

Perspectivas do Microempreendedor Individual em Indústria Criativa na Região das Missões

Darlan Santos Grziwinski

Publicitário, mestrando em Comunicação e Indústria Criativa. Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). São Borja/RS. E-mail: darlansantosg@gmail.com

Tiago Costa Martins

Orientador e Professor Doutor em Relações Públicas. Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). São Borja/RS. E-mail: tiagomartins@unipampa.edu.br

RESUMO: O artigo busca mapear o perfil e investigar as perspectivas dos microempreendedores individuais em indústria criativa da Região das Missões do Rio Grande do Sul. O recorte territorial desta região, formada por 27 municípios do estado, se deu pela conhecida formação sociocultural existente nesta região, fruto da formação das Reduções de índios guaranis “agrupados” por padres espanhóis a partir do século XVII. A pesquisa realizou uma conexão entre o código CNAE, as dimensões da cadeia produtiva da cultura (nuclear, relacionada e de apoio) e as categorias culturais apontadas pelo MinC, para então, analisar somente as atividades nucleares por campo cultural e código CNAE (subclasses) em Indústria Criativa na Região das Missões.

PALAVRAS-CHAVE: indústria criativa; economia criativa; microempreendedor individual; desenvolvimento regional.

ABSTRACT: *The article seeks to map the profile and investigate the perspectives of the individual microentrepreneurs in the creative industry of the Missions Region of Rio Grande do Sul. The territorial cut of this region, formed by 27 municipalities of the state, was due to the well-known socio-cultural formation in this region, fruit of the formation of the Reductions of Guarani Indians "grouped" by Spanish priests from the seventeenth century. The research made a connection between the CNAE code, the dimensions of the production chain of the culture (nuclear, related and support) and the cultural categories pointed out by the MinC, to then analyze only the nuclear activities by cultural field and CNAE code (subclasses) in Creative Industry in the Missions Region.*

KEYWORDS: *creative industry; creative economy; individual microentrepreneurs; regional development*

Introdução

Está cada vez mais crescente e destacado o período atual da economia de produção e geração de riquezas, renda e empregos a partir da produção de bens intangíveis. Pode-se dizer que estamos vivendo na chamada “nova economia”, aquela onde o conhecimento, voltado para a criação de valor, se sobressai sobre a sociedade industrial, na qual tinha a

criação em cima da extração, ou seja, tinha o bem como coisa física. Em meio a todas essas transformações da economia, começa a surgir e ganhar destaque um novo tipo de indústria de serviços, a chamada “indústria criativa”, cujo valor econômico está ligado à criatividade e a inovação.

Dados de 2013 do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) estimam que o segmento da economia criativa no Brasil movimentou entre 1,2% e 2% do Produto Interno Bruto (PIB), que é a soma dos bens e serviços produzidos no país, respondendo por 1,5% da massa salarial e por 2% da mão de obra empregada. Outra pesquisa, feita pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), prevê que o setor formal da economia criativa respondeu por 2,5% do PIB brasileiro, também em 2013.

Este novo formato de negócio “constitui um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, focada, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e de propriedade intelectual” (UNCTAD, 2010, p. 38).

No mapeamento da indústria criativa no Brasil realizado pela FIRJAN em 2014, podemos observar o quanto este setor evoluiu na última década. Se pegarmos uma análise evolutiva, podemos notar que entre 2004 e 2013 houve um aumento significativo no número de empregos criativos formais em todos os estados brasileiros. Isto demonstra que este movimento permitiu um aumento de participação relativa desses trabalhadores na economia destes estados. E é por esta evolução e por trabalhar constantemente com o conteúdo intelectual, artístico e cultural, que esta ideia referencia uma proposta de entender as indústrias criativas como um novo setor no comércio atual.

Dentro deste novo setor, os Microempreendedores Individuais (MEIs) - que são pessoas que trabalham por conta própria e estão oficialmente legalizados no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) - têm se destacado nos últimos anos como empreendedores que buscam a criatividade, a competitividade e o desenvolvimento sustentável.

Por traduzir com mais facilidade os valores da cultura local em seus negócios, esses micro e pequenos empresários contribuem não só para a geração de emprego e renda, mas também são importantes para o desenvolvimento local trazendo o desenvolvimento que chamamos “de baixo pra cima”, ou seja, um desenvolvimento que se inicia no próprio território e depois se expande para outros locais. Entre os segmentos dos MEIs ligados à indústria criativa, podemos destacar o campo das expressões culturais (artesanato, culturas populares, culturas indígenas e artes visuais), o campo das artes de espetáculo (dança, música, circo e teatro) e também o campo das criações funcionais (moda, design e arte

digital).

