

# ECONOMIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE LONDRINA

EDIÇÃO 2018



Fórum  
Desenvolve  
Londrina

# ENTIDADES MEMBRO



# SUMÁRIO

<b>Apresentação: O que é o Fórum Desenvolve Londrina</b>	4
<b>Estudos realizados pelo Fórum Desenvolve Londrina</b>	4
<b>Ações Desenvolvidas: Ações implementadas em Londrina propostas nos estudos do Fórum</b>	5
<b>Palestrantes do Estudo: Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável de Londrina</b>	6
<b>Representantes das Entidades membros do Fórum e participantes deste Estudo: Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável de Londrina</b>	7
<b>Prefácio: Economia Criativa e Desenvolvimento Local – Um Dueto Promissor</b>	8
<b>Banking Marketing sobre Cidades Criativas no Brasil</b>	9
<b>Apresentação do Estudo: “Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável de Londrina”</b>	15
<b>Economia Criativa em Londrina: Problemas e Proposições</b>	16
<b>Causas Apontadas: Problemas que bloqueiam a Economia Criativa em Londrina</b>	18
<b>Soluções Apontadas: Proposições para promover a Economia Criativa</b>	20
<b>Conclusão: A caminho de um ecossistema criativo</b>	23

# EXPEDIENTE

O caderno de estudos sobre “Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável de Londrina” é uma publicação do Fórum Desenvolve Londrina. Projeto gráfico e diagramação: SpB Comunicação. Impressão gráfica: Midiograf. Tiragem: 2.000 exemplares. Disponível para download no [www.forumdesenvovelondrina.org](http://www.forumdesenvovelondrina.org)

# O QUE É O FÓRUM DESENVOLVE LONDRINA

*O Fórum é uma organização civil não partidária que reúne cidadãos de diversas áreas em um diálogo aberto para pensar o desenvolvimento da cidade*

Criado em 2005, denominado FÓRUM PERMANENTE DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE LONDRINA ou simplesmente FÓRUM DESENVOLVE LONDRINA, é o resultado da união de entidades e cidadãos com o objetivo de, conjuntamente, examinar soluções comunitárias, refletindo a crença compartilhada na importância da participação da população para edificar uma sociedade mais justa e humana.

No seu primeiro ano de atividade, foi criada pelos participantes do Fórum uma VISÃO DE FUTURO, tendo como referência 2034, ano do centenário do município, que procura expressar como queremos para nossa cidade:

*“Londrina 2034: uma comunidade ativa e articulada, construindo uma cidade humana, segura e saudável, tecnologicamente avançada, integrada com a região Norte do Paraná e globalmente conectada, com uma economia diversificada e dinâmica promovendo o equilíbrio social, cultural e ambiental.”*

A estratégia é estimular a participação da população do município na discussão e solução dos problemas da comunidade, sempre buscando um ambiente de parceria e cooperação, o que é realizado de forma sistemática, sempre para melhorar as condições que proporcionam a dinamização do desenvolvimento econômico e social.

Para cumprir esta estratégia, o Fórum Desenvolve Londrina se utiliza de três atividades complementares:

**A)** Publicação e distribuição anual do Manual de Indicadores de Desenvolvimento de Londrina, que apresenta os principais indicadores de desenvolvimento do município, comparando-os sempre ao desempenho obtido nos últimos 10 anos. Os indicadores são coletados de fontes secundárias e, desde o ano de 2012, são também obtidos por meio da Pesquisa de Percepção da população sobre a cidade de Londrina, avaliando-se vários aspectos que influenciam o seu desenvolvimento.

**B)** Realização anual do Estudo dos Indicadores, que é fruto da escolha de um tema ou indicador de desenvolvimento, sobre o qual o conhecimento é aprofundado e suas características, limitações e potencialidades são compreendidas por todos os participantes. Ao final desse trabalho, dá-se origem a um documento que, junto com o Manual de Indicadores de Desenvolvimento, é distribuído e divulgado para toda sociedade civil organizada e para o setor público, tornando o problema e também as possíveis soluções conhecidas de todos.

**C)** Realização do Fórum em Debate, evento aberto a toda população criado com o objetivo de ampliar e discutir o tema que está sendo estudado durante o ano pela entidade. Neste evento são convidados palestrantes com experiência no tema e profissionais de cidades que sejam referência no assunto e sirvam de inspiração para a busca de soluções para Londrina. O evento é realizado antes da publicação do estudo anual.

Os Estudos Anuais de Indicadores constituem-se em importantes instrumentos de planejamento para Londrina, disseminando o conhecimento sobre os problemas para uma parcela significativa da população, incentivando o debate sobre as possíveis soluções e gerando o impulso necessário no sentido de se superar os entraves ao desenvolvimento. Essa iniciativa é, portanto, uma das mais importantes contribuições que o Fórum pode oferecer à comunidade.

## ESTUDOS REALIZADOS



## AÇÕES IMPLEMENTADAS EM LONDRINA PROPOSTAS NOS ESTUDOS DO FÓRUM

O trabalho do Fórum Desenvolve Londrina consiste em estimular a participação da população do município na discussão e nas soluções dos problemas da comunidade por meio de um ambiente de parceria e cooperação, de forma sistemática, para melhorar as condições de desenvolvimento econômico e social.

Este trabalho é realizado através do monitoramento e publicação do Manual dos Indicadores e dos Estudos de indicadores selecionados. Neste sentido, não se trata de uma nova entidade criada para realizar ações, mas sim de um movimento voluntário que, após ouvir vários especialistas e debater entre seus participantes sobre um determinado indicador, propõe soluções para a sociedade, cabendo às entidades públicas e privadas analisarem se as propostas são pertinentes e viáveis para a implantação na busca da solução dos problemas e melhoria do ambiente.

Algumas das soluções apresentadas são inovadoras e inéditas, outras são experiências aplicadas em outras localidades nacionais e internacionais, além de outras que já vinham sendo discutidas ou mesmo implantadas por entidades do próprio município e que, quando apresentadas ao Fórum durante as palestras semanais, foram incorporadas como uma proposta de solução devido aos resultados já apresentados ou com o objetivo de ampliar e intensificar sua atuação.

