

CAPÍTULO 12

ECONOMIA CRIATIVA: ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DE MUNICÍPIOS, POLOS E REGIÕES NA MESORREGIÃO OESTE DO PARANÁ

*Sérgio Kuhn
Nathassia Guedes*

Resumo

O seguinte trabalho tem como base o projeto de pesquisa desenvolvido pelos autores durante a vigência da bolsa PIBIC, na Faculdade Assis Gurgacz, de 2012 a 2013, intitulado A Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento de Municípios, Polos, Regiões, na Mesorregião Oeste do PR., realizado em dois questionários distintos. O primeiro, sobre a Economia Criativa nos municípios da Mesorregião Oeste do Paraná, e o segundo sobre as Necessidades de Treinamento das empresas de Cascavel e da Região. Tendo obtido o desenvolvimento de ambas as tabelas para tal projeto, propõe-se, para este artigo, a análise da primeira tabulação acerca da Economia Criativa nas regiões assistidas, intentando-se, para tal trabalho, a identificação das questões de relevância que impulsionam e destacam economias, municípios, polos e regiões, a sua criatividade e as trajetórias que se seguiram que fortaleceram as mesmas, a partir da explanação de cada tabela apresentada.

Palavras-chave: Economia criativa, regiões do Paraná, Criatividade

Introdução

Inicialmente, a economia é uma ciência social que trata da produção, circulação, distribuição, repartição e consumo de bens e serviços. A palavra Criativa ou Criatividade traz um conjunto de definições múltiplas, que remete intuitivamente à capacidade não só de criar o novo, mas de reinventar, diluir paradigmas tradicionais, unir pontos aparentemente desconexos e, com isso,

equacionar soluções para novos e velhos problemas. Em termos econômicos, a criatividade é um combustível renovável e cujo estoque aumenta com o uso. Uma economia é criativa também porque se move ao redor de ativos intangíveis / simbólicos. De forma mais específica, costuma-se entender que compreende um núcleo cultural (artes, artesanato, folclore e outros), indústrias culturais, as chamadas “indústrias criativas” (que bebem cultura para devolver funcionalidade, como moda, design, arquitetura, propaganda) e o impacto dessa criatividade no fortalecimento de setores tradicionais da economia (exemplo moda e cadeia do confecção / têxtil, arquitetura na de construção civil e design em várias). Para tal, segundo Vellozo (2008, p. 145), deve-se destacar os esforços ativos do governo para induzir – quase forçar – as firmas a exportar, e a capacidade empresarial, de inovação e aprendizado que as empresas tiveram de ter para competir efetivamente em mercados mundiais, mesmo com apoio governamental.

No Brasil, muitas cidades, municípios e regiões vêm se destacando como cidade convenção, modelo de referência, dentro de uma economia globalizada, que vem se copiando e se replicando, motivadas pela presença do capital, do Estado, entre outros, no solo urbano rural aglomerado, construído, amparado em projetos de *tecnopolos*, cidades globais, cidades região, territórios inteligentes, cidades criativas ou outras, em que o capital social refletido pela também pela própria cultura populacional e suas origens, gera criatividade e alavanca o crescimento e o desenvolvimento. Temos enorme criatividade em nossas cidades, mas as iniciativas não se integram em uma plataforma, em uma estratégia de transformação (ao menos não ainda). Algumas cidades têm olhado para essa questão mais detidamente, como é o caso do Rio de Janeiro, mas a vasta maioria das outras ainda está alheia a essas discussões.

Temos algumas cidades de porte médio (100-500 mil habitantes), como é o caso de Santa Maria (RS), que estão buscando trilhar esse caminho. Vinte cidades foram destacadas recentemente em revista, pela sua pujança, dentre elas, Londrina e Cascavel no Paraná, Sinop no Mato Grosso, Caxias no Sul no Rio Grande do Sul, entre outras. Já na Mesorregião Oeste possuímos municípios desenvolvidos, em transição e outros estagnadas, deprimidos e ou retardatários, os quais são objeto de estudo pela pesquisa.

