

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
ESCOLA DE ARQUITETURA E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO URBANA

MAXUELE CRISTINE ZENI

**CIDADES CRIATIVAS E TURISMO URBANO SUSTENTÁVEL:
POTENCIALIDADES E LIMITAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO
ECOSSOCIOECONÔMICO DE FOZ DO IGUAÇU, PARANÁ**

**CURITIBA
2017**

MAXUELE CRISTINE ZENI

**CIDADES CRIATIVAS E TURISMO URBANO SUSTENTÁVEL:
POTENCIALIDADES E LIMITAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO
ECOSSOCIOECONÔMICO DE FOZ DO IGUAÇU, PARANÁ**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana – PPGTU, Escola de Arquitetura e Design, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR).

Orientador: Professor Doutor Mario Procopiuck

Linha de pesquisa: Políticas Públicas

**CURITIBA
2017**

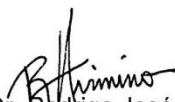
TERMO DE APROVAÇÃO

**“CIDADES CRIATIVAS E TURISMO URBANO SUSTENTÁVEL: POTENCIALIDADES
E LIMITAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO ECOSOCIOECONÔMICO DE FOZ
DO IGUAÇU, PARANÁ”**


Por

MAXUELE CRISTINE ZENI


Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana, na modalidade Mestrado Interinstitucional – MINTER, em parceria entre a Pontifícia Universidade Católica do Paraná e o Centro Universitário Dinâmica das Cataratas, área de concentração em Gestão Urbana.


Prof. Dr. Rodrigo José Firmino
Coordenador do Programa – PPGTU/PUCPR


Prof. Dr. Mario Procopiuck
Membro Interno – Orientador – PPGTU/PUCPR


Prof. Dr. Edilberto Nunes de Moura
Membro Interno – PPGTU/PUCPR


Prof. Dr. Altair Rosa
Membro Interno – PUCPR


Profª. Dra. Ana Solange Biesek
Membro Externo – PMFI - SMT

Curitiba, 25 de agosto de 2017.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente á Deus que sempre está ao meu lado; aos meus pais Candido Zeni e Ivaldete-Zeni que sempre me apoiaram e incentivaram; aos meus filhos Candido Zeni Neto e Ana Laura Zeni Calixto da Silva, que tiveram muita paciência e suportaram minha ausência por vários momentos; e ao meu orientador Dr. Mario Procopiuk, que sem ele não teria conseguido, pois sempre esteve ao meu lado me dando suporte e coragem para terminar esse mestrado.

Resumo

As atividades relacionadas à arte, à cultura, ao entretenimento e o turismo podem contribuir significativamente para a economia da cidade e para qualidade de vida da comunidade local. Por ter foco em produção artística e cultural, a ideia cidade criativa está intimamente ligada à economia criativa. A economia criativa é caracterizada por ter seu foco voltado para o fomento de modelos de negócio ou de gestão relacionados com atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir da aplicação intensiva do capital intelectual e da criatividade de indivíduos, com vistas à geração de trabalho e renda a partir da mobilização de recursos artísticos e culturais locais. Como um fenômeno organizado, a associação entre o turismo urbano, sustentabilidade e a cultura se pode trazer alternativas importantes ao modelo tradicional sustentado pela exploração um número restrito de centros de atração turística situados em limitadas áreas temáticas. Nessa linha, o trabalho procura compreender a associação entre desenvolvimento urbano sustentável, economia criativa e políticas públicas em Foz do Iguaçu para responder à seguinte questão de pesquisa: quais são as relações entre economia criativa e o turismo urbano sustentável associadas com a participação de agentes públicos, privados e da sociedade civil organizada local em relações ecossocioeconômicas na região de Foz do Iguaçu? Para isso, a investigação tem como objetivo avaliar as associações entre a economia criativa e o turismo urbano sustentável com a participação do poder público, de atores da sociedade civil organizada e da comunidade local em relações ecossocioeconômicas em arranjos de governança e ecologias criativas da região Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil. Metodologicamente, a investigação foi realizada com base em estudo de, tendo como *corpus* de análise uma base formada por fontes documentais, informações obtidas por meio de *survey* e via entrevistas com atores representantes de entidades públicas e privadas locais. Os resultados indicam que (I) o programa Nadeva contribuiu para formar uma ecologia criativa no campo das atividades artesanais, que foram potencializadas por meio do desenvolvimento de uma infraestrutura de suporte às atividades criativas regionais, de potencialização da capacidade criativa de artesãos, por meio da apropriação de tecnologias e de conscientização sobre práticas de comercialização de produtos de artesanato; (II) que apesar desses avanços no programa Nadeva para dinamização e fortalecer ativos culturais da região, não foi possível perceber claramente os reflexos nos discursos de gestores públicos da cidade de Foz do Iguaçu, como elementos importantes para a difusão da cultura local associada a atividades de turismo; (III) que a cidade apresenta dificuldades de associar as atividades do turismo tradicional centrado em atrativos distantes do centro urbano com os benefícios que a comunidade local poderia obter com a dinamização do turismo urbano sustentável; (IV) que a capacidade de formação de arranjos de governança local enfrenta dificuldades, assim como políticas de governo, para desenvolver de modo consistente e continuado políticas para o desenvolvimento local.

Palavras-chave: Arranjos de governança local; desenvolvimento local; economia criativa; cidade criativas; turismo urbano sustentável; Foz do Iguaçu.

Abstract

Activities related to art, culture, entertainment and tourism can contribute significantly to the city's economy and to the quality of life of the local community. By focusing on artistic and cultural production, the creative city idea is closely linked to the creative economy. The creative economy is characterized by its focus on the promotion of business or management models related to activities, products or services developed from the intensive application of intellectual capital and the creativity of individuals with a view to generating work and income. From the mobilization of local artistic and cultural resources. As an organized phenomenon, the association between urban tourism, sustainability and culture can bring important alternatives to the traditional model supported by the exploration of a restricted number of tourist attraction centers located in limited thematic areas. In this line, the work seeks to understand the association between sustainable urban development, creative economy and public policies in Foz do Iguaçu to answer the following research question: what are the relationships between creative economy and sustainable urban tourism associated with the participation of public agents, Private and local organized civil society in socio-economic relations in the region of Foz do Iguaçu? For this, the research aims to evaluate the associations between the creative economy and sustainable urban tourism with the participation of the public power, actors of organized civil society and the local community in socio-economic relations in governance arrangements and creative ecologies of the Foz region of Iguaçu, Paraná, Brazil. Methodologically, the investigation was carried out based on a study of, having as corpus of analysis a base formed by documentary sources, information obtained through a survey and through interviews with actors representing local public and private entities. The results indicate that (I) the Nandeva program contributed to the formation of a creative ecology in the field of artisan activities, which were enhanced through the development of an infrastructure to support regional creative activities, to enhance the creative capacity of artisans through Appropriation of technologies and awareness of marketing practices of handicraft products; (II) that despite these advances in the Nandeva program to stimulate and strengthen cultural assets of the region, it was not possible to clearly perceive the reflexes in the speeches of public managers of the city of Foz do Iguaçu, as important elements for the diffusion of the local culture associated to activities of tourism; (III) that the city presents difficulties to associate the activities of traditional tourism centered on attractions distant from the urban center with the benefits that the local community could obtain with the dynamism of sustainable urban tourism; (IV) that the capacity to form local governance arrangements faces difficulties, as well as government policies, to consistently and continuously develop policies for local development.

Keywords: Local governance arrangements; Local development; creative economy; Creative city; Sustainable urban tourism; Foz do Iguaçu, Paraná, Brazil.

LISTA DE SIGLAS

ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens
ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hotéis em Foz do Iguaçu
ACCI – Associação Ciclística Cataratas do Iguaçu
ACEFI – Associação Cultural e Esportiva Nipo Brasileira
ACIENS – Associação do Centro Integrado de Educação da Natureza e Saúde
ACIFI – Associação Comercial e Empresarial de Foz do Iguaçu
ADEAFI – Associação dos Desportistas Amadores de Foz do Iguaçu
ADEOP – Agência de Desenvolvimento Regional do Extremo Oeste do Paraná
ADERE – Associação de Desenvolvimento de Esportes
AEFI – Associação de Arquitetos, Agrônomos e Engenheiros de Foz
AIEC – Associação Internacional para Expansão da Conscienciologia
APEX – Associação Internacional da Programação Existencial
APROFOZ – Agência De Propaganda Foz Do Iguaçu Ltda.
ARACE – Associação Internacional para a Evolução da Consciência
ARAFOZ – Associação dos Recicladores Ambientais de Foz do Iguaçu
ASSINVÉXIS – Associação Internacional de Inversão Existencial
ASSIPEC – Associação Internacional de Pesquisas da Conscienciologia
ASSIPI – Associação Internacional de Parapsiquismo Interassistencial
ATIFI – Associação dos Transportadores Rodoviário Internacional de Foz do Iguaçu
ATRIFI – Associação de Turismo Receptivo Internacional de Foz do Iguaçu
CCBI – Centro Cultural Beneficente Islâmico de Foz do Iguaçu
CDMLLI – Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu
CEAEC – Centro de Altos Estudos da Conscienciologia
CEME – Conselho Estadual da Mulher Empresária
CESUFOZ – Centro de Ensino Superior de Foz do Iguaçu
CESUMAR – Centro de Ensino Superior de Maringá
COAAFI – Cooperativa dos Agentes Ambientais de Foz do Iguaçu
COAFASO – Cooperativa de Agricultura Familiar e Solidária do Oeste do Paraná
COJEFI – Conselho do Jovem Empreendedor de Foz
COMBRATUR – Comissão Brasileira do Turismo
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo
COMUS – Conselho Municipal da Saúde - Foz do Iguaçu
CONCIDADES – Conselho Nacional das Cidades
CONSCIUS – Associação Internacional de Conscienciometria Interassistencial
COPEFI – Conselho de Pastores e Ministros Evangélicos
COPEL – Companhia Paranaense de Energia
CORECON – Conselho Regional de Economia
CRA – Conselho Regional de Administração
CRC – Conselho Regional de Contabilidade