A configuração desta “nova economia” aponta para a problemática estabelecida neste estudo: têm os empreendedores individuais em indústria criativa um impacto efetivo na economia? A procura por respostas argumentativas se deu por uma análise da região das Missões do Rio Grande do Sul, reconhecendo, assim, o perfil dos empreendedores individuais de economia criativa deste recorte territorial.

A Região das Missões do Rio Grande do Sul é formada por 27 municípios e é conhecida pela histórica formação sócio-cultural, fruto da formação das Reduções de índios guaranis “agrupados” por padres espanhóis a partir do século XVII. Por ser o elemento cultural em destaque na região, o aspecto missioneiro está presente no imaginário coletivo e social da comunidade, pois, a região possui várias produções associadas à sua cultura e mobiliza diversas atividades ligadas ao turismo em torno do patrimônio material, como por exemplo, as ruínas de São Miguel das Missões, as reduções de São Nicolau e também elementos culturais da música em São Luiz Gonzaga.

Baseado em pesquisas bibliográficas e documentais, a partir dos dados do SEBRAE³, a metodologia aplicada neste estudo procurou investigar e mapear qual o perfil dos empreendedores individuais em indústria criativa da Região das Missões do Rio Grande do Sul. O artigo aborda, no início, a discussão teórica sobre economia criativa e indústria criativa. Em seguida faz-se um relato sobre os microempreendedores individuais dentro da economia criativa e uma breve contextualização da região das Missões do Rio Grande do Sul, para por fim, apresentar os resultados do estudo e considerações finais.

Acredita-se, dessa forma, que os contextos constituídos no entendimento das indústrias criativas podem servir de apoio aos debates em economia criativa. Além disso, o estudo pode contribuir para verificar o perfil dos empreendedores individuais em indústria criativa da região das Missões, bem como, analisar qual categoria cultural e quais setores culturais desta economia estão mais presentes nesta região.

Economia Criativa e Indústria Criativa

O termo “economia criativa” surgiu pela primeira vez através do autor John Howkins, no livro *The Creative Economy* (2001, p. 15), onde ele classifica que “é toda economia movida a partir do conhecimento físico e da criatividade”.

Para Howkins (2001, p.16), “criatividade não é nova e nem é a economia, mas o que é novo são a natureza e a extensão da relação entre eles e como eles combinam extraordinariamente para criar”.

Atualmente, a economia criativa é um dos setores que mais cresce no Brasil. Dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) estimam que o segmento de economia criativa movimentou no Brasil entre 1,2% e 2% do Produto Interno Bruto (PIB), que é a soma dos bens e serviços produzidos no país, respondendo por 1,5% da massa salarial e por 2% da mão de obra empregada. Outra pesquisa, realizada pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN (2014) estima que 251 mil empresas formavam a economia criativa no Brasil em 2013. Houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram 148 mil empresas. “Estima-se que a economia criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões. Nesse período, o PIB criativo avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos” (FIRJAN, 2014, p. 04).

A UNCTAD (2010) procura dizer que: (A) a economia criativa estimula a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; (B) abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo; (C) é um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral; (D) é uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial; (E) no centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.

No centro da economia criativa, surgiu outro tipo de indústria de bens e serviços, a chamada “indústria criativa”, cujo valor econômico está ligado à criatividade, o intangível e a inovação.

Para o MinC (2012), os setores criativos são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica, extrapolando setores tipicamente culturais.

Quadro I – Principais abordagens sobre Indústrias Criativas

Indústrias Criativas	Referências
“Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com	DCMS (2005, p. 5)

capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).”	
“Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘indústria criativa’ a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual.”	Howkins (2005, p. 119)
“Indústrias criativas são entendidas como um conjunto de setores econômicos específicos, cuja seleção é variável segundo a região ou país, conforme seu impacto econômico potencial na geração de riqueza, trabalho, arrecadação tributária e divisas de exportações.”	Reis (2008, p. 24)
“As indústrias criativas referem-se à convergência de três campos anteriormente mantidos separados: as artes, as indústrias culturais e as novas tecnologias digitais de informação [...] ‘Economia do conhecimento’, ‘sociedade em rede’ e ‘sociedade da informação’, a cultura parece estar sendo reapropriada mediante sua conversão em ‘código’, ‘informação’, mediante sua característica ‘imaterial’. Especialmente no bojo da chamada ‘economia da criatividade’, a cultura aparece em uma nova fronteira: cultura é produção individual e coletiva de significados – o termo que, ao que parece, está rebatizando a nova sensibilidade em relação à cultura é o de indústrias criativas.”	Bendassolli e Wood (2009)
“As indústrias criativas são aquelas cujos produtos ou serviços contêm um elemento substancial de esforço criativo ou cultural. O termo engloba uma gama maior de atividades: inclui as indústrias culturais, além de toda produção artística e cultural “seja ao vivo ou produzida como unidade individual” (UNESCO, 2013, p.3, tradução livre).”	Costa (2011, p. 3)

Fonte: SERAFIM et al. (2013)

Apesar de não haver um único significado consensual para o termo indústria criativa, o relatório da UNCTAD sugeriu uma definição usada como base para este PDI, na qual, entende-se por indústrias criativas “os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como insumos primários.” (UNCTAD, 2010, p. 38). Elas abrangem um conjunto de atividades que se baseiam no conhecimento de bens intangíveis, intelectuais ou artísticos, que geram uma receita através dessa propriedade intelectual, adotando assim, uma visão de cadeia na economia.