Desenvolvimento

Para nosso artigo, analisamos inicialmente a tabulação acerca da Economia Criativa nos municípios com determinado número de habitantes e, para isso, separou-se em faixas de habitantes na mesorregião, em perguntas conforme dispostas abaixo, percebidas nas tabelas. O número de entrevistados totalizou 150 pessoas e as respostas estão respondidas e inseridas conforme número e porcentagem de respostas e também organizadas para melhor análise entre menores e maiores variáveis, tanto de habitantes, bem como, de frequências e desempenhos, entre outros. O primeiro quadro, não exposto aqui pelo espaço, mostra a quantidade de pessoas pesquisadas nos municípios da região Oeste do Paraná, separadas por gênero / sexo, que a dos homens foi bem superior ao das mulheres pesquisadas. Verifica-se quanto ao número de pesquisados, segundo a sua faixa de tempo de residência em anos, em um segundo quadro, o maior número de entrevistados reside no município entre 36 e 40 anos, sucedido pelo de 16 a 20 anos, enquanto o menor grupo reside a menos de 5 anos, entre outros. Em um terceiro quadro, observa-se que a

maioria, com 52%, tem o ensino médio, sucedido pelo ensino superior em 30%, enquanto que a minoria, com 5%, possui o primário.

A partir dessas informações, as tabelas referentes à Economia Criativa são mais compreensíveis e é possível verificar a presença constante e crescente desta nova fase da economia. Assim, as tabelas abaixo serão analisadas separadamente para que seja verificada a presença dessa fase mencionada. Assim, as tabelas referentes à Economia Criativa serão abordadas e foram escolhidas para análise desse artigo.

Tabela 1: Cargo atual ocupado pelo pesquisado no município

MUNICÍ- PIOS	MENORES QUE		ENTRE 5.001		ENTRE 10.001		ENTRE 20.001		TOTAL	
	5.000 HAB		A 10.000 HAB		A 20.000 HAB		A 50.000 HAB			
ESPECIFI- CAÇÃO	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.
Agricul- tor	2	13%	6	25%	8	12%	3	4%	19	14%
Pro- prieta- rio em- presá- rio	0	0%	2	8%	14	21%	3	4%	19	14%
Vere- ador	5	31%	3	13%	5	7%	4	6%	17	13%
Funci- onário Es- tado	0	0%	0	0%	6	9%	3	4%	9	7%
Enge- nheiro agrô- nomo	0	0%	1	4%	3	4%	2	3%	6	5%
Dire- tor	1	6%	0	0%	3	4%	0	0%	4	3%
Autô- nomo	0	0%	0	0%	4	6%	0	0%	4	3%
Presi- dente	0	0%	1	4%	1	1%	2	3%	4	3%
Estu- dante	0	0%	0	0%	2	3%	2	3%	4	3%

Comerciante	0	0%	0	0%	4	6%	0	0%	4	3%
Secretária	0	0%	1	4%	2	3%	1	1%	4	3%
Prefeito	0	0%	2	8%	2	3%	0	0%	4	3%
Funcionário público / servidor	2	13%	0	0%	0	0%	1	1%	3	2%
Professor	1	6%	0	0%	2	3%	0	0%	3	2%
Administrador de empresas	0	0%	0	0%	3	4%	0	0%	3	2%
Gerente comercial	0	0%	1	4%	2	3%	0	0%	3	2%
Dona de casa	1	6%	0	0%	2	3%	0	0%	3	2%
Advogado	1	6%	0	0%	1	1%	0	0%	2	2%
Contador	0	0%	2	8%	0	0%	0	0%	2	2%
Mecânico	0	0%	1	4%	1	1%	0	0%	2	2%
Farmacêutico	1	6%	1	4%	0	0%	0	0%	2	2%
Técnico agrícola	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%
Representante comercial	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%
Radialista	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%
Fisioterapeuta	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%
Assessora de promotor de justiça	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Motorista	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%
Auxiliar administrativo	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%
Inspetor de qualidade	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%
Extensio-nista	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	1%
Chefe de cozinha	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	1%

Carteiro	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	1%
Cartorário	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
TOTAL DE RESPOSTAS	16	100%	24	100%	67	100%	26	100%	133	100%
TOTAL DE PESQUISADOS	16	12%	24	18%	67	50%	26	20%	133	100%

Conforme o quadro, verifica-se, quanto aos cargos que os entrevistados ocupam, uma distribuição geral diferenciada entre profissões, ocupações e característica de liderança de gestão, em que a maioria, na ordem de 14% compreende-se de agricultores e proprietários ou empresários em geral, sucedido pelos cargos na área pública, engenheiros, depois gestores, entre outros.