**Assim, os resultados aqui apresentados não foram implantados pelo Fórum, mas sim pelas entidades públicas (principalmente pelo poder público municipal) e pelas entidades privadas que viram nas propostas uma oportunidade de melhorar as condições sociais, econômicas ou ambientais.**

Conheça algumas das ações implantadas ou em fase de implantação e que fizeram parte dos Estudos de Indicadores publicados pelo Fórum Desenvolve Londrina ao longo dos anos:

- Empreendedorismo na Escola para toda rede municipal;
- Empreendedorismo nas Universidades;
- Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas;
- Formalização e funcionamento do Comitê das Micro e Pequenas empresas composto por entidades públicas e privadas;
- Criação da Sala do Empreendedor;
- Implantação do Programa Compra Londrina para estimular compras governamentais;
- Criação da Lei do ISS Tecnológico;
- Implantação do TECA/INFRÁREO em dezembro de 2008, estando em processo de melhoria;
- Ampliação e modernização do Aeroporto de Londrina;
- Implantação de cursos de Engenharia na PUC, PITÁGORAS, UTFPR, UNOPAR, UNIFIL e UEL;
- Revitalização do Centro de Londrina – início de reforma do calçamento e projeto da Nova Sergipe – Governança Própria;
- Implantação de Cursos Técnicos no SENAI e SENAC;
- Criação da Campanha Pé na Faixa vinda de grupo liderado pelo Ministério Público para fomentar o respeito na utilização da faixa de pedestre;
- Instalação do Corredor de Ônibus em algumas vias públicas;
- Criação da campanha Trânsito Legal para melhoria do trânsito com apoio dos meios de comunicação;
- Incentivo aos estudos de criação do Centro de Convenções – processo de análise do projeto de viabilidade;
- Implantação do Parque Industrial;
- Criação de espaços e eventos de inovação como o FABLABs e Hackathons;
- Instalação do escritório da ABDI em Londrina;
- Priorização de setores para o desenvolvimento de Londrina como o Ecossistema de Inovação;
- Criação da comissão para simplificação e desburocratização para os processos de instalação e ampliação de empresas no município.

# “ECONOMIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE LONDRINA”

- **Caio Júlio Cesaro**  
Secretário da Cultura do Município de Londrina
- **Fabian Bordon Trelha**  
Diretor de Turismo da CODEL
- **Toni Sando**  
Presidente do São Paulo Convention & Visitors Bureau
- **Cláudia Oliveira**  
Coordenadora do Curso de Gastronomia na UNIFIL
- **Leandro Henrique Magalhães**  
Coordenador de Educação a Distância da UNIFIL
- **Norberto Mette**  
Diretor de Turismo de Gaspar/SC
- **Rodrigo Martins Souza**  
Sócio Diretor da Oníria
- **Guilherme Peraro e Luciano Pascoal**  
Representantes do APL de Audiovisual de Londrina
- **Carlos Eduardo Frezarin**  
Diretor do Grupo Frezarin
- **Gina Paladino**  
Consultora e conselheira do CORECON/PR
- **Carlos Sato**  
Artista Plástico
- **Dilnei Silva Bittencourt**  
Ex-Diretor de Engenharia do Projeto Pedra Branca em Palhoça/SC
- **Christina Mattos e Ranulfo Pedreiro**  
Fundadores do TP1 - Todos por Um
- **Solange Cristina Batiglina**  
Diretora de Patrimônio Artístico e Histórico-Cultural da Secretaria de Cultura do Município de Londrina
- **Kiko Jozzolino**  
Músico e empresário
- **Heliana Marinho da Silva**  
Coordenadora da Área de Economia Criativa do SEBRAE/RJ
- **Fernando Antonio Prado Gimenez**  
Professor do curso de Administração da UFPR
- **Caio Castro**  
Diretor comercial do ICities Smart Cities Solutions S/A
- **Spartaco Puccia Filho**  
CEO da SPB Comunicação



## “ECONOMIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE LONDRINA”

ADAUTO LUCIO CRUZ PIMENTA QUINTANILHA	SRP
ADELAR ANTONIO MOTTER	IAPAR
ADRIANA MARTELLO VARELO	PUC
ANDREA MONCLAR	ALEA
ANTONIO CAETANO DE PAULA	AML
ARTHUR BRAZIL STERSA VERSOZA	CEAL
ARY SUDAN	FIEP/SINDMETAL
BEATRIZ EMI TAMURA	AML
CHARLES VEZOZZO	
CILIANE CARLA SELLA ALMEIDA	INSTITUTO FAZER
CLÁUDIA ROMARIZ	LCVB
CLAUDIO SERGIO TEDESCHI	ACIL
CLÓVIS COELHO	FIEP
DAMARES TOMASIN BIAZIN	
DENILSON VIEIRA NOVAES	PREFEITURA MUNICIPAL DE LONDRINA
FABRÍCIO PIRES BIANCHI	SEBRAE
FLORINDO DALBERTO	IAPAR E AEA-LD
GILBERTO DIAS DE MELO	CREA-PR
GRAÇA MARIA SIMÕES LUZ	UEL
GUILHERME LOPES	RÁDIO CBN
HEVERSON FELICIANO	SEBRAE
JOSÉ NICOLÁS MEJÍA	GRUPO FOLHA
LAÉRCIO RODRIGUES DE OLIVEIRA	CORECON
LEANDRO HENRIQUE MAGALHÃES	UNIFIL
LUCIO KAMIJI	APL TI
LUIS CLAUDIO GALHARDI	LONDRINA PAZEANDO
LUIZ PENTEADO FIGUEIRA DE MELLO	PREFEITURA MUNICIPAL DE LONDRINA
MAITÊ MORGANA UHLMANN	CODEL
MARCELO HENRIQUE PELEGRINI ROCHA	CEAL
MARCUS FRIEDRICH VON BORSTEL	TI PARANÁ
MAURÍCIO RIBAS SACCANI	OAB
NARCISO PISSINATI	SINDICATO RURAL PATRONAL
NELSON SEIJI TAKAHASHI	SERCOMTEL
NORMAN NEUMAIER	EMBRAPA
OLIDES MILLEVI JUNIOR	CAIXA
PAULO BASSANI	ECOMETRÓPOLE
PAULO VARELA SENDIN	ADETEC/AEA-LD
RAFAELA VIEIRA MARINHO	
ROBERTO NISHIMURA	APL DE TIC
SÉRGIO GARCIA OZÓRIO	SEBRAE
SILVANA POSTIGLIONE	GRUPO RIC
SPARTACO PUCCIA FILHO	APP
WALDOMIRO CARVALHO GRADE	OBSERVATÓRIO SOCIAL

# ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO LOCAL — UM DUETO PROMISSOR

Corria a década de 1990. Em meio à ressaca da queda do muro de Berlim e à perplexidade da potência da globalização, uma revolução tomava corpo. Uma que iria causar profundas mudanças em nosso entendimento de mundo, na forma de relacionamento do ser humano, no desenho do futuro do trabalho e, claro, na dinâmica econômica. Dados, informações e capital passaram a circular a uma velocidade vertiginosa e em escala planetária, fazendo com que o que hoje é lançado seja visível quase de imediato em outros cantos do mundo. Com isso, os produtos e serviços passaram a ter ciclos de vida cada vez mais curtos e a ser crescentemente parecidos. Foi assim, catapultada pela revolução das tecnologias digitais, que eclodiu a economia criativa.

Esse novo conceito, de nome simpático e entendimento ainda fluido no Brasil, atua na contramão do processo de comoditização da economia, pondo a tônica em um recurso econômico não copiável: a criatividade. De fato, a grande beleza da economia criativa é resgatar o talento humano como ativo econômico mais diferencial. Ora, direis, é tão fácil copiar o que o outro faz. Sim, mas a fonte dessa criatividade não há como copiar. Não por menos, vários países e cidades vêm apostando nela para respaldar uma prosperidade econômica sustentável. Na China, que já em seu plano quinquenal 2011-15 definiu passar do Made in China para o Designed in China, a economia criativa é estratégica. Na Colômbia, o Senado aprovou a Lei da “Economia Laranja” e, em Montreal, o Escritório de Design tem por objetivo estimular os cidadãos a desenvolverem o olhar da inovação, valendo-se inclusive do espaço público e dos empreendimentos comerciais.

Afinal, não há economia criativa alheia a um espaço criativo. E a grande beleza disso é que, ao nos empenharmos — nós todos, setor privado, governo, sociedade civil, academia — para que a cidade seja um espaço propício à criatividade, toda a sociedade se beneficia, não somente os talentos já qualificados. Quão mais propício à criatividade — efervescente de propostas e diversidade, de conectividade e abertura à ousadia — for o ambiente, mais a sociedade terá acesso a ingredientes diversos para vencer desafios complexos. Porque, afinal, se a economia não é mais como era antigamente, o futuro nem se sabe como será. As fontes mais abalizadas no assunto estimam que metade das atividades profissionais será substituída pela inteligência artificial em 20 a 40 anos e que metade do que então existirá hoje ainda não se dá a ver. Mas já se sabe que dois perfis serão especialmente cobiçados: os de talento criativo e os de inteligência social. Excelentes bússolas para pautarmos nossa economia e transformarmos as cidades em espaços vibrantes de estímulos às habilidades do futuro.

É à luz desse contexto que o trabalho concebido e realizado pelo Fórum Desenvolve Londrina se faz ainda mais precioso, inclusivo e audacioso. Que o abraço dado pela cidade à economia criativa e à reinvenção da cidade pelo viés da tríade inovações, conexões e cultura seja longo, estruturante e inspirador. Por Londrina e para tantas outras cidades brasileiras em busca de um Norte.



**Ana Carla Fonseca**

Economista e doutora em Urbanismo, é Diretora da Garimpo de Soluções e especialista internacional em economia criativa e cidades.

An aerial, high-angle photograph of a city street at night, overlaid with a green tint. The image shows a large, multi-story building with a prominent corner section featuring a grid-like facade. The street below is filled with cars and a bus, with a crosswalk visible in the foreground. The sky is dark with some clouds, and the overall scene is illuminated by city lights.

# **BANKING MARKETING SOBRE CIDADES CRIATIVAS DO BRASIL**

## RECIFE, A CIDADE DAS CORES E SABORES

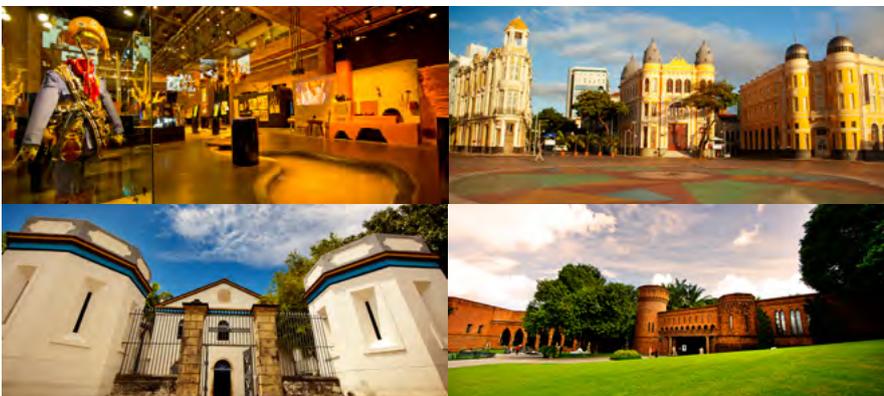


A cidade é um caldeirão cultural. Sua diversidade é caracterizada por várias manifestações culturais que movimentam uma cadeia produtiva ligada à criatividade. Sua história, bem como a história do Brasil, é contada por Gilberto Freire, que versa sobre a origem e os costumes na formação da sociedade brasileira em “Casa Grande e Senzala”. Sua obra se materializou em forma de uma Casa Museu que recebe cerca de 8 mil visitantes/ano. O homem do sertão também virou história contada, além da música atemporal de Luiz Gonzaga, acessível através do museu multissensorial Cais do Sertão, que recebe ao ano cerca de 100 mil pessoas/ano, equipamento criado com a missão de contar o desafio do homem em viver em terras áridas.

