

Um Estudo sobre a Cidade de Pomerode sob a Ótica da Economia Criativa

A Study of the City of Pomerode from the Perspective of the Creative Economy

Un Estudio de la Ciudad de Pomerode desde la Perspectiva de la Economía Creativa

Autoria

Samara Hammes

-  Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALE)
-  samharah.turismo@gmail.com
-  <https://orcid.org/0009-0009-5621-8643>

Valônia de Araújo Oliveira

-  Universidade do Vale do Itajaí / IFCE (UNIVALE)
-  valonia@ifce.edu.br
-  <https://orcid.org/0009-0001-8428-843X>

Carlos Alberto Tomelin

-  Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALE)
-  tomelin@univali.br
-  <https://orcid.org/0000-0001-8988-4727>

Renato Rodrigues Buchele

-  Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALE)
-  renatorb@univali.br
-  <https://orcid.org/0000-0001-9362-1524>

RESUMO

Originalidade: Pomerode é uma cidade localizada em Santa Catarina com um relevante patrimônio cultural e características que podem consolidá-la como cidade criativa. **Objetivo:** O objetivo geral deste estudo foi analisar a cidade de Pomerode sob a ótica da economia criativa, especificamente a partir de três dimensões do modelo E-Criatur. **Metodologia:** Adotou-se uma abordagem qualitativa exploratória, com coleta de informações em bases de dados, em redes sociais e entrevistas com gestores locais. A técnica de análise de conteúdo foi utilizada para a discussão dos resultados. **Resultados:** Os resultados mostram um grande encaminhando no que concerne à realização de mapeamento das atividades e redes criativas em Pomerode, observando-se o artesanato enquanto atividade que mais se destaca dentre as áreas reconhecidas na região. Evidenciou-se que Pomerode apresenta, em termos de divulgação, um alcance internacional em virtude das raízes culturais que preservam principalmente com a Alemanha e Itália. No que concerne às estratégias de divulgação da cidade observou-se um movimento positivo no planejamento integrado entre atores públicos e privados, para ações voltadas ao desenvolvimento local. **Contribuições:** Como implicações teóricas, este estudo proporciona uma análise da cidade de Pomerode sob a lente da economia criativa, colaborando para o embasamento de pesquisas futuras. Foram reconhecidas diversas ações práticas de gestão que podem ser replicadas e/ou aperfeiçoadas em cidades com características similares e com potencial para o desenvolvimento da economia criativa. Quanto às contribuições sociais, foram identificadas algumas dificuldades pelas quais as classes criativas passam, sugerindo-se um olhar do poder público para essas problemáticas.

Palavras-chave: Economia Criativa. E-Criatur. Pomerode. Estudo de caso.

ABSTRACT

Originality: Pomerode is a city located in Santa Catarina with a significant cultural heritage and characteristics that could consolidate it as a creative city. **Objective:** The general objective of this study was to analyze the city of Pomerode from the perspective of the creative economy, specifically from three dimensions of the E-Criatur model. **Methodology:** An exploratory qualitative approach was adopted, with data collection from databases, social networks, and interviews with local managers. Content analysis was used to discuss the results. **Results:** The results show significant progress in mapping creative activities and networks in Pomerode, with handicrafts being the most prominent activity among the recognized areas in the region. It was evident that Pomerode has an international reach in terms of promotion due to its cultural roots, mainly with Germany and Italy. Regarding the city's promotion strategies, a positive movement was observed in the integrated planning between public and private actors for actions aimed at local development. **Contributions:** As theoretical implications, this study provides an analysis of the city of Pomerode through the lens of the creative economy, contributing to the foundation of future research. Several practical management actions were identified that can be replicated and/or improved in cities with similar characteristics and potential for the development of the creative economy. Regarding social contributions, some difficulties faced by creative classes were identified, suggesting that public authorities should address these problems.

Keywords: Creative Economy. E-Criatur. Pomerode. Case study.

RESUMEM

Originalidad: Pomerode es una ciudad ubicada en Santa Catarina con un importante patrimonio cultural y características que podrían consolidarla como una ciudad creativa. **Objetivo:** El objetivo general de este estudio fue analizar la ciudad de Pomerode desde la perspectiva de la economía creativa, específicamente desde tres dimensiones del modelo E-Criatur. **Metodología:** Se adoptó un enfoque cualitativo exploratorio, con recopilación de datos de bases de datos, redes sociales y entrevistas a gestores locales. Se utilizó el análisis de contenido para discutir los resultados. **Resultados:** Los resultados muestran un progreso significativo en el mapeo de las actividades y redes creativas en Pomerode, siendo la artesanía la actividad más destacada entre las áreas reconocidas en la región. Se evidenció que Pomerode tiene un alcance internacional en términos de promoción debido a sus raíces culturales, principalmente con Alemania e Italia. En cuanto a las estrategias de promoción de la ciudad, se observó un movimiento positivo en la planificación integrada entre actores públicos y privados para acciones orientadas al desarrollo local. **Contribuciones:** Como implicaciones teóricas, este estudio proporciona un análisis de la ciudad de Pomerode desde la perspectiva de la economía creativa, contribuyendo a la base de futuras investigaciones. Se identificaron diversas acciones prácticas de gestión que pueden replicarse o mejorarse en ciudades con características similares y potencial para el desarrollo de la economía creativa. En cuanto a las contribuciones sociales, se identificaron algunas dificultades que enfrentan las clases creativas, lo que sugiere que las autoridades públicas deberían abordarlas.

Palabras clave: Economía Creativa. E-Criatur. Pomerode. Estudio de caso.

INTRODUÇÃO

A economia criativa é a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria (Min. da Cultura, 2012).

De acordo com Vivant (2013), uma compreensão democrática da “cidade criativa” implica que o desenvolvimento econômico baseado na criatividade deve incorporar a inclusão social: a criatividade permite que todos para se expressarem, para partilharem a sua própria visão, compreensão e sentimentos.

Nesse contexto, a cidade necessita saber como gerir sua criatividade e como fomentar seus processos de inovação para potencializar o desenvolvimento local. Embora o indivíduo tenha um papel ativo no processo criativo, devemos reconhecer a influência dos fatores sociais, culturais e históricos, por meio de ação contínua. Não há um único modelo a seguir, mas argumentamos que as cidades criativas se firmam na ideia de trazer benefícios para as cidades (Silva e Muzzio, 2023).

Entretanto, a cidade criativa não é claramente uma solução para todos os problemas urbanos. Isso precisa ser políticas estabelecidas; e, criticamente, também há vários usos intrínsecos. A literatura em geral apoia a visão de que o equilíbrio de atenção tem sido voltado para os usos instrumentais da cultura e da criatividade (Pratt, 2010).