De acordo com a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN (2008, p. 33), “os estudos realizados na economia criativa para o entendimento de cadeia produtiva, apresentam um conjunto de atividades econômicas que compõem três grandes áreas, categorizadas em nucleares, relacionadas e de apoio”. A síntese conceitual dessas três categorias proposta por Martins; Oliveira (2010, p. 32) pode ser entendida da seguinte forma:

Atividades nucleares – segmentos de bens e serviços que no curso de seu processo produtivo acabam por gerar atividades criativo-culturais. São as atividades econômicas nucleares reconhecidas como, por exemplo, geradoras de produção intelectual ou manifestações culturais.

Atividades relacionadas – segmentos produtivos reconhecidos como fornecedores

de bens e serviços às atividades nucleares. Estes segmentos provêm com materiais e serviços diretamente o núcleo criativo/cultural.

Atividades de apoio – segmentos produtivos que de maneira indireta podem contribuir com a provisão de bens e serviços às atividades nucleares. Percebe-se que nesse item não há uma correlação específica com as atividades criativas / culturais, pois se trata de bens e serviços amplos posicionados como apoio a inúmeras atividades produtivas.

Essas três grandes áreas são exemplos de propostas metodológicas para perceber a economia no setor criativo e cultural a partir da Classificação Nacional de Atividades Econômicas-Fiscal (CNAE), que é a classificação usada com o objetivo de padronizar os códigos de identificação das unidades produtivas do país. Aqui vale ressaltar que a pesquisa segue a linha empreendida pela FIRJAN em 2008 e pela FEE em 2013, que estabelecem uma categorização a partir do CNAE 2.0 para classes. No entanto, trabalhamos com a CNAE subclasses 2.1, que corresponde ao 5º nível de categorização, composta por 1301 subclasses, que, segundo Martins (2016, p. 34), “a diferença destas duas pesquisas está no detalhamento das atividades nucleares, relacionadas e de apoio, pois, houve o acréscimo de atividades que não conseguiam ser “captadas” pela metodologia dos estudos referências”.

Com o detalhamento proposto pelos autores nesta metodologia, podemos evidenciar que a mobilização da cadeia produtiva da cultura se dará mediante a mobilização dos elos centrais da economia criativa: nucleares; relacionados; e de apoio.

Em 2011, a Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura estabeleceu uma categorização para reconhecer e contemplar os setores criativos e culturais do nosso país. Neste estudo, o ministério categorizou cinco campos culturais com seus respectivos setores, para a realidade brasileira: (1) campo do patrimônio; (2) campo das expressões culturais; (3) campo das artes de espetáculo; (4) campo do audiovisual e do livro, da leitura e da literatura; (5) campo das criações funcionais.

Figura 01 – Escopo Criativo do Ministério da Cultura (2011)



Fonte: Martins, 2010, p. 36

A partir desta proposta, realizou-se uma conexão entre o código CNAE, as dimensões da cadeia produtiva da cultura (nuclear, relacionada e de apoio) e as categorias culturais apontadas pelo MinC, para então, analisar na presente pesquisa somente as atividades nucleares⁴ por campo cultural e código CNAE (subclasses) em Indústria Criativa na Região das Missões.

Códigos estes, que apresentam um maior detalhamento das atividades que contemplam este vasto campo cultural e que permite categorizar todos os códigos dos setores criativos e culturais.

Microempreendedor Individual em Indústria Criativa

São considerados Microempreendedores Individuais (MEIs) as pessoas que trabalham por conta própria e que tem um empreendimento formalizado, com faturamento anual de até 81 mil reais. A criação do MEI que se deu pela Lei Complementar nº 128 de 2008, garantindo a legalização dos trabalhadores informais no país, bem como o registro no Cadastro Nacional

de Pessoas Jurídicas (CNPJ), possibilitando a abertura de conta bancária, acesso à crédito e a emissão de notas fiscais, já atingiu mais de 7 milhões de formalizações no Brasil. O crescimento é tão alto, que desde sua criação, o país já formalizou quase 20% a mais do que o número de Micro e Pequenas Empresas (MPE) abertas no mesmo período, que somaram mais de quatro milhões.

