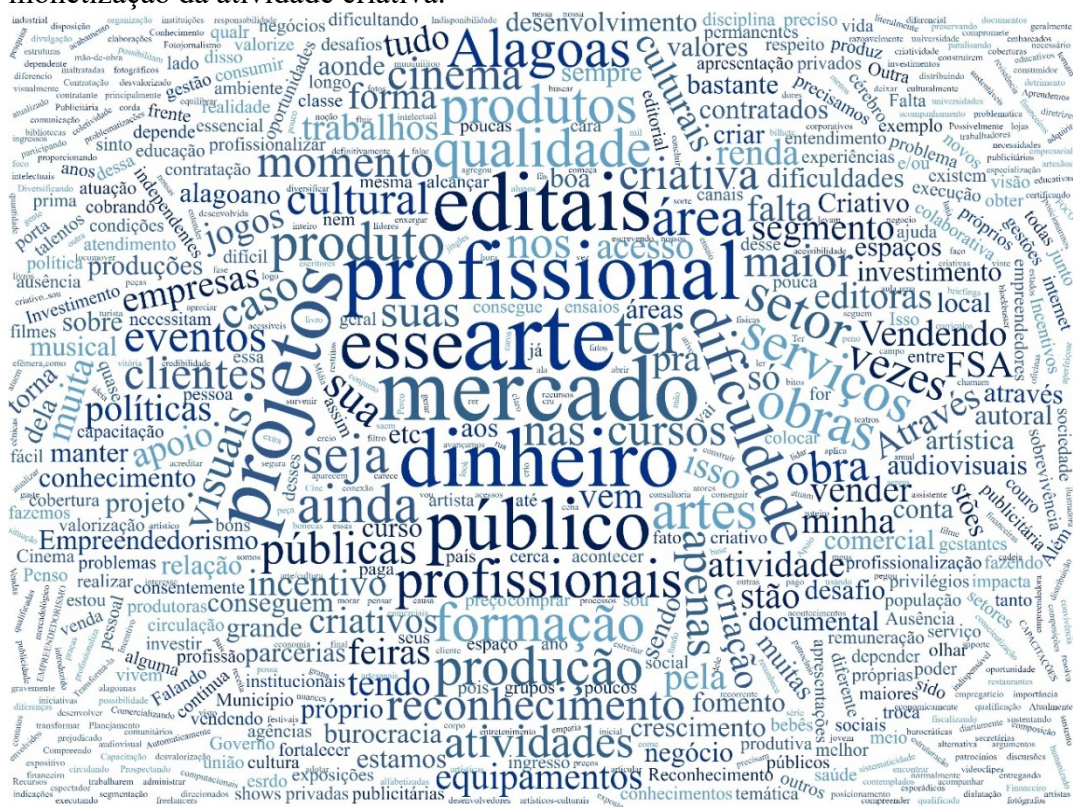
As perguntas foram abertas de modo a contemplar a subjetividade e percepções dos respondentes, permitindo assim identificar, via nuvem de palavras, os conceitos, ideias e

crenças que estão permeando o discurso dos agentes econômicos que responderam a pesquisa sobre sua percepção da economia criativa em Alagoas.

O primeiro conjunto de perguntas foram referentes aos desafios da **profissionalização e monetização da atividade criativa** de cada agente (figura 32). A nuvem de palavras deixa claro o reconhecimento da instituição “mercado” para o sucesso da atividade. Mas também surgem palavras como dinheiro, dificuldades, profissional e formação sugerindo que não é unanimidade a entrada no mercado. Editais, políticas públicas e a qualidade do que é posto no mercado também é relatado como desafios que precisam ser enfrentados para tornar a atividade mais profissional e capaz de ser monetizada.

Mas, ao entender os desafios e verificar o que se torna claro na nuvem de palavras, nota-se que os desafios para a profissionalização e monetização da atividade criativa passa pelo reconhecimento de que o setor precisa se organizar do ponto de vista do agente. Os desafios sempre os externos, em maior número. Formação, esforço empreendedor (empreendedorismo), negócio, oportunidades e outros adjetivos que podem classificar o esforço individual do agente são pouco relatados, pois aparecem com o tamanho reduzido na nuvem.

Figura 32: Nuvem de palavras referente aos desafios para a profissionalização e monetização da atividade criativa.