Ao tratar-se de cidades criativas, Pomerode vem se destacando enquanto destino turístico, seja em virtude dos seus aspectos histórico-culturais, seja por suas características geográficas. Além dos atrativos turísticos, a cidade apresenta elementos que a direcionam para a sua categorização enquanto cidade criativa. No entanto, ao se realizar uma revisão teórica nas principais bases de dados identificou-se que não há estudos que relacionem o desenvolvimento da economia criativa com a cidade de Pomerode. Mediante deste panorama, chega-se ao problema de pesquisa deste artigo: Pomerode tem potencial para o desenvolvimento da economia criativa, bem como se consolidar como cidade criativa?

Justifica-se o problema em decorrência da ausência de pesquisas que investiguem ações a serem implementadas para que Pomerode possa se destacar enquanto um destino turístico criativo. A partir desse problema de pesquisa, chega-se ao objetivo geral: identificar elementos que sinalizem que a cidade de Pomerode apresenta potencial enquanto destino criativo.

E no que diz respeito aos objetivos específicos, têm-se: Identificar as ações que têm sido adotadas para impulsionar o desenvolvimento da Economia Criativa; Verificar as estratégias de divulgação que promovem a imagem de Pomerode como um destino turístico e criativo e averiguar de que forma as tecnologias de informação e comunicação contribuem para a inserção da cidade na Economia Criativa do Turismo.

Para atingir os objetivos deste artigo, utilizou-se uma metodologia, com abordagem qualitativa, de caráter descritivo exploratório, com aplicação de entrevistas a dois atores que atuam na atividade turística em Pomerode e para a análise de dados, utilizou a técnica de análise de conteúdo.

■ REFERENCIAL TEÓRICO

Com o intuito de teorizar o objeto de pesquisa deste artigo, neste tópico abordamos alguns conceitos e reflexões de autores que discorrem sobre as categorias de análise que este estudo aborda: economia criativa, cidade criativa e modelo E-Criatur.

Fundamentos da Economia Criativa

Os conceitos de “economia criativa” e “indústrias criativas” derivam de agendas e estratégias políticas de desenvolvimento econômico. O termo “indústrias criativas” foi introduzido pela primeira vez e depois popularizado nas Indústrias Criativas Documentos de Mapeamento, publicados pelo Reino Unido Departamento de Cultura, Mídia e Esporte em 1998 e 2001 (Vivant, 2013).

A referida autora relata ainda sobre o contexto em que as terminologias se difundiram, bem como aponta as vulnerabilidades desse sistema de planejamento.

Uma economia criativa e as indústrias associadas são celebradas como uma panaceia para a revalorização urbana e o desenvolvimento econômico; no entanto, a realidade de trabalhar e produzir nestes setores é marcada pela precariedade e pela incerteza, o que revela as fragilidades de tais políticas de planejamento. As próprias características do trabalho nas indústrias criativas produzem restrições de localização que contradizem os efeitos de tais estratégias urbanas (Vivant, 2013).

A economia criativa é um dos campos que tem mais crescido no âmbito econômico, oportunizando empregos e geração de renda. A referida informação pode ser validada por meio do Relatório de Economia Criativa 2013, que ressalta que o comércio mundial de bens e serviços criativos totalizaram um recorde de US\$624 bilhões em 2011 e mais do que duplicou entre 2002 e 2011 (SEBRAE, 2016).

Pratt e Hutton (2013) no que se refere à abrangência das atividades, salientam que o conceito de economia criativa assume um âmbito mais amplo que inclui não atividades com fins lucrativos, informais e com financiamento público, bem como atividades com fins lucrativos, formais e privadas atividades do setor; além disso, inclui os sistemas de produção e cadeias de valor necessários para sustentar tais produtos.

Contudo, a cidade necessita saber como gerir sua criatividade e como fomentar seus processos de inovação para potencializar o desenvolvimento local. Embora o indivíduo tenha um papel ativo no processo criativo, devemos reconhecer a influência dos fatores sociais, culturais e históricos, por meio de ação contínua. Não há um único modelo a seguir, mas argumentamos que as cidades criativas se firmam na ideia de trazer benefícios para as cidades (Silva e Muzzio, 2023).

Cidade Criativa e Modelo E-Criatur: Conceitos e Reflexões

A articulação da cidade criativa como um quadro relativamente coeso inscreve-se no espaço de tempo que vai da década de 1970 à primeira década do presente século (Segovia e Hervé, 2022).

A cidade criativa, pode ser entendida como um processo que necessita de três características essenciais: i) inovações: capacidade de solucionar problemas e antecipar oportunidades das mais diversas ordens; ii) conexões: entre pessoas e suas identidades, entre áreas da cidade e o mundo, entre setores e agentes (públicos, privados, universidades e sociedade civil); e iii) cultura: o simbólico, a identidade e os valores compartilhados (REIS; URANI, 2011).

Segovia e Hervé (2022) afirmam que a cidade criativa como abordagem parece ser pertinente por duas razões principais: pela capacidade que esta proposta política mantém para influenciar nos campos das políticas urbanas e culturais. Sendo assim, a utilização positiva do seu potencial político é uma questão em debate. Em segundo lugar, é necessário reconhecer que a abordagem da cidade criativa contribuiu para introduzir uma compreensão complexa da dimensão cultural que os ambientes urbanos, a vida pública e a governação da cidade possuem.

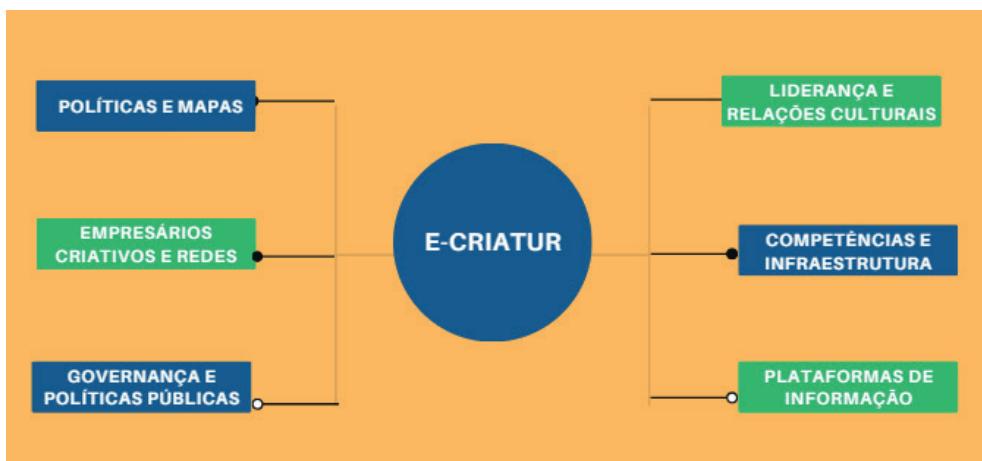
Cabe aqui destacar o nosso entendimento sobre a cidade criativa como uma modalidade de planejamento urbano, baseado numa racionalidade que a criatividade, o conhecimento e a cultura impulsionam a inovação como meio para a resolução dos problemas da cidade, em observância aos princípios da sustentabilidade (social, econômica e ambiental), cujos atores sociais têm papel central, a partir de realidades locais (Silva e Muzzio ,2023).