Por trabalhar diretamente com a inovação e a criatividade, o MEI em IC também apresenta algumas habilidades empreendedoras que se destacam. No Rio Grande do Sul, por exemplo, existe mais de 447 mil microempreendedores individuais, sendo que, em indústria criativa são mais de 40 mil empreendedores.

No seu livro “*Cultura y Estrategia para el desarrollo local*”, Koster (2007, p. 181) comenta que o grande desafio das empresas que trabalham com atividades culturais no século XXI é

Otorgar centralidad al desarrollo y La promoción de La capacidad creativa, individual y colectiva através de la red de relaciones culturales de los sujetos y para ello resulta necesario dotar de recursos humanos, y de atención al fenómeno de cómo se promueve La creatividad y como esta se puede convertiren parte del capital cultural de um territorio.

O reconhecimento deste setor da economia é fundamental para impulsionar a economia criativa como estratégia de desenvolvimento. Este dado mostra a importância destas empresas na economia do nosso Estado, pois, estes empreendedores estão cada vez mais se especializando em transformar a habilidade criativa em ativo econômico e recurso para o desenvolvimento de um negócio duradouro.

A Região das Missões do Rio Grande do Sul

A proposta desse capítulo é realizar uma breve contextualização da região das Missões nos seus aspectos históricos e culturais através da ocupação da etnia Guarani na região; das posteriores experiências reducionistas dos padres jesuítas; das desavenças entre portugueses e espanhóis e por fim, do período póstumo ao fim das reduções, no qual define as características étnico-culturais da população nos dias de hoje.

O desdobramento das disputas entre portugueses e espanhóis se dá nos séculos XVI e XVII com a chegada dos europeus nesta região. Este contexto histórico de disputa de poder entre as coroas ibéricas alteraria toda a cara do território onde hoje está situado o Rio Grande do Sul. Tudo começou com a assinatura do Tratado de Madrid, que foi na verdade

Uma troca entre as coroas ibéricas: Portugal se retiraria de sacramento, entregando a Colônia ao domínio espanhol e em troca receberia a região dos Sete Povos das Missões. Ainda, por este tratado, os jesuítas deveriam abandonar a região juntamente com todo o seu povo e seus pertences, deixando, porém, todas as instalações aos cuidados dos portugueses. (BAIOTO e QUEVEDO, 2005, p. 40)

Por beneficiar muito mais os portugueses do que os espanhóis, os índios e os jesuítas se revoltaram com o tratado. E após vários apelos sem resposta para o seu cancelamento, em agosto de 1750, foram enviados comissários portugueses e espanhóis para retirar todo o povo missioneiro da região, conforme Ramos (2006) comenta

Esse tratado desencadeou a resistência dos Guarani dos Sete Povos que perderiam seu patrimônio, terras, estâncias e tudo aquilo que haviam construído. A partir daí, gerou-se então a Guerra Guaranítica, onde os dois exércitos europeus se uniram contra os índios dos Sete Povos das Missões. [...] O fim da guerra aconteceu porém apenas em 10 de fevereiro, na Batalha de Caibaté. Foi um banho de sangue onde os Guarani missioneiros foram vítimas frente ao poderoso armamento dos inimigos. Cerca e mil índios missioneiros foram executados. Em 16 de maio de 1756, após pequenos confrontos, as tropas ibéricas entraram em São Miguel. A República dos Sete Povos fora derrotada. (RAMOS, 2006 p. 17)

A expulsão dos jesuítas e a disseminação dos indígenas que restaram nas reduções marcaram o fim da experiência reducional. Lá pelo século XIX, em torno do ano de 1800, não existia quase nada das reduções. Ao perderem sua autonomia e seus direitos sobre suas terras, muitos colonizadores e fazendeiros foram ocupando esses locais e aos poucos estes índios foram obrigados a se transformar em peões destas estâncias, gerando um processo de miscigenação.

Este processo de miscigenação após o fim das reduções jesuíticas se deu pela ocupação num primeiro momento pelos lusos e açorianos e posteriormente, por alemães, italianos e poloneses. Toda essa diversidade étnica contribuiu para formar a característica sócio-cultural da região das Missões dos dias atuais.

Num estado mais contemporâneo, três municípios foram unidades base para a formação desta região: São Borja, Santo Ângelo e São Luiz Gonzaga. Estas três cidades ainda hoje representam um destaque especial, pois são consideradas as principais cidades da região, chamadas de cidades-polo.