Tabela 2: A economia criativa para o crescimento e o desenvolvimento do seu município vê a mesma como sendo um(a):

MUNICÍPIOS	MENORES QUE		ENTRE 5.001		ENTRE 10.001		ENTRE 20.001		TOTAL	
	5.000 HAB		A 10.000 HAB		A 20.000 HAB		A 50.000 HAB			
ESPECIFICAÇÃO	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.
Alternativa	4	25%	12	41%	21	28%	8	30%	45	30%
Estratégia	8	50%	6	21%	16	21%	13	48%	43	29%
Solução	3	19%	3	10%	20	26%	2	7%	28	19%
Opção	1	6%	5	17%	15	20%	4	15%	25	17%
Indiferente	0	0%	2	7%	4	5%	0	0%	6	4%

Mo- dismo	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	1%
Pana- ceia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL DE RES- POS- TAS	16	100%	29	100%	76	100%	27	100%	148	100%
TOTAL DE PES- QUISA- DOS	16	100%	29	100%	76	100%	27	100%	148	

De acordo com o quadro, quanto à representação da Economia Criativa para os municípios, os resultados mostram que a maioria, com 30% dos pesquisados, acredita nela como sendo uma “alternativa”, sucedido como “estratégia” e depois “solução”, enquanto que uma ínfima minoria, como sendo um modismo.

TABELA 3: a economia criativa como sendo uma saída para o desenvolvimento dos municípios, ocorre por geram impactos positivos, Mais no sentido:

MU- NICÍ- PIOS	MENORES QUE		ENTRE 5.001		ENTRE 10.001		ENTRE 20.001		TOTAL	
	5.000 HAB		A 10.000 HAB		A 20.000 HAB		A 50.000 HAB			
ES- PE- CIF.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.
Eco- nô- mico	10	63%	18	58%	47	62%	12	44%	87	58%
So- cial	3	19%	3	10%	25	33%	8	30%	39	26%
Cul- tural	2	13%	6	19%	23	30%	1	4%	32	21%
Sus- ten- tabi- lidade	1	6%	3	10%	10	13%	4	15%	18	12%

In- du- são so- cial	2	13%	0	0%	5	7%	3	11%	10	7%
Am- bien- tal	2	13%	2	6%	3	4%	2	7%	9	6%
Le- gal	0	0%	0	0%	3	4%	2	7%	5	3%
Tri- bu- tos	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	1	1%
TO- TAL DE RES- POS- TAS	20	125%	32	103%	116	153%	33	122%	201	134%
TO- TAL DE PES- QUI- SA- DOS	16	100%	31	100%	76	100%	27	100%	150	

De acordo com o quadro sobre os impactos positivos gerados pela Economia Criativa, a maioria, na ordem de 58% dos pesquisados, entende que ela gera um impacto positivo na economia do município, sucedido pelo âmbito social, cultura e a sustentabilidade e uma minoria, como um impacto positivo na esfera legal e na tributação.

Tabela 4: As indústrias criativas pela produção em maior escala poderiam impulsionar o desenvolvimento dos municípios menores

MUNICÍPIOS	MENORES QUE		ENTRE 5.001		ENTRE 10.001		ENTRE 20.001		TOTAL	
	5.000 HAB		A 10.000 HAB		A 20.000 HAB		A 50.000 HAB			
ESPECIFICAÇÃO	QTDE	%PART.	QTDE	%PART.	QTDE	%PART.	QTDE	%PART.	QTDE	%PART.
Empregos mais qualificados	8	50%	8	26%	18	24%	10	37%	45	30%

Economia Criativa, como as indústrias criativas serem políticas de Estado, de governo nas 3 esferas	4	25%	9	29%	12	16%	10	37%	36	24%
Apoio universidades, faculdades, escolas	4	25%	8	26%	10	13%	7	26%	30	20%
Produtos e serviços com maior valor agregado e, capazes de transbordar p/outros setores na economia mun.	7	44%	6	19%	11	14%	4	15%	29	19%
Fundos de pesquisa e desenvolvimento	3	19%	6	19%	8	11%	6	22%	23	16%
Artes tradicionais: artes visuais, artesanato, música, teatro, concertos, literatura, museus e galerias	2	13%	4	13%	12	16%	3	11%	21	14%
Inclusão social de jovens talentos	5	31%	5	16%	4	5%	5	19%	20	13%
Inovação, tecnologias e competitividade	5	31%	4	13%	4	5%	4	15%	17	12%
Indústrias culturais, de conhecimento e informação, em direitos autorais, registros marcas e patentes, etc.	2	13%	4	13%	5	7%	4	15%	15	10%
Dos valores e tradições dos seus pioneiros	2	13%	5	16%	4	5%	3	11%	14	10%
Cluster criativos – empresas concorrentes, mas que se apoiam, se ajudam no município e na região	2	13%	2	6%	5	7%	3	11%	12	8%

Indústrias culturais clássicas: mídia de exibição, cinema, edição, gravação de música, design, novas mídias	2	13%	1	3%	4	5%	2	7%	9	6%
TOTAL DE RESPOSTAS	46	288%	62	200%	97	128%	61	226%	266	210%
TOTAL DE PESQUISADOS	16	100%	31	100%	76	100%	27	100%	150	

De acordo com o quadro, constata-se que as Indústrias Criativas pela produção em maior escala poderiam impulsionar o desenvolvimento dos municípios menores, para 30% dos pesquisados, através dos empregos mais qualificados, depois a Economia Criativa, como as indústrias criativas serem políticas de Estado, de governo nas 3 esferas; Apoio às universidades, faculdades, escolas, entre outros.