Vivant (2013), evidencia que a interpretação principal do mantra da cidade criativa reconhece o papel de uma “classe criativa” no desenvolvimento econômico local e a sua necessidade de um ambiente urbano não convencional. O seu objetivo é transformar a cidade num ambiente urbano atrativo para aqueles que contribuem para o desenvolvimento econômico local.

Dentre dessa conjuntura, destaca-se o modelo de desenvolvimento das dimensões que envolvem a Economia Criativa para ser aplicado em destinos turísticos denominado de e- CriaTur. Este modelo é fruto de diferentes pesquisas acerca da economia criativa e do turismo com base em artigos e estudos de caso em destinos turísticos (Tomelin e Rodrigues, 2018).

Figura 01

Dimensões associadas ao desenvolvimento da economia criativa no turismo



Fonte: Modelo E-Criatur. Tomelin e Rodrigues (2018)

Trata-se de um modelo que considera seis dimensões associadas ao desenvolvimento da economia criativa no turismo sendo elas: Políticas e Mapas; Empresários Criativos e Redes; Governança e Políticas Públicas; Liderança e Relações Culturais; Competências e Infraestrutura e Plataformas de Informação. O modelo e-Cria-Tur possui um caráter estratégico, pois possibilita que os tomadores de decisão façam uma análise do atual estágio da Economia Criativa e com isso elaborem estratégias para trabalhar as dimensões de forma simultânea ou isolada nos destinos turísticos (Tomelin e Rodrigues, 2018).

Observa-se na referida figura, o destaque na cor verde das dimensões que serão empregadas como parâmetro para a análise do objeto de estudo, ou seja: Liderança e Relações Culturais; Competências e Infraestrutura e Plataformas de Informação.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização deste artigo adotou-se a abordagem qualitativa de caráter exploratório, a partir de um estudo de análise de um único destino, Pomerode.

No que diz respeito à pesquisa qualitativa de acordo com Gephart (2004), a pesquisa qualitativa fornece uma narrativa da visão da realidade dos indivíduos, sendo altamente descritiva. Ela ainda dá ênfase aos detalhes situacionais, permitindo uma boa descrição dos processos (GEPHART, 2004).

Segundo Fraser e Gondim (2004, p. 8):

“na abordagem qualitativa, o que se pretende, além de conhecer as opiniões das pessoas sobre determinado tema, é entender as motivações, os significados e os valores que sustentam as opiniões e as visões de mundo. Em outras palavras é dar voz ao outro e compreender de que perspectiva ele fala”.

Como técnica de coleta de dados, adotou-se a revisão da literatura e a realização de duas entrevistas semiestruturadas com o Diretor de Polí-

Um Estudo sobre a Cidade de Pomerode sob a Ótica da Economia Criativa

ticas de Cultura de Pomerode, o Senhor A.C.S e o Coordenador do Núcleo de Economia Criativa da AVIP (Associação Visite Pomerode), o Senhor M.N.

As entrevistas semiestruturadas foram realizadas no mês de junho em formato on-line tendo como suporte um roteiro semiestruturado elaborado a partir do suporte teórico que norteia o objeto de estudo deste artigo.

No quadro 01, a seguir, observa-se o roteiro das entrevistas semiestruturadas, organizadas em três seções: Dimensão: Empresários criativos e redes, Dimensão: Liderança e relações culturais e Dimensão: Plataformas de informação.

Quadro 01

Dimensões de análise e roteiro para entrevista semiestruturada

Dimensão: Empresários criativos e redes

1. Na sua visão, qual a importância dos empresários denominados criativos para a cidade de Pomerode? E quais ações têm sido implementadas nesta área da Economia Criativa?

2. Você acompanha a implementação do Plano Municipal de Turismo de Pomerode? Quais são as ações que tem percebido para impulsionar o desenvolvimento da Economia Criativa?

3. Você saberia dizer se há um mapeamento das atividades relacionadas a Economia Criativa em Pomerode? E estas atividades possuem relação com o Turismo da cidade?

4. De que forma a cidade de Pomerode promove e valoriza ações para impulsionar a Economia Criativa?

Dimensão: Liderança e relações culturais

5. Quais são as estratégias de divulgação que promovem a imagem de Pomerode como um destino turístico? E como um destino turístico criativo?

6. Quais são as estratégias de cooperação que envolvem as lideranças e aproximam as relações culturais entre os diferentes envolvidos em Pomerode? Quem são estes envolvidos?

Dimensão: Plataformas de informação:

7. De que forma as tecnologias de informação contribuem para a inserção da cidade na Economia Criativa do Turismo?

8. Quais são as bases de dados utilizadas para a análise e tomada de decisão no setor de turismo? E nos diferentes setores da Economia Criativa?

9. Que estratégias de comunicação são estabelecidas em prol da promoção da Economia Criativa no Turismo em Pomerode?

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2024.

Os resultados das entrevistas foram analisados sob a lente de três, das seis dimensões do modelo E-CRIATUR propostas por Rodrigues e Tomelin (2018). A seleção das dimensões mencionadas, deveu-se ao fato de serem consideradas mais pertinentes, para esta análise. As dimensões escolhidas para análise são: empresários criativos e redes, liderança e relações culturais e plataformas de informação, sendo cada uma dessas dimensões compostas por categorias de análise que serão contempladas no estudo.

Para a construção da fundamentação teórica, realizamos a revisão da literatura a partir dos artigos encontrados nas bases de dados, de livros, teses e dissertações que discorrem sobre as categorias de base, além de publicações oficiais sobre o destino estudado. Para análise dos dados, é adotado como método a análise do conteúdo, a qual conforme Bardin (1977) é um conjunto de técnicas de análise das comunicações e procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça. Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos

sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens) indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, L. 1977). O autor ainda complementa que:

A linguística estabelece o manual do jogo da língua; a: análise de conteúdo tenta compreender os jogadores ou o ambiente do jogo num momento determinado, com o contributo das partes observáveis. Contrariamente à linguística, que apenas se ocupa das formas e da sua distribuição, a análise de conteúdo toma em consideração as significações (conteúdo) eventualmente a sua forma e a distribuição destes conteúdos e formas (índices formais e análise de co-ocorrência) (Bardin, L. 1977).

Com isso, a intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não).

■ RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esse tópico será reservado para elencarmos os principais resultados e discussões sobre o objeto de estudo, a partir do aporte teórico utilizado para fundamentar essa pesquisa.

A Cidade de Pomerode: Aspectos Gerais

Pomerode é uma cidade localizada em Santa Catarina, com um desenvolvimento turístico relevante, destacando-se a cultura herdada dos imigrantes alemães, os parques temáticos, gastronomia, festivais e uma riqueza natural que tornam a cidade um destino diferenciado. Por estar localizado em um vale, tem a configuração do espaço desenhada por morros bem delineados e pequenos rios cortando a vegetação. Somado a isto, a região é colorida pela existência de inúmeras pequenas propriedades rurais, herança da política de colonização incentivada no local, na qual figuram as tradicionais casas em estilo Enxaimel, uma antiga técnica construtiva (Gemente, 2017).