Fonte: dados da pesquisa.







respostas foram na direção das tecnologias digitais, particularmente nas redes sociais (figura 35).

Foi comum indicações nas respostas dos desafios de aprendizado que envolvem as rápidas atualizações tecnológicas de plataformas, softwares e aplicativos. Além do aprendizado, foi indicado também a necessidade de constantes investimentos para essas atualizações como um desafio.

Uma resposta que chama a atenção é o registro de que a tecnologia pode aumentar a desigualdade na economia criativa, pois ao impedir a entrada no mercado de pequenos empreendedores com poucos recursos reduz a inclusão possível e desejada nessas atividades.

Figura 35: Nuvem de palavras referente ao papel da **tecnologia** na atividade criativa.



Fonte: dados da pesquisa.

Ao final se questionou sobre a visão de futuro que o respondente teria para sua atividade criativa. A figura 36, mostra as palavras mais relevantes por frequência no discurso dos respondentes. As palavras crianças e filho estão relacionadas a pergunta em si, pois foi a partir do futuro dos filhos ou crianças vinculadas ao agente que se pediu para que ele enxergasse o futuro para sua atividade.



## **6 – Considerações finais e sugestões.**

A economia criativa é uma categoria ampla e heterogênea e uma análise detalhada não cabe em apenas um trabalho que agregue todas as subcategorias que a compõe. Entretanto, nesse trabalho há um esforço em estruturar uma análise que seja minimamente capaz de dar conta do caleidoscópio presente na economia criativa.

Isto posto, o primeiro grande esforço foi elaborar um método capaz de interpretar e estruturar a análise dos dados coletados. Foi realizada uma análise das condições básicas de oferta e demanda para o setor, depois uma análise setorial com o número de empregos e empresas, por fim, foi elaborado um indicador de intensidade criativa setorial com inspiração no Observatório Itaú Cultural. Além do que, foi aplicado um questionário por meio de formulário on-line respondidos por 33 agentes econômicos atuantes em diversas categorias da economia criativa.

Ao longo da análise identificou-se algumas características relevantes para a economia criativa em Alagoas. É possível então fazer uma lista dessas características centrais:

1. Se confirma a heterogeneidade e diversidade de emprego e renda, conforme indicado na literatura pesquisa para esse trabalho.
2. O uso da tecnologia para os agentes da economia criativa em Alagoas é interpretado com mais frequência como a possibilidade de uso das redes sociais.
3. O uso da tecnologia é pouco percebido como oportunidade para o desenho de novos modelos de negócio.
4. Os setores com atividades mais dispersas geograficamente pelo estado de Alagoas são a indústria de transformação e informação e comunicação.
5. Das dez categorias apresentadas nesse trabalho, as com maiores participações de emprego criativo em seus quadros de empregos formais é o Tecnologia da Informação, seguido pela categoria de Moda.
6. Não há percepção de classe por parte de muitos agentes da economia criativa no sentido de entender os problemas da coletividade setorial.
7. Boa parte dos problemas e desafios da economia criativa em Alagoas, na percepção dos agentes respondentes do questionário aplicado, são falta de políticas públicas direcionadas, maior capacidade profissional e falta de financiamento e editais de fomento.

8. Entre 2018 e outubro de 2020 foram identificados 51 editais de fomento e apoio à atividade empreendedora criativa por parte da SECULT, FMAC, FAPEAL e SEBRAE.
9. Pouco se entende em como integrar efetivamente o turismo alagoano como atividade complementar da economia criativa em todas as suas categorias.

Em relação as sugestões para ações setoriais:

- a) Buscar integração com outros setores de atividade econômica que viabilizem complementaridades e externalidades positivas para o setor. Por exemplo, fortalecer as ligações com o turismo além do sol e mar, buscar incluir no setor de TI produções de gamers com personagens locais e cenários em realizada aumentada de pontos turísticos do estado.
- b) Identificar trabalhos criativos com maior impacto social e renda para a execução de ações e políticas direcionados.
- c) Fortalecimento dos fóruns e outros pontos de contato social e institucional para os agentes da economia criativa em cidades históricas e sedes de produtos turísticos.
- d) Melhorar a comunicação entre os agentes desenvolvedores de tecnologia e os agentes criativos de outras áreas, para melhorar o entendimento e a utilização da tecnologia para além das redes sociais.
- e) Criar em Maceió uma Comissão de Viabilização do Audiovisual (Film Commission), orientada para a integração das demais categorias de atividades da economia criativa.
- f) Estabelecer a prática do desenho de políticas públicas orientado ao usuário, por meio de metodologias inovadoras e centradas no ser humano. Dado que metodologias dessa natureza requer prototipação, testes e validações de hipóteses de problemas e soluções, são mais baratas, rápidas e eficientes para a coordenação do setor público.