CREA – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Paraná
CRECI – Conselho Regional de Corretores de Imóveis
CRF – Conselho Regional de Farmácia
CRP – Conselho Regional de Psicologia do Paraná
DER – Departamento de Estradas de Rodagem do Paraná
DRF – Delegacias da Receita Federal
EADI – Estação Aduaneira do Interior
ECTOLAB – Associação Internacional de Pesquisa Laboratorial de Ectoplasma e Paracirurgia
EMATER – Empresa de Assistência Técnica de Extensão Rural do Paraná
EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo
EVOLUCIN – Associação Internacional de Conscienciologia para a Infância
FAA – Faculdade Anglo Americana
FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná
FIRJAN – Federação das Indústrias do Rio de Janeiro
FOZTRANS – Instituto de Transportes e Trânsito de Foz do Iguaçu
FPTI – Fundação Parque Tecnológico Itaipu
FS – Fundação Serralves
IAC – Instituto Agrônomo de Campinas
IAP – Instituto Ambiental do Paraná
IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
ICVB – Iguassu Convention & Visitors Bureau
IFPR – Instituto Federal do Paraná Campus Foz do Iguaçu
IIPC – Instituto Interno de Projeção e Conscienciologia
INFRAERO – Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária-Aeroporto Internacional
ITAI – Instituto de Tecnologia Aplicada e Inovação
OAB – Ordem dos Advogados do Brasil
OIC – Organização Internacional de Consciencioterapia
PIB – Produto Interno Bruto
POLOIGUASSU – Instituto Polo Internacional Iguassu
PTI – Parque Tecnológico Itaipu
SANEPAR – Companhia de Saneamento do Paraná
SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná
SECHSFI – Sindicato dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade de Foz do Iguaçu
SECOVI – Sindicato da Habitação e Condomínios do Paraná
SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SEPEX – Sindicato das Empresas de Publicidade Externa do Paraná

SESCAP – Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas no Estado do Paraná

SESI – Serviço Social da Indústria

SICOOB – Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil

SICREDI – Sistema de Crédito Cooperativo

SINCOFOZ – Sindicato dos Contadores e Técnicos em Contabilidade de Foz

SINDETUR – Sindicato das Agências de Turismo do Estado do Paraná

SINDHOTÉIS – Sindicato dos Empregados em Hotéis, Bares e Similares

SINDILOJAS – Sindicato Patronal do Comercio Varejista Sindilojas

SINDITAXI – Sindicato dos Taxistas de Foz Iguaçu

SINDUSCON – Sindicato da Indústria da Construção Civil

SINE – Site Nacional de Empregos

SINGTUR – Sindicato dos Guias de Turismo de Foz do Iguaçu e Municípios da Costa Oeste

SINPROFOZ – Sindicato dos Professores de Ensino Superior e de Escolas Particulares da Região de Foz do Iguaçu

SITRACOCIFOZ – Sindicato dos Trabalhadores na Industria da Construção Civil de Foz do Iguaçu

SMDS – Secretaria Municipal da Defesa Social

SMTU – Secretaria Municipal de Turismo

UDC – União Dinâmica de Faculdades Cataratas

UMAMFI – União Municipal de Associação de Moradores de Foz do Iguaçu

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura

UNIAMÉRICA – Faculdade União das Américas

UNICIN – União das Instituições Conscienciocêntricas Internacionais

UNIFOZ – Faculdades Unificadas de Foz do Iguaçu

UNILA – Universidade Federal da Integração Latino-Americana

UNINTER – Centro Universitário Internacional

UNIOESTE – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Setores criativos nucleares e atividades associadas	11
Figura 2 – Dinâmica da ecologia criativa regional	13
Figura 3 – Relações entre artesanato, arte e design e as funções dos objetos	18
Figura 4 – Ciclo da Criatividade Urbana	21
Figura 5 – Políticas públicas sustentáveis	26
Figura 6 – Missão e objetivos do Projeto Ñandeva.....	42
Figura 7 – Área de abrangência do Programa Ñandeva	43
Figura 8 – Ponto de comercialização de produtos do projeto Ñandeva (2012).....	49
Figura 9 – Rede de governança da Codefoz	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução do Produto Interno Bruto de Foz do Iguaçu (199-2013).....	39
Gráfico 2 – Comparativo do PIB per capita Foz do Iguaçu frente ao do Brasil (1999-2013).....	39
Gráfico 3 – Evolução das atividades que compõem o PIB-M (1999-2013)	39
Gráfico 4 – Participação das atividades econômicas no PIB (1999-2013).....	40
Gráfico 5 – Avaliação de profissionais sobre o conceito de cidade criativa em Foz do Iguaçu .	57
Gráfico 6 – Avaliação de profissionais locais e de outras cidades sobre o conceito de cidade criativa em Foz do Iguaçu	58
Gráfico 7 – Avaliação de profissionais do setor público e do privado sobre o conceito de cidade criativa em Foz do Iguaçu	59
Gráfico 8 – Avaliação da percepção da valorização da cultura em Foz do Iguaçu pela prefeitura, setor de turismo, turistas e moradores.....	60
Gráfico 9 – Avaliação da percepção da valorização do artesanato em Foz do Iguaçu pela prefeitura, setor de turismo, turistas e moradores	60

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Trajetória história de indicadores do programa Ñandeva (2006 a 2013)	50
Tabela 2 – Representatividade de organizações e de áreas temáticas no Confoz.....	63

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Objetivo geral e objetivos específicos da pesquisa	4
Quadro 2 – Possibilidades de manifestações culturais a partir do artesanato	17
Quadro 3 – Categorias de artesanato	18
Quadro 4 – Vectores da governança urbana como catalizadores de criatividade	32
Quadro 5 – Quadro síntese dos objetivos e técnicas de pesquisa.....	35
Quadro 6 – Documentos obtidos na Itaipu Binacional.....	35
Quadro 7 - Documentos obtidos em Instituições diversas.....	36
Quadro 8 – Entrevistas realizadas	36
Quadro 9 – Focos de atuação do Projeto Ñandeva.....	52

Quadro 10 – Diretrizes estratégicas do CODEFOZ	64
Quadro 11 – Políticas públicas de Foz do Iguaçu e turismo sustentável (2008)	66
Quadro 12 – Resíduos sólidos e estações de tratamento de água	69
Quadro 13 – protocolo de intenções sustentáveis entre a Prefeitura e a Itaipu Binacional	70
Quadro 14 – Revitalização das margens do rio Boicy	72
Quadro 15 – Objetivos e perguntas da entrevista com gestores da Prefeitura	90
Quadro 16 – Objetivos e perguntas da entrevista com gestores do Projeto Ñandeva	91
Quadro 17 – Objetivos e perguntas da entrevista com comerciantes de produtos artesanais ..	92

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	5
1. Economia Criativa	5
1.1. Setores criativos e desenvolvimento ecossocioeconômico local.....	9
1.2. Classe Criativa e relações ecossocioeconômicas	12
1.3. Indústrias Criativas	15
2. Cidades Criativas	19
3. Turismo Cultural e Turismo Urbano Sustentável.	22
3.1. Turismo Cultural	22
3.2. Turismo Urbano Sustentável	25
4. Gestão urbana e governança em cidades criativas	29
4.1. Políticas públicas.....	29
4.2. Gestão e governança urbana	32
CAPÍTULO III – METODOLOGIA DA PESQUISA.....	34
1. Estratégia de pesquisa e objeto empírico	34
1.1. Objetivos, técnicas de pesquisa e técnicas de análise.....	34
1.2. Instrumentos de coleta e fontes de dados e informações	35
CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	38
1. Perfil socioeconômico e políticas públicas da Região de Foz do Iguaçu	38
2. Projeto Ñandeva e suas relações com o turismo sustentável.....	41
2.1. Estratégias e abrangência geográfica do Programa.....	42
2.2. Origens do programa e instituições envolvidas	44
2.3. Evolução do programa ao longo do tempo.....	45
2.4. Avaliações gerais sobre o Programa Ñandeva	51
2.5. Relações entre atores públicos e privados no Projeto Ñandeva	54
3. Avaliação de perspectivas relacionadas à ideia de cidade criativa	55
3.1. O artesanato e suas relações com o turismo e a imagem da cidade	55
3.2. Visões sobre a ideia de cidade criativa	56
4. Políticas públicas e governança para o desenvolvimento sustentável.....	61
4.1. Arranjos de governança local para o desenvolvimento sustentável	61
5. Políticas públicas e Turismo urbano sustentável em Foz do Iguaçu.....	65
CONCLUSÃO.....	74
REFERÊNCIAS.....	79