A cidade de Pomerode, conta com constantes investimentos de iniciativa privada e pública, para tornar a cidade um destino turístico de referência. Recentemente, tem acumulado diversas premiações nacionais e internacionais voltadas ao turismo. No ano de 2023, recebeu um renomado prêmio de melhor destino do Brasil, do site Melhores Destinos, através de voto popular (Melhores Destinos, 2023). O evento de Páscoa, nominado como Osterfest, acumula diversas aparições no livro *Guinness Book*, sendo a primeira em 2017, com uma árvore de Páscoa com mais de 100.000 casquinhas, e em 2019, com o maior ovo de Páscoa decorado do mundo, com 15 metros de altura (Turismo Pomerode, 2024).

Quadro 02:

Potencialidades turísticas de Pomerode

Atrativos Culturais	Parques	Eventos
<ul style="list-style-type: none"> ■ Casa do Imigrante Carl Weege ■ Museu do Marceneiro ■ Museu Pomerano ■ Museu Casa do Escultor ■ Memorial Arthur Schmidt ■ Parque Cultural e Exposição Permanente Mundo Antigo ■ Museu do Automóvel ■ Museu Interativo Brasil-Alemanha 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zoo Pomerode Biopark ■ Vila Encantada ■ Tour Nugali chocolates ■ Allez Park ■ Spitz Pomer 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Festa Pomerana ■ Osterfest - Festa de Páscoa de Pomerode ■ Encontro de Carros Antigos de Pomerode ■ Festival Gastronômico de Pomerode ■ Weihnachtsfest - Festa de Natal em Pomerode

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

No quadro 02 observa-se os principais atrativos turísticos em Pomerode, posicionando a cidade como um importante destino turístico. Dentre os principais atrativos culturais, a cidade conta com diversos museus. Se destacam também parques e atrativos como o Zoológico Pomerode, Vila encantada, Tour Nugali e Alles Park, sendo estes privativos que oferecem experiências a todas as idades. Além disso, o município tem um calendário consolidado de eventos como a Festa Pomerana que acontece anualmente no mês de janeiro, Osterfest, a festa de Páscoa e a festa de Natal, que acontece anualmente nos meses de novembro e dezembro (Turismo Pomerode, 2024).

Entre os museus apresentados, percebe-se o forte incentivo em manter a cultura e a história da cidade viva. Aqui, destacamos o Parque Cultural e Exposição Permanente Mundo Antigo, o qual resgata a saga dos colonizadores alemães através de várias réplicas em funcionamento dos utensílios e equipamentos que faziam parte do dia a dia da vida dos imigrantes. Este, hoje funciona também como restaurante e pousada, onde os chalés são em estilo enxaimel sendo um atrativo referência na cidade.

Já o museu do Automóvel, inaugurado em 2019, veio através de um grupo de investidores em destinos turísticos, com o intuito de aumentar a oferta de atrativos e entretenimento ao turista em Pomerode. Oferece uma imersão em 30 carros dos anos 40, 50 e 60, sendo uma oportunidade única para muitos estarem perto de tais relíquias. Uma inovação criativa trazida pelo grupo investidor, é a um Tour Virtual pelo interior dos carros clássicos usando tecnologia de ponta. Uma forma de entreter e gerar mais experiência ao turista, basta escanear um QR Code na placa de cada veículo para acessar imagens em 360° graus e informações detalhadas em português, inglês, alemão ou espanhol (Museu Pomerode, 2024).

Quanto aos parques, o zoológico é o mais antigo e tradicional na cidade. Fundado em 1932, passou por várias transformações e hoje é o maior zoológico de Santa Catarina, contando com 900 animais de mais de 220 espécies. Desde 1977, o zoológico atua como fundação e todo os valores arrecadados são para a manutenção do local e bem-estar dos animais (Zoo Pomerode, 2024).

Os demais parques citados, são todos de iniciativa privada, e trazem junto uma ideia criativa para fortalecer e ampliar o destino Pomerode. O Villa Encantada, é um parque de experiência, com muitas brincadeiras e interações dentro de um cenário lúdico de dinossauros e natureza. Já o Tour Nugali, é uma imersão no mundo do cacau e chocolate, apresentando

todos os passos da produção de chocolate, com uma divertida e criativa degustação ao final do tour.

O Allez Park e o Spitz Pomer, são os mais recentes parques a chegar na cidade, mas com muita inovação e criatividade para completar um roteiro intenso de opções para as famílias e visitantes. O primeiro, é um parque de diversões com diversas atrações, mas com destaque a Vila da Neve, para aqueles que querem ter uma experiência de brincar na neve, seja qual estação do ano for. Outro destaque, é o único carrossel artesanal do Brasil feito todo em madeira entalhados a mão. E o Spitz Pomer, é um parque temático de aventuras, com mais de 10 atividades diferentes em meio a natureza, foi inaugurado em junho de 2024. Trazendo uma tirolesa de formato inédito, e atividades com animais, remetendo a uma fazenda.

Quanto à parte cultural e artesanal, uma das ações de fortalecimento, foi o desenvolvimento da marca “Feito em Pomerode”. Uma logo que traduz a identidade do povo pomerodense e trouxe como base a arquitetura enxaimel. Tem a finalidade de diferenciar e valorizar os produtos produzidos na cidade de Pomerode, reforçando a identidade e a personalidade de Pomerode, sendo utilizada principalmente pelos produtores artesanais criativos.

Nesse contexto, podemos salientar que Pomerode possui um importante arcabouço de recursos que aliados à atividade turística podem colaborar para o desenvolvimento da economia criativa. Reflexão que converge com a opinião de Tomelin e Rodrigues (2018), ao relatarem que:

[...] outro fator que impulsiona o desenvolvimento da economia criativa é o turismo cujo aumento continua acontecendo em todo o mundo, estimulando o crescimento das indústrias que vendem bens criativos e serviços culturais em seu mercado do turismo. Um setor de turismo nacional vibrante pode servir para diversificar a economia e gerar benefícios sociais e ambientais.

Diante de consideráveis atrativos, e constante crescimento como destino turístico e novos investimentos da iniciativa privada, a cidade apresenta um potencial relevante para se enquadrar enquanto cidade criativa.

Pomerode: Potencialidades para uma Cidade Criativa

A criatividade tornou-se uma estratégia na criação de lugares, com as cidades e regiões a procurarem aumentar a sua atratividade para a classe criativa, apoiar as indústrias criativas ou tornarem-se cidades criativas (Richards, 2020).

Nesse contexto, o objetivo desse tópico é realizarmos algumas considerações acerca dos resultados obtidos na pesquisa sob a lente do referencial teórico utilizado como suporte para este objeto de estudo.