A cidade é a terra natal de vários artistas singulares como Alceu Valença, Lenine, Reginaldo Rossi, estilos tão originais quanto marcantes, sem mencionar outros tantos que a adotaram, a exemplo de Ariano Suassuna e Clarice Lispector. Um movimento bastante original que mistura a cultura, a música e o estilo de vida pernambucano, o chamado Mangubeat, teve em seu principal líder Chico Science a disseminação destes elementos, unindo o maracatu rural, com a cultura pop, sobretudo o rock’n roll e o hip-hop, transcendendo os ritmos carnavalescos. E falando em Carnaval, o Frevo que é considerado patrimônio imaterial da humanidade.

A cidade se reinventa de tempos em tempos: em especial, destaca-se a revitalização do Bairro do Recife antigo no centro da cidade, que está se transformando num centro de inovação e tecnologia, ancorados no Porto Digital e no CESA, capacitando a cidade sob o viés da inovação e da tecnologia. Com o preparo da cidade para a Copa do Mundo, a de 2014, vários galpões neste bairro, antes depósitos para recebimento e despacho de açúcar dos engenhos da região, deram lugar a uma série de restaurantes à moda “Porto Madero”, o que deu um dinamismo no setor de gastronomia que, além dos frutos do mar, brinca com a saborosa carne de bode e seus derivados.

Movidos pelo contexto, é comum ver nas organizações o fator “alegria” nos valores citados pelos CEOs, como sendo um diferencial competitivo. Tudo vira produto em forma de serviços, eventos, festas e as mais diversas formas de se festejar a criatividade. Todos esses fatores em conjunto fazem de Recife uma cidade com valor agregado para atrair empresas, eventos e novos empreendimentos, não só para a cidade, mas para toda a região.



Confira mais acessando os QR-Code acima

## BLUMENAU, HEIN PROSIT!



Uma tragédia marcou uma nova era que deu um impulso na transformação de Blumenau, de uma cidade fabril, para uma cidade turística, inspirada na coragem de sua gente. Em 1982, uma enchente destruiu boa parte da cidade localizada no Vale do Itajaí. Com o objetivo de levantar o ânimo dos moradores, o Prefeito da época decidiu fazer uma grande festa, já idealizada antes, verdade seja dita, mas que se transformou num grande evento chamado Oktoberfest, atraindo turistas do país e fora dele. A partir dessa consolidação, um largo sorriso é a resposta às pessoas que trabalham “vendendo” a cidade, que souberam aproveitar a oportunidade de criar um produto turístico e cultural, imitado por várias cidades da região, cuja matéria-prima é a hospitalidade e a essência alegre de sua gente.

A cadeia produtiva a partir da realização da Oktoberfest transcendeu a festa, gerando diversos negócios ligados ao mote principal, a exemplo do Festival

da Cerveja, incentivando a criação do roteiro das cervejarias integrando as cidades num raio de até 100 km, além de profissionalizar uma série de bandas alemãs que tinham espaço somente em bailes de Caça e Tiro, abrindo portas para talentos a exemplo da Banda Cavalinho Branco, hoje conhecida mundialmente.

Não só pela cerveja, a valorização dos grupos de danças típicas, além do apelo ao uso e produção dos trajes alemães foram reflexo dessa cadeia produtiva poderosa que se expande dia após dia. Os pavilhões de exposição da antiga FAMOSC ou PROEB se transformaram num complexo gastronômico cultural denominado Vila Germânica, que anualmente recebe cerca de 800 mil pessoas/ano, com um ticket médio de R\$ 150,00 por pessoa. Ales good e ales blau para os negócios criativos em Blumenau.



Confira mais acessando os QR-Code acima

## FLORIPA, A ILHA DA MAGIA



O título merecidamente citado por todos de “Ilha da Magia” já transmite o espírito dessa cidade/ilha que está em constante transformação. Respeitando a vocação turística no quesito do lazer, valorizada principalmente pelo cenário ilhéu, a cidade está em 4º lugar no ranking mundial da International Congress Convention Association - ICCA, competindo diretamente com cidades de grande visibilidade e infraestrutura como o Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu, sendo impulsionada pelo turismo de eventos e negócios fora da chamada temporada de verão.

Estrategicamente, em 2014, a cidade foi escolhida pela UNESCO como a primeira cidade criativa em Gastronomia no Brasil, cujo grupo é composto por 116 cidades no mundo, agregando valor, ajudando a compor um mix de serviços bastante atraente para o destino. Aproveitando a paisagem natural e sua história, o Floripa Convention Bureau abriu recentemente uma

nova frente para colocar a Ilha em evidência, adotando o Film Comission, que são organizações destinadas a trazer benefícios econômicos através da realização de filmes, séries de TV, documentários, comerciais etc., como estratégia a gerar visibilidade para a região.

Tendo uma preocupação especial com a preservação do seu patrimônio cultural e natural, bandas como “Dazaranha” carregam em suas letras harmoniosas o orgulho do “ser manezinho”, enquanto que uma das cervejarias conta nas suas propostas dos tipos das cervejas, todas as lendas da Ilha como mote de venda para explicar suas variedades. O que se percebe é que Florianópolis continua mexendo com a imaginação das pessoas, mas que na realidade tem se preocupado com a sua sustentabilidade em todos os níveis, na medida que tem buscado soluções criativas para movimentar sua economia, valorizando a cultura local e preservando o ambiente natural.



Confira mais acessando os QR-Code acima

## PARATY, CIDADE DOS FESTIVAIS E DA GASTRONOMIA

Paraty é uma cidade nacionalmente conhecida. Localizada na região Sul do Estado do Rio de Janeiro, a 250 km da capital, foi fundada durante o período colonial brasileiro e, nos séculos XVII e XVIII, tornou-se o principal porto de exportação de ouro para a Europa. Os visitantes podem conhecer seu casario e ruas de pedras, ainda preservadas e com diversos bens tombados pelo IPHAN.