APÊNDICE I – INSTRUMENTOS DE PESQUISA	87
a) Questionário 1	87
b) Questionário 2	88
c) Roteiro De Entrevista 1	90
d) Roteiro De Entrevista 2	91
e) Roteiro De Entrevista 3	92

INTRODUÇÃO

Atualmente, Foz do Iguaçu é o segundo destino brasileiro mais procurado por estrangeiros, tendo no turismo uma de suas principais fontes de recursos. Para explorar esse potencial turístico foram desenvolvidos, na região tem sido desenvolvido projetos mobilizar e organizar artistas locais. Isso fez com que, atualmente, a produção artesanal de Foz do Iguaçu seja uma das mais estruturadas e organizadas da região, principalmente pelo trabalho participativo de várias entidades e artesãos locais que transformam os principais pontos turísticos da cidade em ícones artesanais. A participação social associada com a cultura, as artes, o artesanato, o entretenimento e as atividades turísticas são elementos importantes quando se discute a temática do turismo urbano sustentável associada com a economia criativa. Portanto, Como um fenômeno organizado, a associação entre o turismo e a cultura se pode representar uma alternativa importante para o esgotamento do modelo tradicional sustentado pela exploração um número restrito de centros de atração, como praias e grandes cidades.

A utilização de matéria-prima local por artesãos locais para o desenvolvimento dos artesanatos tem representado importante fonte de renda para um crescente número de pessoas da região. Isso associado com diferentes atividades que atraem e animam o turismo na cidade, abre possibilidades para que Foz do Iguaçu possa ser considerada com uma cidade criativa. As cidades criativas são, pois, aquelas que preconizam a integração entre atividades artísticas, culturais, sociais com o governo e a indústria. As vantagens trazidas pela integração desse conjunto de atividades inúmeras: aumento da produção cultural e artística na cidade; atração e retenção de talentos; promoção da diversidade social; aumento da oferta de empregos; aumento do potencial criativo das empresas; e atração de turistas.

As atividades relacionadas à arte, à cultura, ao entretenimento e o turismo contribuem significativamente para a economia da cidade e qualidade de vida da comunidade local. Por ter foco em produção artística e cultural, a cidade criativa está intimamente ligada à economia criativa. A economia criativa é caracterizada por ter seu foco voltado para o fomento de modelos de negócio ou de gestão relacionados com atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir da aplicação intensiva do capital intelectual e da criatividade de indivíduos, com vistas à geração de trabalho e renda a partir da mobilização de recursos artísticos e culturais locais.

Nesse sentido, a economia criativa vem sendo utilizada pelos países desenvolvidos para revitalizar o crescimento socioeconômico e fomentar a inovação, sobressaindo-se como estratégia importante para redução de desemprego e para a melhoria dos níveis de competitividade de países, regiões e localidades. Essa nova perspectiva da economia tem como vantagem permitir que cada país, região ou localidade explore habilidades, conhecimentos tradicionais e heranças culturais para fomentar o setor criativo e, ao mesmo tempo, promover a identidade cultural e auxiliar na inserção de atividades criativas nos setores de maior crescimento da sociedade.

A economia criativa e seu patrimônio intangível articulados por meio de políticas públicas apontam para recursos abundantes que se multiplicam com o uso, tais como: criatividade, diversidade cultural, conhecimento, experiência e valores humanos. Compreender e procurar meios de buscar soluções para desenvolvimento sustentável de contextos urbanos a partir do fortalecimento da capacidade de cidades gerar valor a partir de seus recursos intangíveis pautados na economia da cultura pode trazer soluções para políticas públicas locais, regionais e nacionais. Nesse sentido, é importante conhecer como governos se organizam para fomentar iniciativas baseadas na economia criativa.

Nessa linha, o presente trabalho, procurando compreender a associação entre desenvolvimento urbano sustentável, economia criativa e políticas públicas em Foz do Iguaçu, procura responder à seguinte questão de pesquisa: **quais são as relações entre economia criativa e o turismo urbano sustentável associadas com a participação de agentes públicos, privados e da sociedade civil organizada local em relações ecossocioeconômicas na região de Foz do Iguaçu?**

A dissertação está sendo desenvolvida dentro da Linha de Pesquisa Políticas Públicas, que procura desenvolver pesquisas sobre planejamento, gestão e governança, com foco voltado para arranjos institucionais e as práticas de articulação e participação de atores sociopolíticos envolvidos na elaboração, implementação e monitoramento em diferentes áreas de políticas públicas. Os objetivos da linha de pesquisa passam pela análise da transformação das práticas de atuação da administração pública e da sociedade civil, enfatizando, por exemplo, o uso de instrumentos de planejamento e de gestão em diferentes escalas:

comunitária, municipal, intermunicipal, metropolitana, estadual e em redes nacionais e internacionais. Mais especificamente, a dissertação está vinculada ao seguinte projeto estruturante: *arranjos institucionais e de governança para inovações em políticas públicas para desenvolvimento urbano*. Sob esse projeto são desenvolvidas pesquisas sobre

“arranjos institucionais e de governança para inovação em políticas públicas para desenvolvimento urbano compreendem investigações sobre planejamento governamental, arquiteturas institucionais e bases regulatórias públicas e público-privadas, redes de políticas e sistemas de governança multinível, considerando a capacidade de agência de atores do setor público, do setor privado e do terceiro setor implexos em diferentes estruturas político-administrativas em que se desenvolvem Ciclos de Políticas Públicas (concepção, elaboração, implementação e avaliação). As pesquisas têm por objetivos analisar, em perspectivas horizontais e transversais, as interações entre Administração Pública, o mercado e a sociedade civil organizada em ações instrumentalizadas por tecnologias de planejamento, modelos de gestão e estratégias de ação aplicáveis em municipalidades e comunidades implexas e articuladas em redes político-institucionais das esferas estadual, federal e de organismos internacionais” (PROCOPIUCK, 2015).

Sob o escopo da linha de pesquisa e vinculada ao projeto estruturante, a dissertação desenvolverá estudo teórico-conceitual e investigação empírica em busca de respostas para a questão de pesquisa, tendo como foco um objeto empírico em que se fazem presentes as temáticas *economia criativa e turismo urbano sustentável* articulados por arranjos organizacionais de *políticas públicas* envolvendo atores públicos e privados com preocupações com o desenvolvimento ecossocioeconômico local e regional. Esse objeto empírico é formado pela associação do programa Ñandeva e articulações em arranjos de governança local para viabilizar políticas públicas voltadas para o turismo urbano sustentável de Foz do Iguaçu.

O programa Ñandeva se desenvolve na Região de Foz do Iguaçu e, sucintamente, é caracterizado nos seguintes termos pelo Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu:

“Ñandeva significa “Todos Nós Juntos” em Guarani. É um projeto de Artesanato que envolve a tríplice fronteira entre Brasil, Argentina e Paraguai, no qual o Conselho é um dos parceiros. O Programa Ñandeva conta hoje com uma estrutura física, nas dependências do PTI junto a Itaipu Binacional, onde abriga oficinas para criação e aperfeiçoamento das peças de artesanato e qualificação dos artesãos que participam do programa” (CDMLLI 2017)

Com finalidade de buscar respostas para a pergunta de pesquisa, dentro das naturais limitações de um projeto de mestrado, o trabalho tem como objetivos geral e específicos os constantes da Tabela 1. Note-se que o objetivo geral se circunscreve a uma parte da abrangência geográfica e temática do projeto Ñandeva, mas com elementos suficientes para avaliar suas influências nas atividades criativas e no desenvolvimento urbano sustentável na cidade de Foz do Iguaçu.

Objetivo geral	Avaliar as associações entre a economia criativa e o turismo urbano sustentável com a participação do poder público, de atores da sociedade civil organizada e da comunidade local em relações ecossocioeconômicas em arranjos de governança e ecologias criativas da região Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil
Objetivos específicos	1) Delinear a trajetória histórica do projeto Ñandeva, tendo como foco os seus impactos no desenvolvimento cultural e artísticos, com impactos ecossocioeconômicos em ecologia criativa desenvolvida na região Foz do Iguaçu.
	2) Identificar os atores públicos, privados e da sociedade civil organizada participantes das diferentes fases do desenvolvimento do projeto Ñandeva.
	3) Identificar políticas públicas voltadas para o desenvolvimento sustentável em Foz do Iguaçu.
	4) Identificar os sistemas de governança firmados para a articulação dos diferentes interesses dos atores envolvidos com desenvolvimento sustentável em Foz do Iguaçu.
	5) Avaliar as contribuições do projeto Ñandeva para o fomento de atividades artísticas, culturais e de turismo urbano sustentável na cidade de Foz do Iguaçu.
	6) Avaliar as relações entre o turismo urbano sustentável e a ideia de cidade criativa em Foz do Iguaçu.