Esse trabalho apresentou algumas dificuldades e limitações para a análise, a saber:

1. Os dados de emprego coletado foram de empregos formais, levando a interpretação apenas para esse tipo de ocupação da mão-obra. Não invalidando a pesquisa, haja vista que os dados são oficiais e não existe banco de dados locais dos trabalhadores criativos informais.

2. Se faz necessário um trabalho mais amplo para captar dados do trabalho informal na economia criativa, o Cadastro Único da Cultura Alagoana (CUCA) poderá ajudar quando estiver finalizado para consulta.
3. Os limites de recursos e tempo mitigaram aprofundamentos analíticos possíveis em cada categoria analisada. Além da limitação imposta pela pandemia de coronavírus para as entrevistas presenciais e olho-no-olho.

Por fim, apesar das limitações apresentadas, a quantidade de dados e análises presentes nesse relatório poderá expandir o entendimento sobre a economia criativa no estado e espera-se que os leitores que por ventura tenham acesso a esse relatório consigam entender melhor a dinâmica econômica setorial da economia criativa em Alagoas.

## 7 - Referências:

- ABBASI, Munir; VASSILOPOULOU, Panayiota; STERGIOULAS, Lampros. Technology roadmap for the creative industries. **Creative Industries Journal**, v. 10, n. 1, p. 40-58, 2017.
- ALAGOAS. Secretária do Planejamento do Estado de Alagoas. ALAGOAS EM DADOS E INFORMAÇÕES. Disponível em <http://dados.al.gov.br/>. Acessado em 20/08/2020.
- ALAGOAS. Secretaria de Cultura do Estado de Alagoas. SECRETARIA DE CULTURA, 2020a.
- BAKHSHI, Hasan; FREEMAN, Alan; HIGGS, Peter. A dynamic mapping of the UK's creative industries. 2013.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa de Orçamento Familiar (POF). Disponível em <https://www.ibge.gov.br/en/statistics/social/income-expenditure-and-consumption/17387-pof-2008-2009-en.html?=&t=o-que-e>. Acessado em 05/09/2020.
- ITAÚ CULTURAL. Observatório. Disponível em <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/>. Acessado em 10/11/2020.
- MENGER, Pierre-Michel. The market for creative labour. En *The Oxford Handbook of Creative Industries*. Oxford University Press, USA, 2015. p. 148.
- MCKINSEY. How do emerging technologies affect the creative economy? (2018). Disponível em <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/how-do-emerging-technologies-affect-the-creative-economy#>. Acessado em 01/09/2020.
- MILANI, Ana Maria Rita. Economia solidária em Alagoas: a cadeia produtiva do artesanato em 2018. Maceió. CBA Editora, 2019.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, da Firjan/SENAI (2019). Disponível em <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>. Acessado em 01/09/2020.
- SEBRAE/AL. Websérie Economia Criativa em Dados. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=FwdhniKeFMM&feature=youtu.be>. Acessado em 12/08/2020.
- PEARSE, Noel James; PETERLIN, Judita. Artistic creative social entrepreneurs and business model innovation. **Journal of research in marketing and entrepreneurship**, 2019.