Quem conhece a cidade impressiona-se não apenas pela imponência de sua arquitetura e de suas referências históricas, mas também pela beleza da paisagem e praias que a rodeiam, sendo ainda um centro de práticas de turismo e esportes radicais e de aventura. É marcada pelo artesanato, geralmente comercializado no centro histórico, junto ao casario colonial, e pelos festivais ali organizados, com destaque para a Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP), realizada desde o ano de 2003 e já consolidada como um dos mais importantes eventos literários do país, com a presença de escritores e editores nacionais e internacionais.

Além destes, há mais de uma dezena de festivais e eventos que movimentam a cidade e atraem visitantes de todas as regiões do país e do mundo como o Bourbon Festival de Jazz, o Festival da Cachaça, Cultura e Sabores, o Festival Internacional de Fotografia e o Folia Gastronômica.

Além da arquitetura, das belezas naturais, dos esportes de aventura e dos festivais, a cidade é marcada pela sua gastronomia. Tanto que em 2018 a UNESCO garantiu o título de Cidade Criativa da Gastronomia, alcançando posição antes conquistada por Belém-PA e Florianópolis-SC. Paraty destaca-se por sua culinária tradicional e, ao mesmo tempo, diversificada, com influências de portugueses, índios e africana, como a farofa de feijão e o camarão casadinho.

Neste caso, a gastronomia deve ser entendida como um bem cultural que fortalece o turismo local ao mesmo tempo que reforça elementos da identidade de sua população. Um exemplo a ser seguido.



Confira mais acessando os QR-Code acima

## UNESCO E AS CIDADES CRIATIVAS

Links para acesso a informações a respeito das cidades criativas eleitas pela UNESCO. Vale conferir:

**VÍDEO REDE DE CIDADES  
CRIATIVAS DA UNESCO**



**CREATIVE CITIES  
NETWORK**



# ECONOMIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE LONDRINA

Economia Criativa como desenvolvimento sustentável. Um tema desafiador, atual e altamente promissor, inserido em um cenário que desenha a chamada Nova Economia. O olhar do Fórum Desenvolve Londrina é para o futuro. Olhamos para o que virá para que possamos contribuir com legados que ajudem a cidade e seus atores a se prepararem para novos contextos, observando e discutindo oportunidades de desenvolvimento e de qualidade de vida.

Este já é o 12º tema de estudo do Fórum Desenvolve Londrina. Passamos por Ensino Fundamental, Desenvolvimento Econômico, Mobilidade Humana, Terceiro Setor, O Adolescente em Conflito com a Lei, A Saúde em Londrina, Resíduos Sólidos, A Industrialização em Londrina, Gestão Pública e Cidades Inteligentes para chegarmos no ano de 2018 com o tema Economia Criativa como Desenvolvimento Sustentável de Londrina.

Todos os temas escolhidos estão pautados nos indicadores de desenvolvimento da cidade. O estudo de 2018 foi baseado em dois deles: Captação de Eventos Nacionais e Internacionais e Recursos ao Programa Municipal de Incentivo à Cultura. Os dois indicadores apontaram o caminho para que estudássemos a Economia Criativa, entendéssemos as causas que atrapalham o seu avanço e apontássemos soluções para que o londrinense possa enxergar este novo potencial de desenvolvimento local.

Mas o que é uma cidade criativa? Como entender o potencial empreendedor desta nova vertente que se baseia no capital intelectual, na cultura e na criatividade para gerar valor? Como estimular a geração de renda, empregos e receitas imersas na promoção da diversidade cultural e do desenvolvimento humano? Para todo esse entendimento ouvimos especialistas no tema, protagonistas nos muitos segmentos que abrangem a Economia Criativa e empreendedores locais. Mapeamos os pontos fortes da cidade e enxergamos os caminhos para que a Economia Criativa possa promover sustentabilidade econômica.

Percebemos, ao longo do ano, que a aposta na Economia Criativa é um caminho sem volta. O mundo está mudando e, com ele, as relações entre as pessoas, seus desejos e anseios. O ascendente compartilhamento de informações e de sentimentos impacta na forma como as pessoas buscam se inserir nas comunidades. A substituição do pensamento 'ter um bem material' por 'ter experiências' já é uma tendência alimentada pela criatividade e pela inovação, imersas no contínuo avanço da tecnologia e na velocidade da comunicação.

Em 2017 estudamos os caminhos das Cidades Inteligentes e percebemos que a Economia Criativa também se relaciona como essa nova perspectiva em estabelecer vivências nas cidades onde a qualidade de vida, aliada às informações que tragam mais segurança, mobilidade e acesso aos serviços públicos, à educação e à cultura, se torne uma realidade. Com o estudo de 2018 completamos esse ciclo no sentido de ampliar o olhar para as tendências do comportamento humano. Caberá agora às lideranças empresariais e aos líderes governamentais também compreenderem este iminente cenário que traz perspectivas relevantes para o desenvolvimento econômico sustentável de Londrina.

Somos uma cidade onde a tecnologia se diferencia com a grande quantidade de startups locais; somos um arranjo produtivo de software e de audiovisual; temos uma variedade gastronômica que espelha a diversidade das etnias; temos história como os muitos festivais que atraem gente do mundo inteiro para vivenciar a música, o teatro e a dança; somos também patrimônio cultural e temos opções diferenciadas para a vivência do turismo rural. Somos ainda um polo educacional sedento por interagir com um novo mercado, onde os jovens encontram terreno propício para criar e inovar com talento empreendedor.

Que possamos fazer de todo este conteúdo, um legado para o futuro de Londrina.

The background is a monochromatic green image. It depicts a hand holding a pen, positioned as if about to write on a document. A ruler is visible on the left side of the document. In the lower right, there is a small, detailed illustration of a plant specimen, possibly a seedling or a small tree, resting on the document. The overall composition suggests a theme of research, planning, or creative development.

# **ECONOMIA CRIATIVA EM LONDRINA: PROBLEMAS E PROPOSIÇÕES**



# PROBLEMAS QUE BLOQUEIAM A ECONOMIA CRIATIVA

## 1. Integração/Articulação

- Carência de integração das iniciativas já existentes nos setores de Tecnologia da Informação, educação, cultura e turismo.
- Ausência de articulação local entre os setores público e privado para alavancar a economia criativa.
- Falta integração entre as forças vivas de Londrina (empreendedores, inovadores, poder público) com vista ao desenvolvimento da economia criativa.
- Viés de mercado distante das Instituições de Ensino Superior no que tange à economia criativa e geração de “valor”.