Quadro 1 - Objetivo geral e objetivos específicos da pesquisa

CAPÍTULO I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, em primeiro momento, são trazidos os fundamentos teórico-conceituais sobre os temas economia criativa, classe criativa, indústrias criativas como elementos que dão sustentação à ideia de cidades criativas. Em segundo momento, a discussão se centra na temática turismo urbanos sustentável. Finalmente, na terceira parte, é abordado o tema políticas públicas associado com a governança urbana e gestão urbana como meios para avançar para o desenvolvimento ecossocioeconomicamente sustentável.

1. Economia Criativa

Na atualidade, a criatividade é reconhecida como um cânone econômico e social fundamental na geração de riqueza e emprego e alinhados com a perspectiva do desenvolvimento sustentável, incorporando as mudanças tecnológicas e promovendo a inovação empresarial e o reforço da competitividade das cidades, regiões e países (FS 2008).

A economia criativa engloba atividades nas quais resultam em indivíduos exercitando a sua imaginação e explorando o valor econômico de suas criações. A economia criativa tem evoluindo a partir do que se denomina tradicionalmente com Economia da Cultura, que reconhece os recursos culturais e artísticos de um país eram tão importantes quanto as suas reservas minerais (MIGUEZ, PAULO 2007). Isso justifica que se invista, por meio de incentivos fiscais, em pesquisas e em projetos sustentáveis destinados a compreender e potencializar a utilização da dimensão intangível, ou seja, da criatividade para agregar valor a diferentes produtos, como, por exemplo, artesanato, joias, espetáculos artísticos, atividades culturais etc..

O conceito de economia criativa origina-se do termo *indústrias criativas*, que teve por inspiração o projeto *Creative Nation*, da Austrália, de 1994. Dentre outros elementos, na concepção e implementação desse projeto foi defendido fortemente a importância do trabalho criativo e sua contribuição para o desenvolvimento da economia daquele país, bem como do papel relevante das tecnologias como aliadas da política cultural. A partir dessas bases iniciais, subsequentemente, houve a

inserção de setores tecnológicos no rol das indústrias criativas (REIS, ANA CARLA FONSECA 2008).

Na Europa, em 1997, no início da gestão de Tony Blair, frente ao crescente acirramento da competição econômica global, houve a formação de uma força tarefa multissetorial para analisar as contas nacionais do Reino Unido, as tendências de mercado e as vantagens competitivas nacionais. Nessa ocasião, o Secretário de Cultura do Reino Unido, Chris Smith, declarou que tal iniciativa representava um exercício peculiar transversal às tradicionais divisões setoriais do aparelho da administração pública, unindo o governo e indústria em parceria para definir uma agenda com temas específicos para associar capital intelectual, criatividade e tecnologia (REIS, ANA CARLA FONSECA 2008).

Na atualidade, quanto a importância dessas atividades criativas no PIB mundial, Howkins (HOWKINS, JONH 2013, p.106) mostra que:

Mundialmente a economia criativa valia cerca de U\$\$ 2,706 trilhões em 2005, e está crescendo a uma taxa de 6% ao ano. Como, de acordo com o Banco Mundial produto interno bruto (PIB) mundial em 2005 era de U\$\$ 44,385 trilhões, a economia criativa representava 6,1% da economia global.

No Brasil, a economia criativa é um campo de estudo de prática que também tem ganho expressão e relevância a partir da década de 2000, que se estende para uma ampla gama de áreas de responsabilidade política e da administração pública. Em termos de desenvolvimento, essa nova perspectiva de desenvolvimento estabelece clara correlação entre economia e criatividade, abrindo possibilidades significativas de criação de valor e riqueza a partir da formação de um conjunto de atividades, como, por exemplo, propriedade intelectual, novas tecnologias, arte, cultura (BRASIL 2011; CAIADO, AURILIO SÉRGIO COSTA 2011).

Não obstante os avanços ocorridos até a atualidade, como campo de conhecimento em estágio pré-paradigmático, a definição de economia criativa ainda apresenta amplos consensos com precisão quanto sua abrangência, mesmo no âmbito de discussões teóricas mais abstratas (PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a; 2013b). Respeitando tais limitações, a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), considera a economia criativa como um conceito emergente que procura lidar na interface entre criatividade, cultura, economia e tecnologia em um contexto global contemporâneo dominado por imagens, sons, textos e símbolos” (UNCTAD 2010; 2011).

No campo das práticas para potencializar o desenvolvimento da economia criativa, Howkins (2013) indica que o grande desafio para avançar nessa nova base de desenvolvimento está em considerar conjuntamente dois conceitos para definir o conceito de Economia Criativa: economia e criatividade. A Criatividade é a capacidade de gerar algo novo com base em talentos, aptidões e está presente tanto no pensamento quanto na ação. A criatividade se mostrará toda vez que uma pessoa disser ou realizar algo novo, seja no sentido de “algo a partir do nada” ou no sentido de dar um novo caráter a algo já existente. A economia, que é a ciência que estuda a alocação de recursos escassos, tem como desafios se apropriar da criatividade para criar, redefinir e revitalizar os tradicionais sistemas para a produção, troca e consumo de bens e serviços para, por um lado, intensificar a utilização da criatividade como elemento gerador de valor e, por outro, reduzir a pressão sobre a utilização de recursos naturais.

No campo de estudos e pesquisas, o campo da economia criativa tem crescido significativamente nos últimos vinte anos. O foco nas atividades baseadas no capital intelectual e na indústria cultural tem representado importantes oportunidades para indivíduos, empresas, regiões e países impulsionarem a geração de riquezas, o crescimento econômico, geração de empregos e desenvolvimento local (UNCTAD 2010). Como alternativa promissora para enfrentar tais problemas, o conceito de economia criativa ganha relevância tanto em países em estágio desenvolvimento avançado quanto naqueles em vias desenvolvimento. Essa nova perspectiva se desvincula dos modelos econômicos tradicionais para assumir feições multidisciplinares para abarcar a economia, a tecnologia e a cultura, tendo como foco de atenção serviços e produtos culturais com elevados conteúdos criativos (PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a).

Apesar da falta de fundamentos teóricos mais consistentes, já é possível desenvolver estratégias para modelagem de políticas públicas destinadas a fertilizar e fortalecer para que seja possível conceber e implementar ações público-privadas para despertar e desenvolver capacidades cognitivo-culturais, contribuindo, assim, para a alavancagem de atividades industriais e manufatureiras tradicionais. Com isso, elevando as possibilidades impulsionar comunidades urbanas viáveis não só economicamente, mas, concomitantemente, coesas e fortalecidas internamente a partir do fortalecimento e estreitamento de laços de sociabilidade, de solidariedade e

de participação democrática (PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a).

Nessa perspectiva para articulação de novos capitais para impulsionar o desenvolvimento, ganham destaque atividades: design, arquitetura, turismo, produtos culturais, mídias, desenvolvimento de games, dentre outros que têm sua principal sustentação na criatividade (COSTA, ARMANDO DALLA e SOUZA-SANTOS, ELSON RODRIGO DE 2012; PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a). Estes “novos” produtos representam valores crescentes de participação na produção de riqueza e no comércio internacional. Esta nova economia criativa tem despertado interesse de governos, principalmente em relação a estudos sobre como políticas poderiam fomentar o setor (BRASIL 2011).

Em consonância com essas tendências, no Brasil, estudos desenvolvidos pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAN (FIRJAN 2008) apontam que cerca de 638 mil pessoas estão empregadas (formalmente) no núcleo dos segmentos criativos no Brasil, o que representa 1,82% dos empregos formais disponíveis. No Estado do Paraná, esse índice é de 1,6%. Nesse mesmo relatório conclui-se que a cada emprego gerado no campo criativo há um efeito multiplicador gerado em outros segmentos econômicos da cadeia produtiva, onde há pelo menos outros quatro empregos gerados em atividades relacionadas. Portanto, apesar da relativamente baixa representatividade dessa nova perspectiva da economia em relação à perspectiva tradicional, há fortes indícios de que pode ser promissora em termos de novas possibilidades de desenvolvimento.

A economia criativa, assim, se mostra com potencialidade gerar crescimento econômico e desenvolvimento, com potencial de gerar renda, emprego e promover inclusão social e desenvolvimento humano a partir da interação criativa de recursos econômicos, culturais e sociais com recursos tecnológicos para gerar utilidades de natureza cognitivo-culturais. Surge como área de conhecimento e como campo de atuação prática que abrange desde níveis macro até níveis micro, requerendo abordagens multidisciplinares e políticas inovadoras para impulsionar indústrias, cidades e nações criativas (PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a).