Ao considerar-se a dimensão Empresários Criativos e Redes, identificam-se algumas categorias a serem destacadas. Como por exemplo, no que concerne à realização de mapeamento das atividades e redes criativas em Pomerode, observa-se na fala de ambos entrevistados uma concordância em relação ao artesanato enquanto atividade que mais se destaca dentre as áreas reconhecidas na região. Menciona-se ainda, a evolução da economia criativa, assim como sua importância para a valorização da cultura local, como podemos observar nos trechos a seguir:

Figura 2:

Feito em Pomerode



Fonte: Visite Pomerode, 2024

“Já existe um mapeamento [...] Não existe hoje um sistema de normatização, seja um banco de dados com as informações. A economia criativa hoje nós já temos um núcleo formados e esses núcleos formados já estão trabalhando tanto na área cultural como área turística da cidade. Então, desde artesanato, jovens empreendedores e assim por diante. Então, realmente a economia criativa nos últimos cinco, dez anos veio para complementar e engrandecer ainda mais a questão cultural pomerana”. (A.C.S)

“É muito rico, né? Muito detalhista. Essa questão ali do artesanato, mas eles precisavam se profissionalizar ainda mais, então a gente pensou inicialmente em montar um núcleo, né? De economia criativa aqui na cidade. E aí a gente acabou mapeando alguns artesãos aqui da cidade envolvidos ali. É o artesanato. Em Pomerode ele acontece”. (M.N.)

Sobre a valorização das competências estabelecidas no setor da economia criativa, o Coordenador do Núcleo de Economia Criativa da AVIP (Associação Visite Pomerode), o Senhor (M.N) relata todo o processo de diagnóstico e planejamento de ações para a melhoria da comercialização do artesanato na localidade:

“Daí acontecia Somente quando tinha eventos, então, por exemplo, durante o ano inteiro, eles não tinham o que fazer, né? onde comercializar os produtos deles e a gente realizou ali uma análise swot na época, então a gente verificou que, tipo assim? A principal gap deles era nesse sentido, da gente ter um local adequado para vender os produtos dele durante o ano inteiro. E a gente hoje em dia tem um espaço, colaborativo, que atende de segunda a segunda aqui na cidade de Pomerode”. (M.N.)

Na fala a seguir verifica-se, mais uma vez, o destaque para o artesanato enquanto atividade criativa, ao passo que também se menciona outras áreas relevantes que ajudam a compor todo arcabouço dentro do contexto de uma cidade criativa:

“Mas nesse quesito, os eventos da cidade, eles envolvem muito para essa questão cultural. E aí, falando da parte cultural, é onde a gente tem a economia criativa. Então nós temos vários segmentos, desde o artesanato, desde a própria questão da produção cervejeiro artesanal, da própria questão da gastronomia. Então são todos produtos que eles acabam revertendo numa economia criativa, porque as pessoas às vezes, e aí o polo turístico modo de falar é hoje nós temos empreendimentos que são residências particulares que abriram para empreendimentos turísticos, destacando a cultura preservada ali dentro pela família”. (A.C.S)

Importante ressaltar nesse cenário, a concepção de Segovia e Hervé (2022) que afirmam que a capacidade transformadora da ação cultural, a forma como a criatividade incita à experimentação ou o potencial disruptivo das artes são algumas das questões valiosas que a Sobre os efeitos

positivos da realização dos eventos na cidade, apontou-se o crescimento e a importância do planejamento das ações e sinergia entre o poder público e comunidade:

Então, por isso que a gente não é uma cidade montada fake, ela é uma cidade com uma originalidade e por isso que esses traços do pessoal quando precisa falar ou defender... E isso se torna visível nos próprios eventos, como a Pomerana, que cada ano é crescente (...) a própria Osterfest, festival gastronômico (...) então, por isso que a gente tem essa comunicação, vamos dizer, entre a sociedade, entre o poder público e aí sim, as ações que são projetadas. (A.C.S)

Relatou-se também sobre o processo de transformação da economia criativa dentro do destino turístico Pomerode, bem como o seu impacto econômico na comunidade. Mencionou-se além disso, a resistência inicial e insegurança por parte da população em aderir à ação, porém, posteriormente, verificou-se o reconhecimento e aceitação, como se percebe no trecho a seguir:

“Quando a gente recebeu o prêmio ali da Rota do Enxaimel quando foi implementado, em 2002, a ideia poucos abraçavam, né? Porque era uma coisa nova. Daqui a pouco, de uma maneira muito singular. Não, não era bem objetivo, porque se vendia a rota e as pessoas que vinham conhecer a rota entravam nas propriedades privadas achando que era turístico [...] E hoje tem gente, já que prefere. Já a renda. Falando em economia criativa, a renda em receber pessoas visitando as suas residências particulares. Às vezes a renda já é maior do que trabalhar numa empresa privada. Então, essa é uma diferenciação. E aí, com essa situação, se torna a aquele certo de pertencer, de preservar a cultura, de preservar a essência. (A.C.S)

Posicionamento que converge com a opinião de Silva e Muzzio (2023), quando relatam que a essência da cidade criativa transcende uma “classe criativa”, sendo crucial a reestruturação do tecido socioeconômico, ou seja, um espaço como processo e produto das relações sociais que valoriza os saberes vinculados à cultura e à criatividade local. Por essa razão, é essencial uma perspectiva reflexiva sobre o fenômeno, assim como a economia criativa.

Em relação à dimensão Liderança e Relações culturais, têm-se alguns aspectos a serem pontuados, como por exemplo a categoria visibilidade e imagem. Um dos mecanismos de divulgação pontuados foram as mídias sociais e os eventos como viabilizadores do “Produto Pomerode”.

“Hoje o maior caminho dele é mídia social, né? Mas automaticamente, junto a mídia social, os próprios eventos, a gente tem aí os próprios eventos que são propulsores disso também. Então, de um modo geral, a gente. (...) Nos eventos se coloca, o produto se expõe e aí eu digo que é a facilidade de vender os produtos Pomerode. Mas também na questão seja cultural, turística, a própria representação cultural em estados e cidades dos estados vizinhos (...)” (A.C.S)

Evidenciou-se que Pomerode apresenta, em termos de divulgação, um alcance internacional em virtude das raízes culturais que preservam principalmente com a Alemanha e Itália, como observa-se no fragmento da entrevista a seguir:

Então, por isso que as próprias mídias internacionais e jornalísticas elas acabam tendo esse contato, esse conhecimento e acabam vindo fazer matérias aqui na cidade. Então nós temos. Nós recebemos vários jornalistas europeus, inclusive por essa ligação muito fácil entre a cultura alemã de Pomerode com a cultura da Europa do modo geral, como também a parte italiana. E aí isso desperta muito interesse, porque muitos países já se perderam a questões culturais e aqui ainda preservados. (A.C.S)

Outro aspecto relevante identificado no teor da entrevista com o Diretor de Políticas de Cultura (A.C.S) foi a prioridade atribuída à educação, o que já inclusive conferiu à Pomerode uma premiação de melhor educação do Brasil. O que torna esse destino diferenciado, colocando-o em destaque, visto que a educação de qualidade é um indicador de fundamental importância para o desenvolvimento de uma localidade. O fragmento em seguida descreve essa concepção:

“Isso é uma cidade criativa. Uma cidade que seja boa para a população. Primeiramente porque eles são o nosso cartão de visita, né? Então, por isso que hoje nosso índice de educação é muito bom. A questão do índice da saúde muito bom e automaticamente para ser a cidade criativa ela precisa ter esse berço, saúde, educação e muito bem-quisto. Então essa é uma preocupação que automaticamente hoje ainda a cidade.”.