## 2. Associativismo

- Os agentes culturais têm dificuldade para trabalhar de forma colaborativa/participativa.
- Nos eventos sem articulação entre si, cada promotor pensa apenas em si e não enxerga o todo.
- As empresas de game atuam de forma isolada.

## 3. Negócios

### 3.1. Turismo

- Os eventos culturais não são organizados para alavancar o turismo/economia, caso da gastronomia.
- Roteiros existentes não são transformados em negócios para a sociedade, como o do centro de Londrina.
- Dificuldade de explorar o calendário de eventos em Londrina, os produtos turísticos/culturais são voltados apenas para o público local e a geração de riqueza fica limitada.
- Turismo de negócio é pouco evoluído no processo da economia criativa.

### 3.2. Publicidade

- Baixo investimento em publicidade em Londrina.
- Falta visão de negócio para a área de publicidade.
- Baixo volume de negócio e faturamento de publicidade em Londrina.

### 3.3. Games

- Carência de investidores que apostem na produção e divulgação de games.
- Falta visão de negócios para transformar a criatividade dos games em produtos rentáveis.
- Inexistência de eventos para difusão do mercado de games.

## 3.4. Cultura

- Setor da economia criativa ainda muito dependente de recursos e regulações públicas.
- Londrina não tem um grande festival capaz de atrair grandes audiências.
- Falta de “cultura” das empresas para enxergarem o valor do branding cultural.
- Incipiente gestão financeira e contábil nas produções audiovisuais.

## 4. Empreendedorismo

- Dificuldade de retenção de talentos criativos na cidade.
- Falta criatividade e ousadia à administração pública e à iniciativa privada de Londrina
- Falta de empreendedores e de conhecimento da economia criativa.
- As pessoas que estão à frente de empreendimentos da economia criativa possuem pouca visão de negócio.
- Canais de distribuição e comercialização alternativos pouco explorados.

## 5. Infraestrutura

- Falta de espaços públicos atraentes e seguros para as pessoas compartilharem experiências criativas.
- Ausência de centro de eventos de grande porte.
- Falta manutenção dos ambientes públicos para que sejam mais bem utilizados.
- Espaços culturais da cidade estão sucateados.

## 6. Burocracia

- A legislação e a burocracia inibem empreendedores da economia criativa.
- Falta sensibilidade do poder público, muita burocracia para promover eventos e expor arte em espaços públicos.
- Promic (Programa Municipal de Incentivo à Cultura) não permite apoio a empresas, somente pessoas físicas e entidades.
- Burocracia impede surgimento de novas pequenas empresas.

## 7. Mapeamento

- Falta de mapeamento das potencialidades de Londrina na área da economia criativa.
- Não existe um mapeamento dos eventos que acontecem em Londrina.
- Ausência de dados que permitam avaliar o impacto das atividades da economia criativa na economia local.
- Pouca informação organizada sobre a gastronomia e patrimônio cultural londrinense.

### 8. Comunicação

- Londrina conta com iniciativas de economia criativa que são desconhecidas da sociedade.
- Falta divulgação dos atrativos culturais londrinenses.
- Falta divulgar os festivais e eventos culturais fora de Londrina de forma a atrair público externo.
- Falta de conhecimento das rotas turísticas de Londrina, exemplo da Rota do Café.

### 9. Recursos Públicos

- Eventos (privados) dependentes de recursos públicos.
- Área de artes muito dependente do “tutelamento” de recursos públicos.
- Agentes culturais dependentes do Estado.

### 10. Planejamento

- Ausência de planejamento estratégico da cidade dificulta conhecer potencialidades locais.
- A cidade não tem um plano para cultura, turismo, gastronomia, etc.
- Não há definição das propriedades para o desenvolvimento da economia criativa em Londrina.

### 11. Capacitação/formação

- Falta de capacitação empresarial para sustentabilidade dos projetos da economia criativa.
- Falta competência dos empreendedores culturais na elaboração de projetos.
- A universidade não forma profissionais para o que o mercado de Tecnologia da Informação exige.
- Necessidade de desenvolvimento de competências na criação artística e atuação empresarial.

### 12. Valor cultural

- Pouca valorização por parte da população e das autoridades do patrimônio histórico/cultural de Londrina.
- A sociedade valoriza pouco as empresas e profissionais da própria cidade.
- Pouca interação e incentivo à população para apreciar arte e cultura.

### 13. Espaços públicos

- A população de Londrina não valoriza espaços públicos como: praças, museus, vielas.
- Falta usufruir melhor os espaços públicos para eventos culturais.
- Poucos espaços públicos são utilizados para exposição de artistas.

### 14. Políticas públicas

- Baixo uso do PROMIC (Programa Municipal de Incentivo à Cultura) e do ISS (Imposto sobre Serviço) tecnológico para ações de economia criativa.
- Falta definição de políticas públicas para a economia criativa de Londrina.
- A diretoria de turismo da Codel trabalha pouco o conceito de economia criativa nos setores que estão na sua pasta: gastronômica, artesanato, eventos e turismo cultural.
- Dificuldade da gestão pública em enxergar soluções de mobilidade urbana, um mal do convívio coletivo e da economia criativa.
- A expansão imobiliária de Londrina está mais voltada para o lucro, sem se preocupar com a evolução na ocupação dos espaços físicos.

### 15. Identidade

- Falta de identidade da cidade dificulta visibilidade externa para atrair talentos.
- Não há identidade gastronômica na cidade de Londrina.
- Incipiente sentimento de pertencimento a Londrina

### 16. Fomento

- Dificuldade para alavancar financiamento e firmar parcerias para a realização dos eventos artísticos e culturais em Londrina.
- Falta de incentivos para atrair projetos de economia criativa.
- Dificuldades em conseguir fomento para atividades culturais.