Tabela 05: Áreas, segmentos, atividades ou ações mais criativas

MUNICÍPIOS	MENORES QUE		ENTRE 5.001		ENTRE 10.001		ENTRE 20.001		TOTAL	
	5.000 HAB		A 10.000 HAB		A 20.000 HAB		A 50.000 HAB			
ESPECIFICAÇÃO	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.	QTDE	% PART.
Eventos em geral	3	19%	6	19%	19	25%	6	22%	34	23%
Valores e tradições	8	50%	3	10%	7	9%	12	44%	30	20%
Patrimônio cultural	3	19%	8	26%	6	8%	7	26%	24	16%
Artes visuais	3	19%	3	10%	10	13%	2	7%	18	12%
Gastronomia	3	19%	2	6%	8	11%	3	11%	16	11%

Edição	2	13%	3	10%	4	5%	4	15%	13	9%
Audiovisual	5	31%	3	10%	3	4%	2	7%	13	9%
Artes dramáticas	1	6%	3	10%	4	5%	2	7%	10	7%
Serviços criativos	0	0%	0	0%	5	7%	5	19%	10	7%
Indústrias criativas	0	0%	3	10%	5	7%	2	7%	10	7%
Design	5	31%	1	3%	3	4%	1	4%	10	7%
Novas mídias	2	13%	3	10%	2	3%	1	4%	8	5%
TOTAL DE RESPOSTAS	24	150%	29	94%	50	66%	29	107%	132	104%
TOTAL DE PESQUISADOS	16	100%	31	100%	76	100%	27	100%	150	

De acordo com o quadro, sobre as atividades, ações, segmentos, áreas, ramos ou outro que o pesquisados acreditam ser “Os Mais Criativos” no município, revelou-se para a maioria, com 23%, serem os eventos em geral, seguido dos valores e tradições, patrimônio cultural, artes visuais, gastronomia, etc., enquanto que para uma minoria, na ordem de 3%, são as novas mídias.

Considerações finais

Houve um mapeamento dos municípios, polos, setores e segmentos econômicos sobre a Economia Criativa, bem como, da Necessidade de treinamento das empresas, mostrando que as lideranças e as empresas devam realizar diferentes ações. Logo, pode ser evidenciada a necessidade da capacitação e qualificação, dentro das empresas e fora das empresas, organizações e

instituições, para a melhoria em sentido amplo, bem como a ampliação dos ramos, segmentos e atividades das empresas e dos municípios.

Entende-se que os municípios estão crescendo gradativamente e de forma variada, aderindo a novas formas de atuação, tecnologias, meios econômico-sociais, buscando formas de geração de emprego e renda, bem estar, etc., para a atração de empreendedores, empresas, talentos, bem como, de esforços de retenção e manutenção, assim como, de funcionários e população, o que será gradativo e resultado do protagonismo, de iniciativas, planos e ações dos seus gestores e lideranças público-privadas e institucionais, entre outros, fará a diferença para o crescimento e desenvolvimento dos municípios e das empresas, entre outros. Já há uma queixa sobre a capacitação e qualificação da mão de obra, em que a pesquisa mostra, que os mesmos devem atingir os gestores das empresas, cargos administrativos e operacionais, entre outros, para tornar as empresas e os municípios competitivos, aplicando cada qual, aquilo que melhor lhe atender expectativas, planos, objetivos e metas, alavancando assim o crescimento e o desenvolvimento em sentido amplo, entre outros.



Referências

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos. Ed. Compacta, 7. Ed. – São Paulo: Atlas, 2002.

DUISENBERG, Edna dos Santos. Uma Opção de Desenvolvimento Viável. In *Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização Ana Carla Fonseca Reis*. Itáú Cultural, 2008.

FONSECA REIS, Ana Carla. *Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização Ana Carla Fonseca Reis*. – São Paulo: Itáú Cultural, 2008.

RIPPEL, Ricardo. Lima, Jandir Ferrera de, TSCHÁ, Olga da Conceição Pinto. Transformação produtiva, urbanização, industrialização e migração no Oeste do Paraná. XVII Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP, realizado em Caxambu-MG – Brasil, 2010.

VELLOSO, João Paulo dos Reis. O Brasil e a Economia Criativa: um mundo nos trópicos. Rio de Janeiro, José Olympio, 2008.