Para que as cidades e regiões possam se manter ativas sustentáveis em termos econômicos, sociais e ambientais, boa parte do discurso capitalista da

contemporaneidade “defende a necessidade de aumentar o desenvolvimento criativo de tecnologias básicas, de sistemas de trabalho flexíveis e de estruturas de mercado, com fundamentos em dimensões cognitivo-culturais” (PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a, p.16). Nesse sentido, gestores urbanos, lideranças locais e acadêmicos têm se esforçado para encontrar novos meios para que as cidades se posicionarem com vantagens nesse contexto de desenvolvimento socioeconômico. Isso tem levado a esforços para concepção e implementação de estratégias para atrair, realocar e aplicar produtivamente o capital intelectual em diferentes perfis de cidades (HOWKINS, JONH 2013; PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a).

O conceito de “economia criativa” evoluiu, portanto, ao longo do tempo e por diferentes caminhos, sempre como meio voltara a atenção para papel da criatividade aplicada como uma força para criação de novas possibilidades ou de criação de novas perspectivas para a economia contemporânea. Isso, no campo das práticas, tem se materializado em propostas de desenvolvimento econômico e cultural não como fenômenos independentes, mas inseridos em um processo maior de desenvolvimento sustentável (UNCTAD 2010). O desafio que se mostra no presente está, portanto, em identificar particularidades locais que possam impulsionar o desenvolvimento econômico e social em diferentes contextos do Brasil

1.1. Setores criativos e desenvolvimento ecossocioeconômico local

Diante de uma infinidades de alternativas, diferentes contextos sociais e políticos investem no desenvolvimento de tecnologias avançadas, na especialização serviços inovadores, no incentivo a atividades manufatureiras neoartesanaís (moda, turismo, gastronomia, produtos audiovisuais, produtos culturais etc.) (PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013b). Essas possibilidades de inovar no fomento de novas oportunidades de geração de renda e riqueza a partir da rearticulação criatividade, cultura, economia e tecnologia para concepção, articulação e implementação de estratégias com base em possibilidades de obter um desenvolvimento local mais sustentável.

As atividades criativas são relativas e estão ligadas diretamente à cultura local, o que, em muitos casos, tem gerado dificuldades em definir quais atividades,

de fato, podem ser consideradas criativas em cada sociedade. Com essa preocupação, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura (UNESCO), com fins de contribuir para identificar convergências entre parâmetros, elaborou um escopo dos setores criativos, que estão sendo modificados e adaptados de acordo com as necessidades de cada país. Em termos amplos, esse modelo foi construído considerando duas categorias macroeconômicas: setores criativos nucleares e os setores criativos relacionados. A primeira categoria agrupa as atividades que estão relacionadas diretamente com a questão do ato criativo e a segunda está relacionada com a atividade criativa. Uma terceira categoria é a dos setores que pertencem ao patrimônio imaterial, que representadas como transversais às duas categorias anteriores (BRASIL 2011).

As atividades relacionadas às economias criativas tendem a serem rotineiras e duradouras e se integram circuitos regulares. Entretanto, podem ser movimentadas periodicamente por eventos com maior ou menor amplitude (seminários, encontros, espetáculos, festas, salões, feiras, festivais, exposições etc.). Esses eventos, que são uma característica da área da cultura, se materializam em espaços e equipamentos específicos. A organização de eventos públicos planejados, articulados interinstitucional e intersetorialmente (setores criativos) se constitui em instrumentos fundamental para a ação organizada para realização de investimentos estratégicos por parte de agentes privados e públicos, valorizando e desenvolvendo instituições, equipamentos e recursos humanos (COUTINHO, LUCIANO 2011).

Em relação aos setores criativos em que ocorrem esses eventos e essas ações, na **Figura 1** estão demonstradas as atividades vinculadas aos setores criativos nucleares, de acordo com a categorização da UNESCO.

Setores Criativos Nucleares Macrocategorias	Atividades associadas
A. Patrimônio natural e cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Museus • Sítios históricos e arqueológicos • Paisagens culturais • Patrimônio natural
B. Espetáculos e celebrações	<ul style="list-style-type: none"> • Artes de espetáculo • Festas e festivais • Feiras
C. Artes visuais e artesanato	<ul style="list-style-type: none"> • Pintura • Escultura • Fotografia • Artesanato
D. Livros e periódicos	<ul style="list-style-type: none"> • Livros • Jornais e revistas • Outros materiais impressos • Bibliotecas (incluindo as virtuais) • Feiras do livro
E. Audiovisual e mídias interativas	<ul style="list-style-type: none"> • Cinema e vídeo • TV e rádio (incluindo internet) • Internet podcasting • Videogames (incluindo onlines)
F. Design e serviços criativos	<ul style="list-style-type: none"> • Design de moda • Design gráfico • Design de interiores • Design paisagístico • Serviços de arquitetura • Serviços de publicidade

Figura 1 - Setores criativos nucleares e atividades associadas
Fonte: Brasil (BRASIL 2011, p.29).

Formado por atividades produtivas alimentadas pelos insumos criatividade e conhecimento, o *setor criativo* vai além do que se considera *setor cultural*, que abarca a produção artístico-cultural (música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, cinema, fotografia). O *setor criativo* abrange também expressões ou atividades relacionadas com as novas mídias, a indústria de conteúdos, o *design*, a arquitetura, dentre outros. *Setores criativos* são, portanto, considerados “aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante de seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (BRASIL 2011, p.22).

1.2. Classe Criativa e relações ecossocioeconômicas

A classe criativa também inclui um grupo mais amplo de profissionais criativos. São artistas, engenheiros, músicos, cientistas de informática, escritores, empreendedores que compartilham um etos criativo comum no desenvolvimento dos seus trabalhos, que valorizam a criatividade, a individualidade, a diferença e o mérito pautados em elementos da cultura e da arte. São, portanto, pessoas que acrescentam valor econômico por meio da criatividade. Os valores da classe criativa são a individualidade, meritocracia, diversidade e abertura (UNCTAD 2010). No campo das atividades de cunho intelectual, que formam significativamente desenvolvidas a partir da democratização e da cultura, principalmente nos países desenvolvidos, Richard Florida e Irene Tinagli, em 2004, criaram o modelo dos 3 T's. Este modelo defende que, por um lado, a competitividade se desenvolve com base na Tecnologia, Talento e Tolerância e, por outro, que só com estes três fatores as nações estariam capacitadas a atrair, reter e desenvolver pessoas criativas. Nessa perspectiva, a contribuição para o crescimento econômico por parte da classe criativa diretamente proporcional à criação de espaços para que sejam criados, se manifestem e se desenvolvam o talento e tolerância, que caracterizam e maior a capacidade fomentar a inovação e a aposta na tecnologia. Nessa linha, também o sucesso das cidades será diretamente proporcional às suas capacidades em atrair a nova classe criativa (FS 2008).

Ilustrando a importância da classe criativa, o economista Richard Florida estimou que, no começo do século XXI, a classe criativa representava aproximadamente um terço da força de trabalho nos Estados Unidos e que o setor criativo representava praticamente a metade de toda a renda assalariada daquele. Isso correspondia a cerca de 1,7 trilhão de dólares, ou seja, equivalia à soma dos setores de manufatura e serviços. A partir de seus estudos, Florida conclui a sociedade atual está entrando na era criativa, com a elevação da criatividade ao posto de principal da economia (UNCTAD 2010).

Richard Florida, ao introduzir o termo “classe criativa” e demonstrar a sua importância como fator decisivo para elevar o potencial de desenvolvimento, contribuiu significativamente para a mudança conceitual ao destacar o papel criativo das pessoas na “era criativa”. A importância disso está no fato de que a economia estaria saindo de um sistema centrado no corporativismo e direcionando para

sistema centrado no ser humano. Em função disso, por exemplo, as empresas passaram a se mover em direção às pessoas, e não ao contrário, como ocorreu até então. A consequência disso para o contexto urbano é que as cidades passaram a se preocupar tanto de um clima humano quanto de um clima de negócios pautados nos capitais criativos (UNCTAD 2010). A justificativa para isso está no fato de que, para os criativos, as cidades mais atrativas são aquelas que apresentam diversidade cultural, são acolhedoras e tolerantes em relação a diferenças (FS 2008).

Contribuindo para avanços tanto no campo das teorias quanto das práticas, Richard Florida desenvolveu indicadores para a mensuração dos atributos de lugares quanto à sua capacidade de atrair e reter talentos da classe criativa, que, por sua vez, é responsável pela atração e fixação de empresas em territórios criativos. Os artistas e profissionais que dependem de elevado grau de arte na execução de seus ofícios representam o grupo central dessa classe. Isso ocorre também com as pessoas da economia criativa em que, especialmente, os cientistas, são, em grande parte responsáveis pela geração de inovações. Em função dessas condições, na atualidade, as cidades acabam por se inserirem em competições para atrair, manter e aumentar as suas classes criativas, bem como manter e desenvolver fatores que contribuam para isso (UNCTAD 2010).