### 17. Conhecimento/Conceito

- Desconhecimento do que é e da importância da economia criativa pela sociedade.
- As secretarias municipais desconhecem o que é economia criativa, e isso dificulta a construção de políticas públicas e de propostas nesse assunto.
- Falta visão de negócio e maior participação dos empreendedores culturais locais.

# PROPOSIÇÕES PARA PROMOVER A ECONOMIA CRIATIVA

## 1. Integração/Articulação

- Os poderes públicos e privados devem focar em projetos sustentáveis e conectados para acelerar o desenvolvimento urbano.
- Criar um ecossistema que articule o criativo, o empreendedor e o investidor.
- Desenvolver uma plataforma de informação integrada sobre eventos e atrativos turísticos de Londrina.

## 2. Associativismo

- Montar um programa de capacitação em empreendedorismo para produtores culturais.
- Oferecer cursos de capacitação para elaboração de projetos de captação de recursos na área cultural.
- Inserir empreendedorismo e conteúdos sobre gestão empresarial em graduações e ensino técnico, ligados à economia criativa (música, artes visuais, artes cênicas, publicidade, gastronomia).
- Conectar as pessoas para empreender em conjunto, somando para trazer sustentabilidade comercial.

## 3. Negócios

### 3.1. Turismo

- Criar e divulgar roteiros turísticos de identidade com a cidade viabilizada como negócio.
- Criar estratégias para envolvimento da cidade na recepção do visitante.
- Organizar roteiros culturais/ eventos aliados ao turismo de eventos/ negócios, por exemplo, aproveitando o roteiro de arquitetura.
- Londrina precisa promover melhor seus “produtos” já reconhecidos: Feira agropecuária, festivais, etc.

### 3.2. Publicidade

- Desenvolver um Site de venda de ingressos que concentre todos os eventos da cidade.
- Reunir agendas em plataforma única “site/app”, permitindo o filtro por “trilhas” (gastronomia/arte/...).
- Promover rodadas de negócios entre MPEs e agências de publicidade, onde as agências teriam “produtos” que atendam esse porte de empresa a um custo viável.
- Criar mecanismos para valorização e expansão do mercado publicitário de Londrina.

### 3.3. Games

- Promover mecanismos que articulem as empresas de games de Londrina.

- Criar “verticais” de games com os setores tradicionais (saúde, agro e mecânico e etc.).
- Londrina deve explorar o conhecimento instalado na área de Tecnologia da Informação para desenvolver a área de games e audiovisual em geral.
- Criar ambiente de fomento de pesquisa, informação, acompanhamento e investimento em negócios para games.

### 3.4. Cultura

- “Vender” a cidade como capital cultural da música, teatro, danças, favorecendo novos negócios e mais turistas.
- Promover eventos para divulgar e incentivar o desenvolvimento da gastronomia.
- Estabelecer um circuito turístico associado ao patrimônio cultural.
- Introduzir ações empresariais nos festivais de Londrina. Ex: rodada de negócios.

## 4. Empreendedorismo

- Abrir oportunidades para engajamento de jovens em “inovação” ligadas à economia criativa.
- Sensibilizar/ despertar setores promissores da economia criativa (música, dança, teatro, design, etc.) para as oportunidades de negócios geradores de valor.
- Criar feira da economia criativa de Londrina.
- Desenvolver programa de empreendedorismo criativo e cultural.
- Sensibilizar a iniciativa privada para investir em projetos culturais.
- Promover ações de Crowdfunding, para viabilizar a cultura de Londrina.

## 5. Infraestrutura

- Criar um espaço coletivo de capacitação de empreendedores em economia criativa, como centro de referência para o surgimento de novas ideias, novas empresas, formação de redes, etc.
- Criar espaços “cluster” de criação de games em condições de conectar pessoas, tecnologias.
- Disponibilizar mais espaços para eventos em Londrina favorecendo ações de economia criativa.
- Criar ambientes de atividades inovadoras para conexão dos ícones do ecossistema de inovação.

## 6. Participação da sociedade

- Estimular as comunidades nos bairros a pensarem o protagonismo dos lugares e a qualidade de vida na cidade.
- Criar formas permanentes de envolvimento da sociedade nas decisões sobre a cidade.

### 7. Mapeamento

- Realizar levantamento dos ativos culturais e criativos da cidade de Londrina.
- Desenvolver cadastro de pessoas que atuam na economia criativa.
- Criar banco com informações culturais de Londrina.
- Mapear e promover o patrimônio cultural local.
- Realizar estudos para identificar os “pratos típicos” de Londrina com base nas diversas etnias.
- Realizar estudo (% PIB, empregos, impostos, etc.), de cada setor que compõe a economia criativa na cidade e, a partir disso, definir plano de ação.

### 8. Comunicação

- Melhorar o processo de comunicação de massa em Londrina de forma a que a “economia criativa” seja mais bem entendida na cidade.
- Organizar e divulgar as informações sobre a gastronomia londrinense.
- Incentivar o desenvolvimento de ferramentas de TICs (Tecnologia da Informação e Comunicação) sobre patrimônio e programação cultural de Londrina.
- Organizar evento anual para lançamento do calendário dos eventos locais para que os setores envolvidos possam se planejar.

### 9. Planejamento

- Desenvolver o Masterplan de Londrina, incluindo Economia Criativa, Turismo, Centro Histórico.
- Estruturar o Convention Bureau como responsável pela coleta e divulgação de informações sobre eventos em Londrina e região.
- Desenvolver um projeto de revitalização do centro de Londrina. Ex: Turismo, gastronomia, cultura, mobilidade, paisagismo.

### 10. Capacitação/formação

- Promover a educação da população visando a valorização do patrimônio cultural.
- Investir em formação técnica (Tecnologia da Informação, games, roteiro, audiovisual, etc.), nas universidades e cursos técnicos.
- Oferecer a pessoas criativas cursos/treinamentos para transformar seu talento em ‘produtos’ vendáveis.