Atualmente, a região missioneira é composta por 27 municípios, que são eles: Bossoroca, Caibaté, Cerro Largo, Dezesseis de Novembro, Entre-Ijuís, Eugênio de Castro, Garruchos, Giruá, Guarani das Missões, Itacurubi, Mato Queimado, Pirapó, Porto Xavier, Rolador, Roque Gonzales, Salvador das Missões, Santo Ângelo, Santo Antônio das Missões, São Borja, São Luiz Gonzaga, São Miguel das Missões, São Nicolau, São Paulo

criativa, que está inserida dentro desta comunidade, cria e recria significados através do artesanato, fotografia, literatura, documentários, publicidade, entre outros.

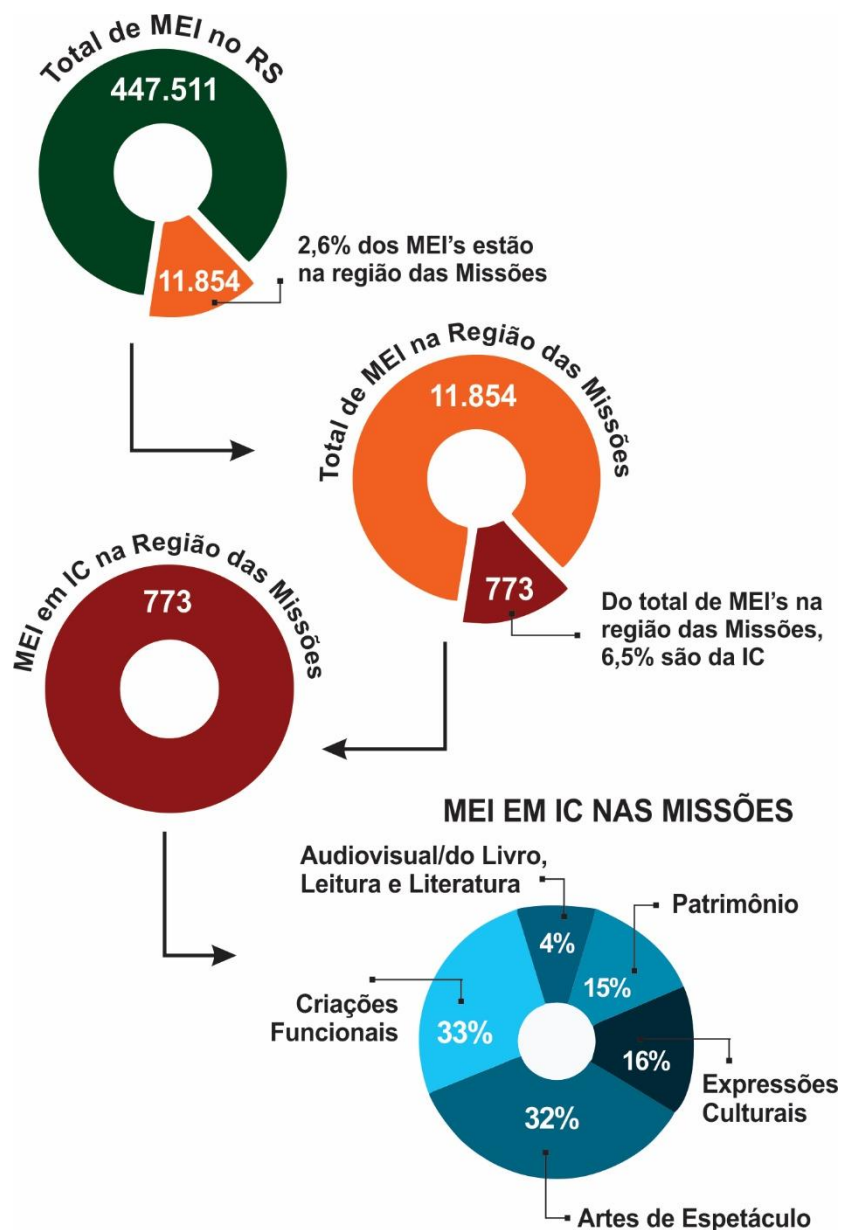
Resultado da Análise

A apresentação da análise deve relembrar que na pesquisa realizou-se uma conexão entre o código CNAE, as dimensões da cadeia produtiva da cultura (nuclear, relacionada e de apoio) e as categorias culturais apontadas pelo MinC, para então, analisar somente as atividades nucleares por campo cultural e código CNAE (subclasses) em Indústria Criativa na Região das Missões.

A pesquisa realizada em 2018, dentro do Portal do Empreendedor apontou, através do código CNAE de cada atividade, um total de 447.511 MEIs no Rio Grande do Sul e um total de 11.854 microempreendedores na região das Missões. Sendo que, 773 microempreendedores são da indústria criativa.