Nesse sentido, bem representa a necessidade de estruturação das cidades para receber essa nova classe criativa, a busca de um modelo sintético de planejamento que associe a ideia de ecologia criativa com o planejamento e definição de políticas, como apresentado esquematicamente na Figura 2.

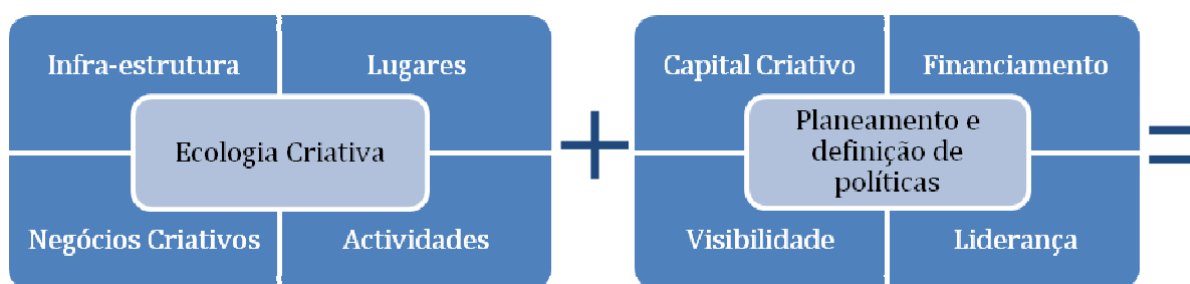


Figura 2 - Dinâmica da ecologia criativa regional
 Fonte: Fundação Serralves (FS 2008, p.48)

O modelo representado na Figura 2 foi criado a partir da metodologia criada pela *Creative Columbus Policy Steering Committee*, da Austrália. Esse modelo procura integrar as seguintes quatro **dimensões da ecologia criativa**: *infraestrutura criativa*, que inclui todo o sistema de suporte à atividade criativa (espaços,

equipamentos, financiamento, acesso aos mercados); *lugares criativos*, que podem ser regiões, cidades ou bairros com potencial de atrair e reter talento e criar-lhes um verdadeiro ambiente criativo; *atividades criativas*, como eventos, feiras, exposições, mercados e festivais que permitam favorecer experiências criativas e o estabelecimento de processos de consumo e de troca de bens e serviços criativos; *negócios criativos*, que se constituam em ativos criativos para alocação de indivíduos e empresas com potenciais e interesses em desenvolver trabalho criativo com expressão econômica (FS 2008).

A conjugação das quatro dimensões da Ecologia Criativa, como indicado na Figura 2, possui relação direta e influências dos seguintes **vetores estratégicos**: *liderança*, que ganha consistência com um modelo de governança que inspire e promova a obtenção de sinergias; *financiamento*, que disponibilize acesso a recursos públicos e privados para alavancagem de negócios criativos; *capital criativo*, que estimule as pessoas criativas, atraindo-as e retendo-as, e o crescimento da quantidade e qualidade de bens e serviços criativos por elas produzidos; *visibilidade* proporcionada por ações de *marketing* e reforço à identidade de uma determinada região ou cidade como território criativo (FS 2008).

O modelo representado na Figura 2 sugere as *políticas públicas* não devem ser canalizadas diretamente para a criação de condições de alavancagem do capital criativo existente no território, para reforçar o valor econômico produzido pelas *indústrias criativas* que operam no contexto da *ecologia criativa*. O papel das *políticas públicas* deveria, portanto, ser de fomentar o crescimento da *economia criativa* local (FS 2008).

Alinhadas com essas novas perspectivas de desenvolvimento, as cidades estão obtendo sucesso na nova economia ao se constituírem com lugares criativos, tolerantes e inovadores. Nesse sentido, as cidades estão investindo intensamente em futuros com alta tecnologia e de ativação de seus recursos criativos vinculados à arte e à cultura para dinamizar experiências culturais e artísticas, bem como os novos negócios criados para articular os novos ativos que, criativamente, vinculam arte, criatividade, cultura e tecnologia (UNCTAD 2010). Com base nessas discussões é que se justifica a importância de buscar meios para compreender a interface entre criatividade, cultura, economia e tecnologia para concepção, articulação e implementação de estratégias de desenvolvimento local sustentável,

aliando a dimensão econômico-criativa à ideia de cidades criativas (PROCOPIUCK, MARIO e FREDER, SCHIRLEI MARI 2013a).

Nessa direção, uma dimensão importante das atividades ligadas com a cultura local está na articulação interorganizacional para utilização do patrimônio natural e cultural manifestadas em festividades, espetáculos, celebrações, artes visuais e artesanato para promoção e desenvolvimento social, econômica e ecologicamente equilibrados. Nesse sentido, a ecossocioeconomia, como concebida por Sampaio (2010, p.41-42), sugere a eminência de uma ação extraorganizacional em que o agente organizacional procura minimizar os impactos de sua ação sobre o entorno territorial. Nessa perspectiva, a participação interorganizacional ocorre em espaço mediado entre o interesse público e o interesse privado pautado pela intersubjetividade e nos entendimentos buscados a partir da linguagem do cotidiano.

1.3. Indústrias Criativas

O surgimento das indústrias criativas, que se alicerçam na propriedade intelectual e na criatividade aplicada para gerar riqueza e emprego, é um dos mais importantes fenômenos da mudança da estrutura econômica de localidades, regiões e países na contemporaneidade (FS 2008). A ideia da economia criativa chama a atenção para os importantes ativos criativos e ricos recursos culturais que existem em todos os países em desenvolvimento. As indústrias criativas que utilizam esses recursos não somente capacitam os países a contarem suas próprias histórias e projetar suas próprias identidades culturais singulares para si mesmos e para o mundo, mas também proporcionam a esses países uma fonte de crescimento econômico, criação de emprego e maior participação na economia global. Ao mesmo tempo, a economia criativa promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano (UNCTAD 2010).

Atualmente, as indústrias criativas estão entre as áreas mais dinâmicas da economia, proporcionando novas oportunidades de inserção de países em desenvolvimento na economia mundial. A aplicação intensiva de habilidades criativas mediante entrelaçamento entre artes, negócios, cultura e tecnologia torna possível a geração de renda, por meio de variedade possíveis negócios e de direitos de propriedade intelectual (UNCTAD 2013). Os primeiros registros acadêmicos em

relação as indústrias criativas são verificadas nas universidades australianas e britânicas. No aspecto estatal, aparecem como desbravadores esses dois países no primeiro responsável por ricos estudos, documentos realizados pela *Queensland University off Technology*, o segundo, responsável pelas políticas nas áreas esportiva, cultural, turística e de indústrias criativas.

As indústrias criativas são aquelas com origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que, ao articularem e aplicarem produtivamente esses recursos essencialmente humanos, têm significativos potenciais para gerar empregos e riquezas a partir da criação e exploração da propriedade intelectual. Essas indústrias podem ser, por exemplo, representadas pelas atividades em que se desenvolvem negócios relacionados à propaganda; à arquitetura, ao mercado de artes e antiguidades, artesanatos, design, design de moda, filme e vídeo; à criação de softwares de lazer interativo; à música e artes cênicas; à televisão e ao rádio. Portanto, em conjunto, economia criativa e indústrias criativas formam um campo que ultrapassa o da cultura para se inserirem em outras áreas do conhecimento, como economia e gestão (MIGUEZ, PAULO 2007).

Em termos práticos e como desafio analítico para compreender a dinâmica própria desse novo setor econômico é importante considerar que a estrutura das indústrias criativas depende do fornecimento de conteúdos criativos e inovadores produzidos por milhares de microempresas em todo o mundo. Devido à sua estrutura de mercado flexível, as indústrias criativas estão entre os setores mais dinâmicos do comércio mundial, a qual integra desde artistas independentes até as multinacionais (FS 2008). Essas indústrias abrangem processo de criação, produção, comercialização e distribuição de bens e serviços frutos da criatividade humana e da aplicação de capital intelectual, e têm por finalidade criar valor econômico e cultural, conteúdo criativo e realizar objetivos de mercado. São indústrias que fazem interface entre atividades econômicas com base no conhecimento e, caracteristicamente, trabalham com bens tangíveis e realização de serviços intelectuais intangíveis (UNCTAD 2011).

A indústria criativa é uma complexa agregação de setores e subsetores criativos e seus limites variam de acordo com cada região, englobando desde atividades baseadas no talento criativo do indivíduo e até o valor é baseado no conteúdo e no significado do produto, ou seja, no valor de expressão do produto (FS

2008, p.16). O Ministério de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido considera 13 setores na indústria criativa: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, *design*, moda, filmagem softwares interativos de lazer, música, artes performáticas, editoração, serviços de computação e rádio e televisão (FIRJAN 2008).

Em resumo, as indústrias criativas tem como base os indivíduos com talento criativo aliados com gestores de recursos econômicos e tecnológicos para geração de produtos vendáveis, cujo valor econômico têm fundamentos nas suas propriedades “culturais” ou “intelectuais” (FS 2008).

Em termos de tipos de manifestações artísticas populares passíveis de serem produzidas e, logo, serem objetos de atenção das indústrias criativas, há o artesanato. As manifestações artísticas populares podem ser classificadas de acordo como o Quadro 2.