### 11. Valor cultural

- Despertar nas pessoas o sentimento de pertencimento a Londrina para divulgação espontânea nos eventos na cidade. Ex: criar hashtag.
- Integrar os festivais de Londrina ao cotidiano dos cidadãos com ações nas ruas, nos bairros, escolas, prédios públicos, empresas...
- Criar programas para integrar a população à arte e à cultura.
- Valorizar mais as empresas e profissionais da própria cidade.

### 12. Espaços públicos

- Promover o convívio das pessoas em espaços públicos para estimular a economia criativa.
- Incentivar os movimentos que levem a população a ocupar mais as áreas públicas como praças, vales, etc.
- Resgatar as áreas que margeiam os lagos e córregos para transformá-las em locais de eventos, encontros, lazer da família e novos negócios baseados na economia criativa.

### 13. Políticas públicas

- Desburocratizar com vistas a incentivar a economia criativa.
- Criar políticas públicas que deem caráter de negócio às iniciativas culturais.
- Buscar soluções criativas para os espaços públicos: artes, música, tecnologia...

### 14. Identidade

- Definir os atributos desejáveis da cidade para utilizar em sua promoção.
- Identificar e fomentar um evento que caracterize Londrina.
- Promover cafeterias gourmet, em referência a Londrina capital mundial do café.

### 15. Legislação

- Rever as normas urbanísticas e legais de forma a privilegiar a inovação.
- Revisar a legislação (normas municipais) de Londrina com foco em economia criativa.

### 16. Governança

- Organizar um APL (Arranjo Produtivo Local) de cultura (promotores/artistas).
- Criar a Academia Londrinense de Propaganda e Marketing.
- Fomentar o núcleo de audiovisual de Londrina.

### 17. Conhecimento/Conceito

- Estabelecer parceria entre educação e cultura para programação cultural anual com as crianças, para formação do ambiente criativo.
- Desenvolver a educação criativa no ensino básico.
- Integrar conceitos de smart city com economia criativa.

### 18. Planejamento urbano

- Criar um bairro, distrito ou algo similar com toda estrutura para instalação de empresas criativas, com um projeto que favoreça muita interação entre as pessoas.
- Apoiar consultorias para urbanismo que privilegie economia criativa.



# **CLUSTERS CRIATIVOS**

## A CAMINHO DE UM ECOSISTEMA CRIATIVO

A economia criativa está sendo cada vez mais reconhecida como um importante elo do desenvolvimento econômico e contribui diretamente para a economia de um país. No mundo, estimativas recentes mostram que as indústrias criativas e culturais geram receita de US\$ 2,250 bilhões e 29,5 milhões de empregos, envolvendo apenas cerca de 1% da população ativa.

A economia criativa já é reconhecida como um dos setores que mais cresce globalmente. No Brasil já gera mais de US\$ 40 bilhões por ano segundo dados do Ministério da Cultura, respondendo por 2,6% do PIB, e gerando 1 milhão de empregos diretos e mais de R\$ 10 bilhões anuais de impostos. E, segundo a consultoria PwC, o setor deve crescer nos próximos anos a uma taxa média anual de 4,6%. No mundo, governos de vários países já se mobilizam em torno de políticas e leis que abrangem a economia criativa.

Muitas vezes as atividades criativas geram valor intangível que os indicadores convencionais não conseguem refletir seu valor econômico real. Contudo, se pensarmos Economia Criativa inserida em um Ecossistema Criativo, avançaríamos muito. Um ecossistema reúne diferentes atores e pode ser definido como o conjunto de entidades e normas que regulam a produção, difusão e consumo de bens e serviços criativos. O conceito de ecossistema criativo não apenas enfatiza a importância de ligações entre os setores público e privado, mas também com as comunidades locais, usuários finais e instituições educacionais.

Os clusters de criativos incluem empresas criativas que aproveitam a concentração geográfica para melhorar a colaboração que beneficia todos os seus membros. Esta ação coletiva aumenta a inovação e produtividade das empresas, que podem ter acesso a melhores insumos na forma de trabalhadores, conhecimento, tecnologias e novas oportunidades.

Particularmente, as cidades criativas são caracterizadas por uma alta densidade de profissionais com formação e com origens e preferências muito diversas, que são atraídos pelo modo de vida urbano aberto e tolerante, e que geralmente trabalham no campo criativo.

O ecossistema criativo combina o setor privado (agentes privados e corporativos), a academia, o governo (nos níveis local, regional e nacional), a sociedade civil organizada e consumidores. Todos esses atores estabelecem sinergias em torno de projetos criativos e realizam diferentes funções no processo de disseminação da cultura e da criatividade dentro do sistema de produção e da sociedade. O ecossistema favorece financiamentos, formação e fomentação de novos insumos.

Entre as proposições de políticas públicas para a expansão do ecossistema criativo estão a formação de capital humano e programas de treinamento, instituição de marcos regulatórios, investimento em infraestrutura e patrimônio cultural, apoio aos festivais, eventos nacionais ou regionais, estímulo a aceleradores e incubadoras e direcionamento de infraestrutura de pesquisa.

O meio empresarial pode fomentar programas de treinamento específico para o setor, investir em centros de pesquisa para as indústrias criativas com ferramentas de marketing, design, audiovisual, promover serviços de informação e inteligência de mercado para setores criativos, organizar prêmios e concursos, patrocinar atividades culturais e criativas, subsidiar a inovação, entre outras ações.

Temos que ter em mente que os setores criativos estão sendo caracterizados por um alto crescimento de produtividade e que a criatividade é um dos principais impulsionadores do processo de inovação em uma sociedade.

Países com ecossistemas criativos podem se concentrar no desenvolvimento de políticas que fortalecem os vínculos entre uma boa indústria criativa e outros setores, a fim de melhorar a produtividade global da economia.

As políticas também poderiam melhorar as relações com os conhecimentos para explorar o impulso inovador das atividades criativas como um todo.

Por fim, é importante reconhecer que as tecnologias digitais estão mudando a economia criativa. A tecnologia não oferece apenas novas ferramentas que permitem transformar ideias em produtos criativos, mas também novos canais para disseminá-las.

Texto de apoio: Políticas Públicas para La Creatividad Y La Innovación



**Leia a íntegra do estudo  
acessando aqui.**

## Patrocinadores



## Apoiadores