## ANEXO 1: Setores da economia criativa em Alagoas

SETORES CNAE 2.0	SETORES CRIATIVOS AGREGADOS (Categorias)	4
Fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria	MODA	

## ANEXOS

Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	
Confeção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	
Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção	
Preparação e fiação de fibras têxteis naturais, exceto algodão	<b>ATIVIDADE ARTESANAIS</b>
Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	
Outros serviços de acabamento em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	
Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico	
Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	
Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	
Confeção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	
Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção	
Fabricação de artefatos de tanoaria e de embalagens de madeira	
Fabricação de artefatos diversos de cortiça, bambu, palha, vime e outros materiais trançados, exceto móveis	
Edição de livros	<b>EDITORIAL</b>
Edição de jornais diários	
Edição de revistas	
Edição integrada à impressão de jornais diários	
Edição integrada à impressão de revistas	
Estúdios cinematográficos	<b>CINEMA, MÚSICA, FOTOGRAFIA, RÁDIO E TV</b>
Produção de filmes para publicidade	
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	
Atividades de exibição cinematográfica	
Atividades de gravação de som e de edição de música	
Atividades de rádio	
Atividades de televisão aberta	
Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	<b>TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO</b>
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis	
Consultoria em tecnologia da informação	
Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	
Serviços de arquitetura	<b>ARQUITETURA</b>
Serviços de desenho técnico relacionados à arquitetura e engenharia	
Atividades técnicas relacionadas à engenharia e arquitetura não especificadas anteriormente	
Agências de publicidade	<b>PUBLICIDADE</b>
Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação	
Consultoria em publicidade	
Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente	



---

Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente	DESIGN
Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas	ARTES CÊNICAS E ARTES VISUAIS
Produção de espetáculos de dança	
Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares	
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente	
Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	
Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares	MUSEUS E PATRIMÔNIO
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	

Fonte: adaptado da RAIS/SETE (2020)

## ANEXO 2

Perguntas constantes no questionário on-line.

- 1) Qual o maior problema para profissionalizar sua atividade?
- 2) Descreva rapidamente de quem, ou do quê, sua atividade depende para ser bem sucedida? Quais outras as atividades ou pessoas são apoiadores e permitem que você execute bem sua atividade criativa.
- 3) Como os profissionais de sua atividade conseguem fazer dinheiro a partir de sua atuação criativa na sociedade?
- 4) Como os profissionais de sua atividade e você, conseguem divulgar o trabalho que vocês executam?
- 5) Qual o maior desafio para transformar as atividades criativas de seu setor em um negócio rentável e que garanta o sustento dos profissionais envolvidos?
- 6) Qual o tipo de apoio que sua atividade mais precisa?
- 7) Como a tecnologia está melhorando (ou dificultando) a atuação de sua atividade?
- 8) Como você gostaria que seu setor criativo fosse percebido pela sociedade?
- 9) Pense no futuro, caso seu filho ou filha desejasse seguir seus passos na arte e na criatividade, como você gostaria que seu setor criativo estivesse organizado?

## ANEXO 3

## Livros

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Editora</b>
Manifesto sururu: por uma antropofagia das coisas alagoanas.	Edson Bezerra	Imprensa Oficial
Sertão e Cangaço	Geno	Imprensa Oficial
Trovas Populares de Alagoas	Théo Brandão	EDUFAL
Reisado Alagoano	Théo Brandão	EDUFAL
Língua do Nordeste	Mario Marroquim	EDUFAL
Modernismo e Regionalismo	Tadeu Rocha	EDUFAL
Quilombo dos Palmares	Zeze Araújo	EDuneal
Pontal da Barra	Rita Codá	H.P. Comunicação Editora
Festa da padroeira	Manoel Henrique de Melo Santana e Eluzia Maria C. Cordeiro	Ed Cata Vento
O teatro e Linda Mascarenhas	Ronaldo Andrade e Isabel Brandão	EDUFAL
Fandango do Pontal da Barra e o romance da Nau Catarineta	Rita de Cássia Codá dos Santos	H.P. Comunicação Associados
Receita das Alagoas	Nide Lins	Imprensa Oficial
Práticas Identitárias e ressignificação do universo imaginário dos povos indígenas do sertão alagoano.	Jorge Luiz Gonzaga Vieira	Editora CESMAC
Cultura Popular	Diego da Silva Almeida e outros	Imprensa Oficial
Um cordel atrás do outro	Cícero Manoel	Imprensa Oficial
A feira	Sidney Wanderley e Juarez Cavalcante	Imprensa Oficial
Duas lanças – 100 anos de cavahada em Chã Preta	Olegário Venceslau da Silva	N/D
Alagoas e seus Músicos	Joel Bello Soares	EDUFAL