Ideia que se correlaciona com o posicionamento de Silva e Muzzio (2023), ao enfatizarem que a cidade criativa além de se alinhar com políticas voltadas ao incremento de equipamentos culturais para aumentar sua atratividade, pode também utilizar a cultura e a criatividade nas áreas da educação, sustentabilidade, igualdade e saúde.

No que concerne às estratégias de divulgação da cidade de Pomerode nota-se uma parceria no planejamento integrado entre atores públicos e privados, promovendo ações voltadas para o desenvolvimento local. O relato a seguir, descreve esse trabalho colaborativo de divulgação:

“Nós temos uma associação, temos associações e associados que estão junto nesse conjunto. Nós temos a Associação Comercial e Industrial de Pomerode, onde nós temos empresas e tem esse trabalho de núcleos também da economia criativa, mas também junto às associações privadas, que é a parceria público privado que a gente leva para feiras, congressos e assim por diante. Inclusive nessa divulgação. (...) Nós temos recebido ali a própria Rota, que é um roteiro, que é um bairro aqui da cidade, sendo premiada como a melhor vila turística rural do mundo, premiado pela ONU. Então, esses trabalhos e essas premiações acabam também divulgando bastante as nossas ações aqui”. (A.C.S)

Acerca das estratégias do Núcleo de Economia Criativa da AVIP, (Associação Visite Pomerode), o Coordenador (M.N) explica as ferramentas e o percurso dos métodos de divulgação:

[...] A gente começou com assessoria de imprensa (...) a gente verificou que precisaria ser feito mesmo e eu, depois desse trabalho a gente encerrou, o contrato e aí partimos para as mídias digitais, No Facebook. Aí depois entrou Instagram e a gente trabalha também. Uma coisa que talvez é um pouquinho diferente em outras associações, o próprio tag, quando ele é colado no produto, ele já vem com a identificação do artesão, contato dele. [...] a gente pretende futuramente passar pro online as nossas vendas também." (M.N.)

A própria localização geográfica de Pomerode é outra estratégia de marketing utilizada para promover a imagem da cidade. A região é intitulada como Vale Europeu, onde a cultura alemã é predominante, porém é também formada por descendentes italianos, como podemos verificar no relato a seguir:

[...] Aqui é chamado Vale Europeu. Então, Pomerode Sim, predomina maciçamente a questão da colonização alemã. Se a gente aqui para a cidade vizinha, que é Rio dos Cedros, em questão de 15, 20 minutos, você está nessa cidade. Ela já é 100% italiana. Cidade de Timbó que fica ao lado, é italiano em alemão. Então essa ramificação. Nós temos um bairro aqui que é vizinho da cidade de Rio dos Cedros, então a colonização italiana, né? Mas ainda a predominância maior, sim, é germânica". (A.C.S)

Outro ponto ressaltado na entrevista é uma das principais características da cidade que é o estilo enxaimel, trazido pelos imigrantes alemães, e que se enraizou na cultura local. O extrato a seguir introduz esse discurso:

"Então a gente tem uma marca que é o coração, no estilo enxaimel, que é uma característica da cidade. Então, essa marca implementada junto ao produto feito em Pomerode, é que também prevê isso no próprio plano de turismo. Acaba então tendo essa transparência para quem compra como uma marca de qualidade produzida em Pomerode". (A.C.S)

Já no que diz respeito às estratégias de cooperação entre os atores, percebe-se um interesse por parte de ambos entrevistados na busca pela parceria do SEBRAE, em prol da construção de um trabalho coletivo para o planejamento turístico para a cidade da forma mais assertiva e fidedigna possível:

"De uma maneira geral, o plano vai passar agora por uma revisão. A gente já teve o apoio do Sebrae para implementação dele e esse impulsionamento é uma. Uma coisa é uma maneira de padronizar um pouco essa questão, ter as características essenciais de Pomerode, né? Nesse plano, então, a correção visual, visual, de propaganda

própria, questão de produção, a própria marca do coração como marca em referência de produtos de Pomerode. (A.C.S)"

"A gente também, por exemplo, o ano passado, a gente desenvolveu uma coleção junto com o Sebrae. Então, assim, qual era o objetivo? Objetivo, claro, era ver uma coleção nova, bonita, diferente, cada coisa combinasse o artesanato diferente. Um do outro, mas o nosso intuito maior era trabalhar coletividade. Tentar trabalhar essa integração entre o pessoal, então às vezes você tem que procurar algumas ferramentas fora de poder trabalhar.". (M.N.)

No âmbito das Plataformas de Informação, nota-se que as tecnologias de informação existentes são discretas para suportar a implantação do destino na Economia Criativa no Turismo, no entanto, constata-se o interesse em aderir ao referido mecanismo, como podemos observar na declaração a seguir do Diretor de Políticas de Cultura de Pomerode:

"E hoje é o que eu também mencionei antes, hoje nós não temos um sistema ou uma base de dados efetivos. Então, assim, essa é uma atualização que a gente quer. O próprio índice cultural, o índice turístico da cidade. Então, hoje nós não temos uma base de dados digital, banco de dados com esse acervo. Então a gente tem hoje uma catalogação que é uma planilha e tá. Mas não tem uma informação digital para a gente conseguir rapidamente trazer dados, gráficos e assim por diante. Então, por isso que é uma das atualizações sim, que a gente está prevendo agora na reformulação do nosso negócio. (...) (A.C.S)

Ao ser questionado sobre o uso de tecnologias, o Coordenador do Núcleo de Economia Criativa da AVIP (M.N) descreve a importância da mudança do método operacional simples para um sistema informatizado de controle de caixa, a fim de atender uma demanda crescente e que exigia mais eficiência e eficácia na comercialização dos produtos.