Tipo de manifestação	Definição e exemplificação
Arte Popular	Manifestações musicais, poéticas, expressivas e plásticas que refletem o cotidiano de um determinado grupo, seu modo de viver. Esta categoria envolve, por exemplo, festejos, literatura de cordel, danças regionais, dentre outros. Conta com a produção de peças únicas, arquétipos frutos da criação individual.
Artesanato	Essencialmente próprio do trabalho manual, o artesanato é o ofício exercido pelo artesão (artesão + ato). Define-se em toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares. Conta com a produção de pequenas séries com regularidade, produtos semelhantes, porém diferenciados entre si. Fruto de uma necessidade.
Trabalhos Manuais	São trabalhos onde se utilizam moldes e padrões pré-definidos, o que resulta em uma estética pouco elaborada. Utilizados geralmente como forma de lazer ou em ocupações secundárias, em horários livres. São frutos de uma produção assistemática.
Industrianato/Souvenir	Frutos de uma produção em grande escala, com utilização de moldes, máquinas e equipamentos. Nesta categoria, diferentemente da categoria do artesanato, as pessoas envolvidas na produção têm conhecimento de apenas uma parte do processo de produção.

Quadro 2 - Possibilidades de manifestações culturais a partir do artesanato
Fonte: Artesol (2017)

Especificamente sobre o artesanato, as manifestações culturais podem ocorrer conforme as categorias consta do Quadro 3.

Categoria	Definição e exemplificação
Artesanato de Tradição	É o saber tradicional que manifesta no contexto de sua produção os modos de vida de quem o produz. Um artesanato que, diferentemente de outras categorias, guarda a memória de saberes tradicionais que se perpetuam e se renovam na

	arte de fazer. Esses saberes condensam experiências coletivas e demarcam formas de transmissão do conhecimento técnico e estético. Sua importância e seu valor estão no fato de obterem um passado, acompanharam histórias transmitidas entre gerações.
Artesanato Indígena	Representante da expressão cultural do povo indígena brasileiro, antes e depois da colonização portuguesa, que se iniciou no século XVI. O Artesanato Indígena, levando em consideração a diversidade de tribos indígenas existentes no Brasil, tem como destaque a cerâmica e o trançado, ambos com grande valor utilitário nas ações dos indígenas, voltadas para caça, alimentação, rituais entre outras. O Artesanato Indígena é resultante, em sua maioria, do trabalho coletivo, incorporado na vida tribal.
Artesanato de Referência Cultural	Valoriza a produção das técnicas artesanais e leva em seu resultado uma parcela de história do contexto de seu produtor. Resulta de uma invenção planejada de artistas e designers, unindo-se a artesãos. Esta união tem como foco a diversificação de produtos, sem deixar de lado seus traços culturais de grande representatividade.
Artesanato Conceitual	É aquele desenvolvido por grupos de indivíduos com algum tipo de formação artística que imprimem em seus produtos algum conceito cultural e/ou ambiental e não se prende aos aspectos da cultura regional, predomina a produção de pequenas séries onde a inovação é seu diferencial. Sua evolução é rápida, sistemática. Diferentemente das outras categorias artesanais, o elemento principal que caracteriza o Artesanato Conceitual é a INOVAÇÃO.

Quadro 3 - Categorias de artesanato
 Fonte: Artesol (2017)

Nas indústrias criativas, o artesanato associado com o design apresentam perspectivas promissoras quando vistos como complementares e passíveis de serem desenvolvidos em conjunto. No caso da presente pesquisa, é importante ter clareza nessas relações, já que o objeto de estudo busca alavancar o desenvolvimento local sustentável a partir de turismo urbano sustentável associado com um programa de revitalização cultural pautado na arte e no design como estratégia de geração de produtos comercializáveis. Neste ponto, o modelo representado pela Figura 3.

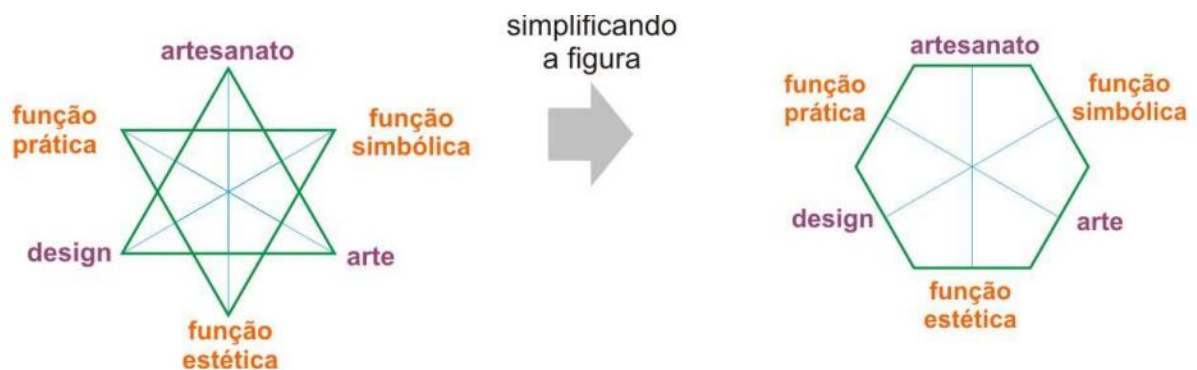


Figura 3 - Relações entre artesanato, arte e design e as funções dos objetos
 Fonte: Carniatio (2008, p.108)

Na perspectiva expressa na Figura 3, o design pode ser utilizado como um elemento tático para inserção dos produtos do artesanato no mercado; logo, servindo de fonte importante para geração de renda e desenvolvimento local.

2. Cidades Criativas

Os centros urbanos resultam da interação de um amplo e diversificado conjunto de agentes culturais que atua nas diversas fases de cadeias de indústrias criativas, desde o ato criativo até a produção e distribuição de bens e serviços. Nesses tem sido possível identificar e fomentar relações público-privadas com finalidade de potencializar a criatividade e o empreendedorismo para dinamizar bases de desenvolvimento local sustentável. Principalmente por relações de proximidade entre agentes produtivos, as cidades se constituem em *locus* privilegiados para a formação de arranjos criativos com potenciais de geração de impactos globais. As cidades criativas podem, em particular, se configurar desde aquelas pequenas o suficiente para afetar apenas indústrias culturais locais até a suficientemente grandes para servirem de portais para os mercados internacionais (UNESCO 2013).

A ideia de uma economia criativa também tem sido relacionada com a economia das cidades, do que surgiu o conceito de “cidade criativa”. Esse conceito abrange o complexo urbano que alberga vários tipos de atividades culturais, que representam um componente integral do funcionamento econômico e social da cidade (UNCTAD 2010). As cidades criativas surgem, portanto, a partir da concepção de que a cultura, os recursos e as competências endógenas locais se apresentam como fontes importantes de valor econômico e como fonte de inspiração para modos de vida, concepção de negócios e formas de expressão criativa. Nesse contexto, os gestores urbanos e de demais agentes interessados na dinamização da cidade em diferentes perspectivas procuram pautar suas atividades político-administrativa no sentido de transformar a aplicação da criatividade em negócios que possam impulsionar o desenvolvimento sustentável.

O conceito de cidade criativa foi desenvolvido por Charles Landry e tem sido evidenciado no contexto da economia e da indústria criativa. O termo denota um complexo urbano no qual as atividades culturais fazem parte integral da economia

local. Outras acepções indicam como cidades criativas como aquelas com maior concentração da “classe criativa”. As cidades criativas apresentam uma infraestrutura social e cultural plena e consistente. Além de possuírem alto nível de profissionais nos setores criativos, tendem a ser atrativos polos de investimentos. Algumas delas funcionam como expositoras dos costumes locais produzindo experiências culturais (REIS, ANA CARLA FONSECA e KAGEYAMA, PETER 2011). Cidades criativas podem utilizar o seu potencial criativo de diferentes modos, como, por exemplo, algumas funcionam como nós para a geração de experiências culturais aos habitantes e visitantes, mediante apresentação de seus ativos patrimoniais culturais ou por meio de suas atividades culturais nas artes cênicas ou visuais; outras como Bayreuth, Edinburg ou Salzburg, utilizam festivais que sedimentam uma identidade específica para a própria cidade (UNCTAD 2011).

A cidades criativas tendem a ser construídas com base em uma sólida infraestrutura social e cultural, possuírem altas concentrações de empregos criativos relativamente e serem atrativas para investimentos estrangeiros, principalmente em função das facilidades culturais bem estabelecidas que oferecem. Sobre o conceito de cidade criativa, as cidades possuem as pessoas como recursos cruciais e que, a partir delas, a criatividade emerge para relativizar a importância dos clássicos recursos naturais e grandes mercados consumidores como fatores de dinamização urbana. Atualmente, com base nessas novas ideias, em regiões como a Ásia, as cidades crescem enquanto em outras áreas, como a Europa, as indústrias tradicionais estão tendendo ao desaparecimento. Portanto, vive-se uma nova realidade em que o valor agregado das cidades passa a ser criado menos pelo que é fabricado e mais pelo capital intelectual que é aplicado aos produtos, processos e serviços (UNCTAD 2010).