## ARTIGOS DISPONÍVEIS NA INTERNET

Titulo	Autor	Link	Categoria
O ARTESANATO ALAGOANO FILÉ	de Barros, Maíra Carneiro Rodrigues	<a href="http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/42268.pdf">http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/42268.pdf</a>	Moda
ARTESANATO, DESIGN E MODA planejamento e aplicação de oficinas com os bordadeiros de filé do Pontal da Barra de Maceió/A	Neves, Steffane & Melo, Anderson & Araújo, Layane & Cantalice, Juliana	<a href="https://www.researchgate.net/publication/329199064_Artesanato_design_e_moda_planejamento_e_aplicacao_de_oficinas_com_os_bordadeiros_de_file_do_Pontal_da_Barra_de_MaceioAL">https://www.researchgate.net/publication/329199064_Artesanato_design_e_moda_planejamento_e_aplicacao_de_oficinas_com_os_bordadeiros_de_file_do_Pontal_da_Barra_de_MaceioAL</a>	Moda
O Guerreiro de Alagoas e o folkmarketing: relações entre folclore, identidade cultural e fomento ao place branding	Procópio, Pedro Paulo, Maryana dos Santos Fagundes, and Karina da Silva Liberal	<a href="https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/2318">https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/2318</a>	Cultura
DA TECELAGEM AO DESMONTE: UMA ANÁLISE DA ARQUITETURA DO COMPLEXO FABRIL TÊXTIL DE RIO LARGO, A PRIMEIRA CIDADE INDUSTRIAL DE ALAGOAS	Júnior, Luiz Alberto Calheiros Oliveira	<a href="https://periodicos.set.edu.br/fitshumanas/article/view/7819">https://periodicos.set.edu.br/fitshumanas/article/view/7819</a>	Patrimônio cultural
O FESTIVAL DE CINEMA UNIVERSITÁRIO DE ALAGOAS: O OLHAR DA COMUNIDADE E DO TURISTA	de Araújo, Sérgio Onofre Seixas, Ana Paula Flôres Carvalho, and Jony Peterson Valeriano Nunes.	<a href="https://www.seer.ufal.br/index.php/extensaoemdebate/article/view/6259">https://www.seer.ufal.br/index.php/extensaoemdebate/article/view/6259</a>	Cinema
Casamento é Negócio: a literatura nos primórdios do cinema alagoano	de Andrade FERRAZ, Ana Flávia	<a href="https://www.seer.ufal.br/index.php/historiadamidia/article/view/3287/2479">https://www.seer.ufal.br/index.php/historiadamidia/article/view/3287/2479</a>	Cinema
Os Festivais de Cinema de Penedo (1975-1982): impactos para o turismo local.	DE ARAÚJO, SÉRGIO ONOFRE SEIXAS, and ÁNDELLI D'MARA SANTOS DA	<a href="http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371158946_ARQUIVO_ArtigoAndelli-SergioOnofre-Revisado_09-04-2013_01.pdf">http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371158946_ARQUIVO_ArtigoAndelli-SergioOnofre-Revisado_09-04-2013_01.pdf</a>	Cinema