Em percentuais percebe-se que 6,5% dos MEIs que atuam na região das Missões, são da indústria criativa. Se analisarmos, por exemplo, o possível impacto econômico a partir da projeção do máximo de faturamento (R\$80.000,00 anuais) destes empreendedores, pode-se apontar um impacto anual de R\$60.880.000,00 na economia das Missões. Isto mostra como este setor pode crescer ainda mais a ponto de virar um potencial econômico para esta região.

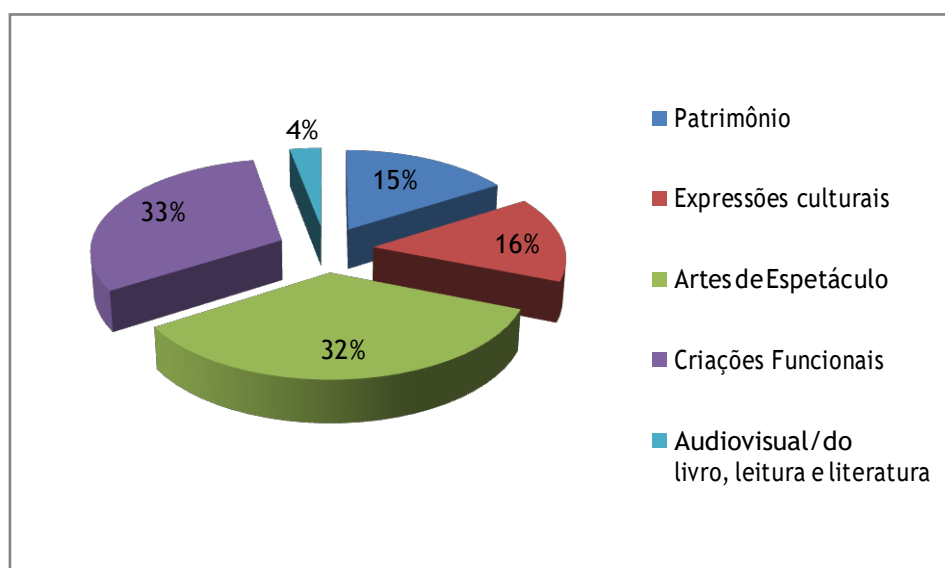
Figura 03 – Gráfico Total MEI e Total MEI em Indústria Criativa no RS



Baseado em dados do SEBRAE (Agosto 2018)

Ao analisar as cinco categorias culturais que a Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura estabeleceu (campo do patrimônio; campo das expressões culturais; campo das artes de espetáculo; campo do audiovisual e do livro, da leitura e da literatura; campo das criações funcionais), percebe-se conforme a Figura 4 que a região das Missões possui uma predominância de microempreendedores individuais criativos no setor de Criações Funcionais, com 33% de empresas neste ramo e também no setor das Artes de Espetáculo, com 32% de MEIs nesta categoria.