É notória a valorização e importância do patrimônio cultural como uma das principais bases para o desenvolvimento da atividade turística em Pomerode, como reconhece-se a partir das considerações de ambos entrevistados:

Então, por exemplo, esse ponto de novo na rota do mel, que para nós é um orgulho, digamos assim. Mas nós temos o bairro todo tombado pelo IPHAN. Então, hoje eu tenho um tombamento que não é só daquela daquele prédio, daquela residência, mas nós temos um bairro todo tombado para preservar aquela característica. E isso nos dá uma salvaguarda muito importante para essa preservação. (A.C.S)

Então assim é, a gente respira muito essa questão ali de turismo, porque apesar de ser uma cidade industrial, a gente está caminhando nesse setor do desenvolvimento do turismo na cidade. Então, ali a premiação da rota enxaimel. Essa diversidade, essa cultura que Pomerode sempre acaba trazendo, né? A valorização do antigo resgate das tradições e culturas, então, acaba fazendo assim um pouquinho, uma cidade bem diferenciada das demais.". (M.N.)

Verifica-se então, nesse contexto, que o turismo se tornou uma ferramenta importante na implementação de estratégias criativas, assim como o desenvolvimento criativo se articula com o turismo cultural como forma de animar e agregar valor aos locais patrimoniais (Richards, 2020).

Nota-se também uma preocupação acerca do relacionamento entre o poder público e privado no que tange à unificação de forças em prol do desenvolvimento da atividade turística em Pomerode:

“Para o desenvolvimento do turismo na cidade. Então assim é tudo começou com o poder público, com sentido de organização das festas em sentido de organização ali dos eventos, mas houve, com o passar do tempo, uma importância do setor privado também das empresas que são ligadas ao turismo tentarem se entenderem. É como um núcleo” (M.N.).

“Nós temos dois marcos disso. Nós temos o plano, o próprio plano de turismo, o próprio plano de cultura, mas também o próprio Plano Diretor do município e o Plano Diretor. Graças a Deus e graças a Deus. Mas ele também tem uma conjunção ali. Então se trabalha o turismo, a cultura, mas junto também ao Plano Diretor do município. O Plano Diretor envolve várias, várias circunstâncias, como a própria questão da acessibilidade, mobilidade e assim por diante. Então ele hoje tem uma comunicação (A.C.S.).

Esse discurso vai ao encontro da ideia de Silva e Muzzio (2023) quando defendem que uma cidade tolerante, voltada para a cultura, e capaz de fomentar cidadãos criativos é, com certeza, uma cidade com maior potencial para desenvolvimento econômico. Isso exige uma visão mais relacional da criatividade, em que dimensões diferentes também permitem que a gestão pública planeje e gerencie melhor esse fenômeno, observando os distintos atores como parte de redes mais amplas.

Mesmo diante de um panorama propício para designar-se como cidade criativa, por outro lado, identifica-se também as dificuldades pelas quais as classes criativas passam. Quando se trata, por exemplo, do processo de formalização dos negócios, preocupação pontuada na fala do Coordenador do Núcleo de Economia criativa:

“Então, assim eu tive muita dificuldade sempre de conseguir. Administrativamente falando, né? Essa questão contábil, porque é algo muito novo. A economia criativa, ela acaba trabalhando muito na informalidade e a gente não consegue trazer para a legalidade. Então, assim a gente foi atrás e muito nesse sentido de tipo, poxa? Como é que a gente vai legalizar?

A integração de tecnologias digitais é uma característica para o desenvolvimento de cidades criativas e inteligentes. No entanto, essa dependência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) traz consigo o desafio da desinformação, que pode comprometer a eficácia dessas cidades. Ronchi, Todaro e Serra (2024) destacam que, embora as TIC promovam a conectividade e o acesso à informação, elas também facilitam a propagação de desinformação, afetando negativamente a confiança nas instituições e a

qualidade das decisões tomadas pelos cidadãos. No contexto de Pomerode, que busca se consolidar como uma cidade criativa, é considera-se necessário refletir sobre mecanismos que mitiguem os efeitos da desinformação, garantindo que as plataformas de comunicação digital sejam eficientes, seguras e confiáveis. A promoção de uma alfabetização digital crítica e a implementação de medidas que assegurem a transparência e a veracidade das informações são passos fundamentais para fortalecer a governança local e a participação cidadã em Pomerode.

A experiência de cidades universitárias sustentáveis oferece pode ser valiosa para Pomerode ao considerar modelos de gestão que integrem a inovação socioambiental. Como apontam Neiva, Costa e Leal Filho (2024), cidades universitárias sustentáveis funcionam como “laboratórios vivos”, onde a inovação é testada e implementada em larga escala, promovendo práticas que vão além do ambiente universitário para influenciar toda a comunidade ao redor. Em Pomerode, a adoção de estratégias semelhantes pode promover o desenvolvimento sustentável, transformando a cidade em um modelo de inovação socioambiental que valoriza tanto o crescimento econômico quanto a preservação ambiental, aspectos valorizados no setor do turismo.

Os resultados deste estudo revelam que Pomerode possui potencial para se consolidar como uma cidade criativa, refletindo os princípios teóricos da economia criativa e das cidades criativas, conforme discutidos por autores como Silva e Muzzio (2023) e Richards (2020). A importância da preservação cultural, destacada na teoria como um pilar da economia criativa, é evidenciada na prática pelo reconhecimento do artesanato local e pela criação da marca “Feito em Pomerode”, que valoriza e diferencia os produtos da cidade. Este alinhamento entre a teoria e a prática sugere que iniciativas de apoio ao empreendedorismo criativo, particularmente no setor artesanal, podem fortalecer a identidade cultural da cidade e impulsionar a economia local.

Os resultados também revelam que, embora as tecnologias de informação e comunicação em Pomerode ainda sejam discretas, há um interesse na sua adoção para melhorar a governança e a promoção do turismo criativo. Este achado se conecta com as teorias de Ronchi, Todaro e Serra (2024) sobre a importância de uma alfabetização digital crítica para mitigar os desafios da desinformação e garantir a eficácia das plataformas de informação em cidades criativas. Portanto, as políticas públicas podem priorizar o desenvolvimento de sistemas de informação e a capacitação dos líderes locais, de modo a alinhar as práticas de gestão com os princípios da inovação socioambiental, como sugerido por Neiva, Costa e Leal Filho (2024). Ao fortalecer a colaboração entre o setor público e privado, especialmente em eventos culturais e na implementação de políticas de preservação, Pomerode pode seguir os exemplos de sucesso observados em cidades universitárias sustentáveis, transformando-se em um modelo de cidade criativa que valoriza tanto o crescimento econômico quanto a sustentabilidade e a inclusão social.

Em linhas gerais, analisou-se de que forma Pomerode vem gerindo o processo de criatividade a partir da visão de dois atores locais importantes que fazem parte desse processo de transformação do local enquanto cidade criativa. Destaca-se ainda que se trata de uma estudo preliminar e que é pertinente a continuação de investigações acerca do tema, a partir de novas perspectivas que venham a aperfeiçoar o estudo.

■ CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste estudo foi analisar a cidade de Pomerode sob a ótica da economia criativa, especificamente a partir de três dimensões do modelo E-Criatur, sendo elas: empresários criativos e redes, liderança e relações culturais e plataformas de informação. Os resultados mostram um grande encaminhando no que concerne à realização de mapeamento das atividades e redes criativas em Pomerode, observando-se o artesanato enquanto atividade que mais se destaca dentre as áreas reconhecidas na região. Menciona-se ainda, a evolução da economia criativa, assim como sua importância para a valorização da cultura local.