	GRAÇA		
Documentação Audiovisual do Pontal da Barra: Preservação da Memória Cultural Coletiva de um Povo	Constant, Bernardo Manoel Monteiro, and Renata Louriane Moreira da Silva Menezes.	<a href="https://www.seer.ufal.br/index.php/extensaoemdebate/article/view/1170">https://www.seer.ufal.br/index.php/extensaoemdebate/article/view/1170</a>	Cinema
Interdependências da música independente: um estudo sobre a formação do Coletivo Popfuzz e seu papel nos circuitos de eventos musicais em Maceió/AL	Silveira Filho, Claudionor Gomes da	<a href="http://200.17.114.109/handle/riufal/1408">http://200.17.114.109/handle/riufal/1408</a>	Música
O Consumo De Estilos Musicais E Suas Representações Sociais Na Cidade De Maceió-AL	Barros, Vitor Nogueira	<a href="http://anais-comunicon2018.espm.br/GTs/GTGRAD/GT12/GTGRADUACA/O_BARROS.pdf">http://anais-comunicon2018.espm.br/GTs/GTGRAD/GT12/GTGRADUACA/O_BARROS.pdf</a>	Música
MÚSICA, CULTURA E INFORMAÇÃO: preservação do acervo musical alagoano	Rêgo, Leylane Michelle Vieira, and Vírginia Bárbara Aguiar.	<a href="http://culturaviva.gov.br/files/event/701/616-665-1-pb.pdf">http://culturaviva.gov.br/files/event/701/616-665-1-pb.pdf</a>	Música
Cultura Musical em Alagoas: Uma abordagem histórica na década de 40 do século XX.	de Souza, Danyel Maxwell Ferreira	<a href="http://www.revista.ufal.br/musifal/Cultura%20musical%20em%20Alagoas.pdf">http://www.revista.ufal.br/musifal/Cultura%20musical%20em%20Alagoas.pdf</a>	Música
Entre tramas e rendas: a construção de uma agenda política para o artesanato e a economia criativa em Alagoas	Silva, Bruno Gabriel Passos	<a href="http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/1400">http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/1400</a>	Artesanato
O hibridismo cultural na formação das quadrilhas juninas na contemporaneidade em Arapiraca-AL	da Silva, Widis Pinheiro, Cristiano Cezar Gomes da Silva, and Conceição Maria Dias de Lima	<a href="https://periodicos.ifal.edu.br/diversitas_journal/article/view/1020">https://periodicos.ifal.edu.br/diversitas_journal/article/view/1020</a>	Cultura
Desafios do	Ramos, Silvana	<a href="https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2175-">https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2175-</a>	Patrimônio

planejamento e desenvolvimento do turismo cultural em centros históricos tombados: o caso de Penedo-Alagoas	Pirillo	<a href="https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27298">33692019000100239&amp;script=sci_arttext&amp;lng=pt</a>	cultural
A produção teatral por meio de incubadora cultural na Escola Técnica de Artes da Universidade Federal de Alagoas	Mattos, Paula Fragoso	<a href="https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27298">https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27298</a>	Teatro
MESTRES DAS ARTES, MESTRES DO PATRIMÔNIO. POR UMA ECONOMIA DA CULTURA EM ALAGOAS À PARTIR DO ARTESANATO EM BARRO	DE MELLO, JANAINA CARDOSO	<a href="https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548874920_c3607b3721b1b3c886ee2d738fed0d52.pdf">https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548874920_c3607b3721b1b3c886ee2d738fed0d52.pdf</a>	Artesanato
POLÍTICA CULTURAL EM ALAGOAS (2008-2013): DOIS PASSOS EM FRENTE, UM PASSO ATRÁS	SILVA, CLEONILSON ALVES DA	<a href="https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/17485">https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/17485</a>	Cultura
Políticas Culturais e Políticas de Identidade em Alagoas: Governo Ronaldo Lessa (1999-2006) e Governo Teotônio Vilela (2007-2014)	Magalhães, Luiz	<a href="http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/20.500.11997/16590">http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/20.500.11997/16590</a>	Cultura
Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: o caso da renda 'singleza' em Paripueira	Fonseca, Débora de Barros Cavalcanti, Lindemberg Medeiros de Araujo, and Adriana Guimarães Duarte	<a href="https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/5778">https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/5778</a>	Turismo
Uma análise das políticas públicas em turismo e patrimônio cultural em dois municípios do estado de Alagoas/Brasil:	Ribeiro, Marcelo, Claudia Buzatti Souto, and Elton Marcio Leite Gomes	<a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2979643">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2979643</a>	Cultura