Figura 04 – Gráfico das Categorias Culturais dos MEIs nas Missões

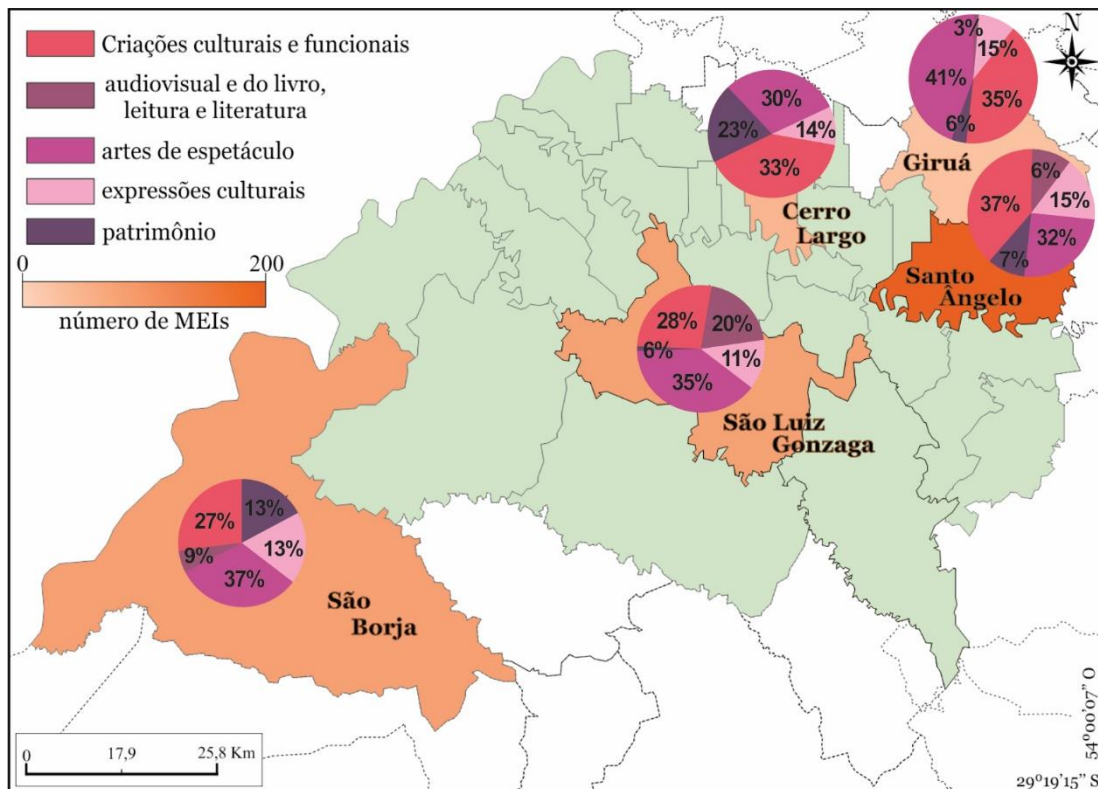


Baseado em dados do SEBRAE (Agosto 2018)

No campo das Criações Funcionais, onde estão às atividades relacionadas à moda, o design, arquitetura e arte digital, destacamos os serviços de publicidade (demonstração de produtos em pontos de venda, distribuição de folhetos, promoção de venda, serviços de promotora de venda, *marketing* de propaganda política, publicidade por telefone, *telemarketing*) e também os serviços de publicidade relacionada a carros de som alto-falantes e computação gráfica. Já no campo das Artes de Espetáculo, que inclui a dança, a música e o teatro, se destacam os serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas, bem como artes cênicas, espetáculos e atividades complementares.

Na pesquisa realizada em todas as cidades missioneiras, destacamos as cinco cidades com o maior número de MEIs em indústria criativa.

Figura 05 – Mapa das Cidades com maior número de MEIs em Indústria Criativa



Baseado em dados do SEBRAE (Agosto 2018)

O mapa da Figura 5 revela as cidades que possuem o maior número de MEI's em indústria criativa da região das Missões: Santo Ângelo, com 264 empreendedores; São Luiz Gonzaga, com 116; São Borja, com 97; Cerro Largo, com 56 e Giruá, com 32 microempreendedores individuais em indústria criativa.

Ao comparar os dados do MEI em indústria criativa nas Missões, com os dados das cinco cidades em destaque da região, percebe-se uma predominância em ambos os casos, de microempreendedores individuais criativos nos setores das Artes de Espetáculo e Criações Funcionais. É possível destacar também, que os cinco maiores municípios das Missões dão conta do perfil do MEI criativo da região.

A Figura 5 apresenta também que em determinadas cidades, algumas categorias culturais se destacaram mais que as outras. Em Giruá e Santo Ângelo, por exemplo, mais de 35% dos MEIs em indústria criativa são da categoria de Criações Funcionais. Em Giruá, dos 32 MEI's que existe na cidade, 13 são da categoria Artes de Espetáculo, que engloba os serviços de sonorização e iluminação, organização de feiras, congressos, exposições e festas (exposição de animais, parque e leilões, remates). Já em Santo Ângelo, destacamos 100 empresas na categoria de Criações Funcionais (62 empresas em atividades de publicidade) e 87 em Artes de Espetáculo.

Na análise consta também a cidade de Cerro Largo, que possui 33% das empresas dentro da categoria Artes de Espetáculo e as cidades de São Luiz Gonzaga e São Borja, com aproximadamente 35% dos MEIs dentro desta mesma categoria.

Na categoria cultural do Patrimônio, que engloba os setores de patrimônio material, imaterial e arquivos e museus, Cerro Largo é a cidade que mais possui MEIs nessa categoria, com 23% de empresas criativas em atividades paisagísticas (manutenção de áreas verdes).

A categoria menos expressiva nas cinco principais cidades da região das Missões foi a categoria Audiovisual/do Livro, Leitura e Literatura, que engloba os serviços de edição de livros, jornais e revistas; Atividades de produção cinematográficas de vídeos e de programas de televisão; E atividades relacionadas ao rádio e televisão.

Ao comparar as cidades missioneiras através do número total de MEIs com o número total de MEIs em indústria criativa, foi possível verificar qual cidade possui a quantidade mais significativa de MEIs em indústria criativa.