Sobre a valorização das competências estabelecidas no setor da economia criativa, observa-se o processo de diagnóstico e planejamento de ações para a melhoria da comercialização do artesanato na localidade.

Um dos mecanismos de divulgação pontuados foram as mídias sociais e os eventos como viabilizadores do “Produto Pomerode”. No que concerne às estratégias de divulgação da cidade de Pomerode observou-se um movimento positivo no que diz respeito ao planejamento integrado entre atores públicos e privados, para ações voltadas para o desenvolvimento local.

No âmbito das Plataformas de Informação, nota-se que as tecnologias de informação existentes são discretas para suportar a implantação do destino na Economia Criativa no Turismo, no entanto, constata-se o interesse em aderir ao referido mecanismo.

É notória a valorização e importância do patrimônio cultural como uma das principais bases para o desenvolvimento da atividade turística em Pomerode. Mesmo diante de um panorama propício para designar-se como cidade criativa, por outro lado, identifica-se também as dificuldades pelas quais as classes criativas passam.

Em linhas gerais, analisou-se de que forma Pomerode vem gerindo o processo de criatividade a partir da visão de dois atores locais importantes que fazem parte desse processo de transformação do local enquanto cidade criativa.

Considerando os resultados, percebe-se que a cidade de Pomerode traz informações que indicam que há uma forte inclinação para o desenvolvimento da economia criativa, apresentando atividades importantes dentro do universo da indústria criativa como manifestações culturais, festivais gastronômicos que podem impulsionar a economia criativa na localidade.

Como limitações, faz-se necessário ressaltar que foram utilizados somente três das seis dimensões do modelo E-Criatur, sendo pertinente a continuação da investigação das dimensões a fim de se obter visão mais assertiva acerca do objeto.

Como implicações teóricas este estudo é relevante, visto que proporciona uma análise da cidade de Pomerode sob a lente da economia criativa. Colaborando assim, para a identificação de gaps para pesquisas futuras ou embasamento teórico para outras pesquisas.

Como implicações práticas, diversas ações preliminares foram reconhecidas que podem ser replicadas e/ou aperfeiçoadas em cidades com características similares e com potencial para o desenvolvimento da economia criativa.

Os insights deste estudo de caso podem ser utilizados como proposições de investigações futuras. É pertinente a continuidade das pesquisas

abrangendo as demais dimensões do modelo E-criatur. Outra lacuna para pesquisa é uma análise comparativa com cidades que são consolidadas enquanto cidades criativas.

■ AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, à CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, e à UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí, através do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, pelo apoio e amparo fornecidos ao longo deste trabalho.



REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Brasil. Ministério da Cultura. (2012). *Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações*. Ministério da Cultura. www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071
- Fraser, M. T. D., & Gondim, S. M. G. (2004). Da fala do outro ao texto negociado: Discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. *Revista Paidéia*, 14(28). <https://doi.org/10.1590/S0103-863X2004000200004>
- Gemente, B. de O. R. (2017). *Entre imagens e emblemas: Turismo, patrimônio e paisagem cultural em Pomerode*. Campinas. <https://doi.org/10.47749/T/UNICAMP.2017.989736>
- Gephart, R. P. (2004). *Qualitative research and the Academy of Management Journal*. *Academy of Management Journal*, 47(4), 454–462. <https://doi.org/10.2307/20159632>
- Hartley, J. (2005). *Creative industries*. Blackwell Publishing.
- Lyra, et al. (2013). Análise do potencial turístico de um município e a sustentabilidade ambiental: O projeto Pomerode 2020. *Cadernos da Escola de Negócios*, 1(11).
- MELHORES DESTINOS. (n.d.). *Prêmio Melhores Destinos 2023-2024*. www.melhoresdestinos.com.br/premio-melhores-destinos-2023-2024-2.html
- Museu Pomerode. (n.d.). *Museu do automóvel*. <https://www.museupomerode.com.br/nossos-classicos/>
- Neiva, S. da S., Costa, A. M., & Leal Filho, W. (2024). Cidades universitárias sustentáveis: Modelos de gestão focados na inovação socioambiental. *Revista de Ciências da Administração*, 1(Especial), 1–14. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2023.e97639>
- Pratt, A. C., & Hutton, T. A. (2013). *Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis*. *Cities*, 33, 86–95. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.008>
- Pratt, A. C. (2010). Cidades criativas: Tensões dentro e entre o desenvolvimento social, cultural e econômico. Uma leitura crítica da experiência do Reino Unido. *Cidade, Cultura e Sociedade*, 1(1), 13–20. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2010.04.001>
- Reis, A. C. F., & Urani, A. (2011). Cidades criativas: Perspectivas brasileiras. In A. C. F. Reis & P. Kageyama (Orgs.), *Cidades criativas: Perspectivas* (1^a ed., pp. 30–37). Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions.

- Richards, G. (2020). *Designing creative places: The role of creative tourism*. *Annals of Tourism Research*, 85, Article 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Ronchi, C. C., Todaro, M. E. C., & Serra, A. R. C. (2024). Cidades inteligentes, pessoas inteligentes e desinformação. *Revista de Ciências da Administração*, 1(Especial), 1–13. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2023.e96300>
- SEBRAE. (2016). *O que é economia criativa*. <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-economia-criativa>. Acesso em 5 de julho de 2024.
- Segovia, C., & Hervé, J. (2022). The creative city approach: Origins, construction and prospects in a scenario of transition. *City, Territory and Architecture*, 9(29). <https://doi.org/10.1186/s40410-022-00178-x>
- Silva, A. P., & Muzzio, H. (2023). Uma cidade criativa para potencializar o desenvolvimento local sustentável. *Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 29(1). <https://doi.org/10.1590/1413-2311.378.122393>
- Tomelin, C. A., & Buchele, R. R. (2018). Ecria-tur: Um modelo de desenvolvimento da economia criativa para o turismo. Balneário Camboriú.
- Vivant, E. (2013). Criativos na cidade: contradições urbanas da cidade criativa. *City, Culture and Society*, 4(2), 57-63. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2013.02.003>
- Zoo Pomerode. (n.d.). *O Zoo*. <https://www.zoopomerode.com.br/o-zoo.php>



NOTAS

Licença de Uso

Os autores cedem à **Revista de Ciências da Administração** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a **Licença Creative Commons Attribution (CC BY) 4.0 International**. Esta licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. Os autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

Editora

Universidade Federal de Santa Catarina. Departamento de Ciências da Administração. Publicação no **Portal de Periódicos UFSC**. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

Editores

- Rosalia Aldraci Barbosa Lavarda
- Leandro Dorneles dos Santos

Histórico

Recebido em:	26-09-2024
Aprovado em:	28-11-2025
Publicado em:	15-12-2025