Penedo e Piranhas.			
Perspectivas de Desenvolvimento a partir do Empreendedorismo Criativo em Alagoas	do Nascimento Júnior, Orlando Ramos, et al.	<a href="https://periodicos.ifal.edu.br/diversitas_journal/article/view/562">https://periodicos.ifal.edu.br/diversitas_journal/article/view/562</a>	Empreendedorismo
Patrimônio Cultural e Memória do MERCOSUL: Serra da Barriga/Alagoas – Brasil	Ribeiro, Maria de Fátima Bento, and Alan Dutra de Melo.	<a href="https://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/901">https://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/901</a>	Patrimônio Cultural
O artesanato e a economia criativa na Comunidade Ilha do Ferro, município de Pão de Açúcar, Alagoas	Mello, Lidianny Pâmela da Silva	<a href="http://200.17.114.109/handle/riufal/6092">http://200.17.114.109/handle/riufal/6092</a>	Artesanato
Sistema regional de inovação em turismo um estudo sobre o estado de Alagoas	Barros, André Taboza	<a href="http://200.17.114.109/handle/riufal/3354">http://200.17.114.109/handle/riufal/3354</a>	Turismo
Paisagens do sertão alagoano: representações da cultura através da iconografia	Almeida, Adriana Valença de	<a href="http://200.17.114.109/handle/riufal/3520">http://200.17.114.109/handle/riufal/3520</a>	Cultura
Tradição e Juventudes em ALAGOAS: o grupo de coco de roda Xique-xique	Cavalcanti, Telma César	<a href="http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/2468">http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/2468</a>	Cultura
Patrimônio cultural e turismo no Sertão alagoano: um estudo do município de Piranhas-AL	Vitor, Layne de Lima	<a href="http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/6035">http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/6035</a>	Patrimônio cultural
Uso de lenha para a produção artesanal de cerâmica no município de União dos Palmares, Alagoas	Silva, Maria Madalena Soares da	<a href="http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/2253">http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/2253</a>	Artesanato
O Rádio no Brasil: Do Cenário Nacional às Rádios Comunitárias em Alagoas.	Ribeiro, José Wagner	<a href="http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/1400">http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/1400</a>	Comunicação
Pão de Açúcar nosso de cada dia : empreendedorismo	Rozenblit de Vasconcelos, Anita	<a href="https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/7827">https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/7827</a>	Empreendedorismo local

e desenvolvimento local integrado e sustentável no Estado de Alagoas			
Artesanato da comunidade quilombola Serra das Viúvas, Água Branca - AL (2010-2018): cultura e/ou sustentabilidade?	Lima, Izabela Souza Teixeira	<a href="http://200.17.114.109/handle/riufal/5005">http://200.17.114.109/handle/riufal/5005</a>	Artesanato
Sustentabilidade, comunicação e identidade do destino: análise das campanhas de turismo do governo de Alagoas	MONTENEGR O, Luiz Felipe Ramos	<a href="https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/28372">https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/28372</a>	Turismo
Políticas culturais, identidade e memória em Maceió: a religiosidade afro-brasileira como ponto de cultura	Oliveira, Andréa Nascimento de	<a href="http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/1436">http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/1436</a>	Cultura
Polos de turismo em regiões subdesenvolvidas: estudo de caso do Polo Costa dos Corais, Alagoas	Duda, João Itácito Morais	<a href="http://200.17.114.109/handle/riufal/5496">http://200.17.114.109/handle/riufal/5496</a>	Turismo
A IDENTIFICAÇÃO DOS MORADORES COM OS NOVOS ESPAÇOS URBANOS QUE PROMOVEM A IMAGEM TURÍSTICA DE MACEIÓ (AL)	de Lima, Vanessa Taciana Chagas, and Adriana Capretz Borges da Silva Manhas	<a href="http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/035-adriana-capretz.pdf">http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/035-adriana-capretz.pdf</a>	Patrimônio cultural & Turismo
GRUPOS DE BUMBA-MEU-BOI DE MACEIÓ	CHASAN, FLÁVIA BEZERRA	<a href="https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/17399">https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/17399</a>	Dança
Fazendo História: a contribuição de Telma César para a	Lima, Noemi Mello Loureiro		Dança



dança cênica em Alagoas		<a href="https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27382">https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27382</a>	
Identidades e socioespacialidades de comunidades tradicionais do sertão de alagoas.	de Souza, Angela Fagna Gomes, and Rodrigo Herles dos Santo	<a href="https://www.redalyc.org/pdf/5528/552856410030.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/5528/552856410030.pdf</a>	Cultura
Os filhos da vila: um estudo etnográfico sobre o processo de gentrificação na Vila dos Pescadores de Jaraguá, Maceió, Alagoas	Silva, Ana Cecília da	<a href="http://200.17.114.109/handle/riufal/6881">http://200.17.114.109/handle/riufal/6881</a>	Cultura
Trama-se fios e vidas entre labirinto e filé: qualidade, percepção, produtos, serviços e a visibilidade do trabalho das mulheres rendeiras de Marechal Deodoro, AL.	Campos, Ana Claudia Borges, Rogério Zanon da Silveira, and Marcelo Calderari Miguel	<a href="https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/4470">https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/4470</a>	Moda