Quadro 02 – Percentual de MEIs em Indústria Criativa em relação ao nº total de empresas

Cidades Misioneras	Nº Total de MEI	Nº MEIs Ind. Criativa	Percentual
Caibaté	117	19	16%
Mato Queimado	32	4	13%
Bossoroca	174	19	11%
Santo Ângelo	3255	264	8%
São Pedro do Butiá	102	8	8%
Sete de Setembro	26	2	8%
Cerro Largo	783	56	7%
Salvador das Missões	99	7	7%
Guarani das Missões	235	16	7%
Santo Antônio das Missões	435	29	7%
São Luiz Gonzaga	1825	116	6%
Roque Gonzales	299	19	6%
Garruchos	63	4	6%
Giruá	518	32	6%
São Miguel das Missões	244	15	6%
Itacurubi	52	3	6%
Pirapó	52	3	6%
Porto Xavier	535	27	5%
São Borja	2057	97	5%
Entre-íjuis	311	14	5%
São Nicolau	177	7	4%

Ubirama	26	1	4%
Eugênio de Castro	81	3	4%
Vitória das Missões	71	2	3%
São Paulo das Missões	197	5	3%
Rolador	41	1	2%
Dezesseis de Novembro	47	0	0%

A tabela revela que Caibaté, com 16%, é a cidade missioneira que possui mais empresas criativas, em relação ao número total de MEI's nas Missões. Dentro deste percentual destacam-se as categorias de Criações Funcionais, Artes de Espetáculo e Patrimônio.

Mato Queimado e Bossoroca, com 13% e 11% respectivamente, são as cidades que também aparecem com um índice elevado de MEIs em indústria criativa. Podemos observar por fim, que não necessariamente as maiores cidades da região das Missões, são as que possuem a quantidade mais significativa de MEIs em indústria criativa.

Considerações Finais

Conclusivamente é pertinente apontar uma grande concentração dos MEIs nas cidades mais populosas e com maior potencial cultural. As cinco maiores cidades da região das Missões são também as que têm mais empresas ligadas à indústria criativa. A busca pela formalização é um fator que pode ser encarado como o ponto chave destes dados, pois, ao se formalizarem, estes microempreendedores individuais estão aptos a vender com nota fiscal e também buscar alternativas de vendas em outros setores que não seja o público final, como por exemplo, órgãos públicos, empresas, etc.

Mas ao mesmo tempo em que a concentração dos MEIs está nas maiores cidades da região, o agrupamento dos MEIs em indústria criativa está nas cidades menos populosas. Isso pode ser entendido como uma forma de estes microempreendedores estarem buscando oportunidades nos grandes centros da região (Santo Ângelo, São Borja, São Luiz Gonzaga, Cerro Largo e Giruá).

Observa-se também uma grande concentração de microempreendedores individuais em indústria criativa nos setores das Artes de Espetáculo e Criações Funcionais. Setores estes, que englobam os serviços de arte, danças, teatro, moda, design e arte digital.

Por fim, a proposta do presente estudo observou que os contextos constituídos no entendimento das indústrias criativas podem servir de apoio aos debates em economia criativa, bem como, servir como um auxílio ao poder público na tomada de decisão. Além disso, o estudo pôde contribuir para verificar o perfil dos empreendedores individuais em indústria criativa da região das Missões, bem como, analisar qual categoria cultural e quais setores culturais desta economia estão mais presentes nesta região.

Referências

- BAIOTO, Rafael; QUEVEDO, Júlio. *São Miguel: a saga de um povo missioneiro*. Porto Alegre: Martins Livreiro, 2005.
- FLORIDA, Richard L. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: tradução de Ana Luiza Lopes. L&PM, 2011.
- HOWKINS, John. *The Creative Economy: how people make Money from ideas*. [S.l.]. Penguin, 2001.
- IBGE. Site Institucional. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: julho 2018.
- IPEA. **Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**. Brasília : Rio de Janeiro : Ipea , 2013.
- KOSTER, Pau Rausell; SANCHÍS, Raúl Abeledo; ARROYO, Salvador Carrasco; TORMO, José Martínez. **Cultura. Estrategia para el desarrollo**. València/ESP: Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, 2007.
- MARTINS, Tiago Costa. **Política e economia da cultura e os gastos públicos municipais: um estudo na Região das Missões – RS**[recurso eletrônico] / organizador, Tiago Costa Martins. – Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2016.
- MINISTERIO DA CULTURA (MinC). **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Política, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília, 2012. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>. Acessado em: junho de 2018.
- PORTAL DO EMPREENDEDOR. Site Institucional. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>>. Acesso em: Agosto 2018.
- RAMOS, Antônio Dari. *A formação histórica dos municípios da Região das Missões*. Santo Ângelo: URI – IPHAN – Instituto de Patrimônio Histórico, 2006. (levantamento de Elementos do Patrimônio Turístico-Cultural da Região Missioneira).
- SEBRAE. Site Institucional. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: Maio 2018.
- SISTEMA FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, 2010.
- UNCTAD, **Relatório de Economia Criativa - Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável**. São Paulo: MinC/Itaú Cultural, 2010.

VALIATI, Leandro. **Indústria criativa no Rio Grande do Sul**: síntese teórica e evidências empíricas. Porto Alegre: FEE, 2013.