Nessa linha, de acordo com Landry (2000, p. 133-134), os centros urbanos criativos devem ser administrados de modo que se sobressaiam os seguintes sete fatores: qualidades pessoais; vontade de agir e liderança; diversidade humana e acesso a talentos variados, a cultura organizacional; identidade local; espaços e instalações urbanas, e redes dinâmicas. O conjunto formado pela interação dinâmica entre esses atributos formaria uma cidade criativa. Contudo, em alguns casos, as cidades podem ser consideradas criativas com apenas alguns deles, mas tanto maior será sua capacidade quanto mais próxima estiver de possuir todos e em elevado patamar.

Avançar na direção do desenvolvimento de cidades criativas, segundo Charles Landry, demanda a construção de um ciclo de criatividade urbana, tanto como conceito teórico quanto como instrumento dinâmico que permite mapear uma cidade e explicitar o seu potencial de desenvolvimento criativo. A criatividade surge, assim, como um ativo e recurso que pode ser administrado a partir dos interesses da coletividade. Um referencial para isso podem ser as dimensões representadas na Figura 4.

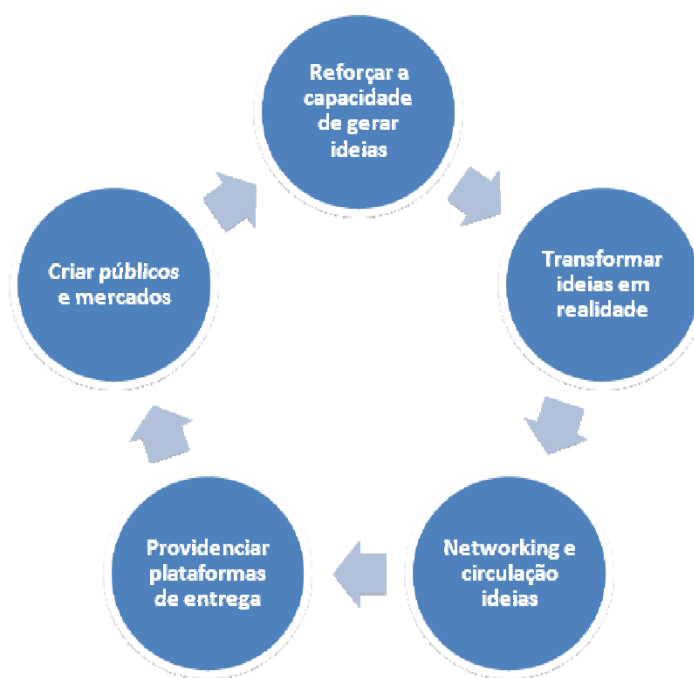


Figura 4 - Ciclo da Criatividade Urbana
Fonte: FS (2008, p.28).

No modelo representado na Figura 4, o *reforço na capacidade de geração de ideias* tem como foco o questionamento sobre como surgem as novas ideias, modelos inovadores de negócios, criações artísticas e novos serviços, se há número suficiente de pessoas para gerar novas ideias e se existem que as possa acompanhar e orientar nesse processo; a *transformação de ideias em realidade* busca garantir que um número crescente de pessoas tenham oportunidades de aplicar e testar suas ideias, com base em novas empresas, novos empreendimentos, produtos e serviços; *networking ou redes de circulação de ideias* diz respeito à capacidade que a cidade cria para que ideias circulem e mobilizem diferentes pessoas e organizações dispostas compartilhar sua criatividade e seus recursos; *providenciar plataformas ativas* está relacionado à criação de espaços ou

disponibilização de lugares para que sejam desenvolvidos produtos e serviços que expressem criatividade; *criar públicos e mercados* corresponde à capacidade de a cidade apresentar de forma acessível a diferentes públicos um mercado com padrões de qualidade aceitáveis.

3. Turismo Cultural e Turismo Urbano Sustentável.

O Turismo é um dos setores que tem apresentado o maior crescimento da economia mundial. Projeções da Organização Mundial de Turismo indicam que esse setor teria um crescimento de 5,7% até final de 2008, atingindo cerca de 900 milhões de turistas. Nesse contexto é importante observar que, nas últimas três décadas, o número de turistas culturais mais do que duplicou na Europa. Como um fenômeno organizado, o turismo cultura se desenvolveu como uma alternativa para o esgotamento do modelo tradicional sustentado pela exploração um número restrito de centros de atração, como praias e grandes cidades. Em relação a isso, grande parte dos turistas demonstram estarem cansados de encontrar reproduzidos em série os mesmos produtos em diferentes destinos. Por isso, procuram alternativas que ofereçam um consumo mais “qualificado”. Neste ponto é que reside a importância da construção de identidade e aquisição de capital cultural, que aponte para o uso da criatividade como alternativa ao turismo cultural convencional. Nesse contexto, o turismo cultural surge como uma resposta a uma demanda exigente, segmentada que procura mudança (FS 2008).

3.1. Turismo Cultural

Um aspecto importante que tem marcado o setor do turismo é que a criatividade tem se tornado central estratégias de desenvolvimento regional no turismo. Isso decorre de fatores, como, por exemplo, a elevação da importância da criatividade simbólica na economia representada por produtos culturais, a utilização da cultura como referencial para avaliar regiões e cidades, a demanda por novos produtos culturais para definir a identidade destinos em mercados tendentes à saturação, a necessidade de estruturação de recursos latentes nos lugares desprovidos de patrimônio forte como base de competição (RICHARDS, GREG e WILSON, JULIE 2006). Essas tendências apontam para a evolução no sentido de

pôr em evidência o turismo cultural, dado que a cultura tem sido utilizada progressivamente base de desenvolvimento econômico e social. Em termos práticos, isso é constatado pelo fato de o mercado do turismo cultural estar sendo crescentemente fomentado a partir de propostas de novas atrações patrimoniais, rotas e percursos culturais (FS 2008).

Um dos grandes desafios do turismo cultural tem sido como conseguir elevar significativamente os padrões de qualidade que lhes são peculiares, pois, em muitos casos, as práticas utilizadas ainda estão associadas a atividades tradicionais, que podem relevantes para o turismo conseguir assegurar a sua autenticidade, mas problemáticas quanto se considera a necessidade de adoção de abordagens inovadoras. Essa foi uma das conclusões de um estudo da *European Travel Commission* (2005) sobre as políticas de turismo na Europa, que apontou que o turismo cultural tende a ser mais tradicional do que inovador, resultando na perda de competitividade dos destinos que não conseguem associar à dimensão cultural opções de ofertas inovadoras (CRUZ, ANA RITA 2012).

O turismo cultural tem, portanto, se mostrado como um dos principais mercados do turismo mundial e em rápido crescimento. Para desenvolver essa modalidade, locais e regiões devem envidar esforços para desenvolverem sinergias entre cultura e turismo. Isso será fundamental para que possam elevar a sua atratividade como lugares para visitar, viver e investir; logo, aumentando a sua competitividade. Avançar nessa direção, dada a complexidade do setor cultural é fundamental o estabelecimento de alianças para a criação de plataformas de apoio para colaboração e de mecanismos que assegurem uma comunicação eficaz. Nessa linha, as indústrias culturais e criativas devem envidar esforços para desenvolverem abordagens amplas para cultura, incluindo ativos físicos e patrimônio imaterial associados com a criatividade (CRUZ, ANA RITA 2012).

Um dos caminhos para dinamizar as atividades de turismo cultural está em avançar para o desenvolvimento do turismo criativo, que ser visto como “uma viagem voltada para uma experiência engajada e autêntica, com a aprendizagem baseada na participação nas artes, no património, ou no carácter especial de um lugar e com a conexão que este fornece com os que lá residem e com a sua cultura viva” (UNESCO 2006, p.3) Para isso, os gestores e planejadores deverão ter envolvimento profundo no processo criativo, indo, portanto, além de simples

inovações do produto para reconhecerem o potencial criativo dos turistas. Nesse sentido, o desenvolvimento do Turismo Criativo servir de meio para reforçar a aproximação entre os setores da cultura e do turismo, ou seja, combinar o conhecimento e a capacidade criativa dos gestores culturais com o conhecimento do mercado dos especialistas em turismo. Essa associação criativa se sobressai como fundamental para a criação de um inovador e viável produto turístico (FS 2008).

O turista cultural pode ser identificado com uma pessoa jovem, com elevado nível de educacional, com vínculos profissionais a atividades culturais e detentor de elevada capacidade de interpretar e contextualizar o lugar ou a manifestação ou experiência visitada. Quanto, especificamente à atividade turística, o turista cultural pode ser enquadrado em três amplos perfis: *culturalmente motivados* forma um pequeno segmento de mercado atraído a um destino em função de motivações culturais, com propensão de passar várias noites no local de destino turístico; *culturalmente inspirado* por locais de interesse cultural e patrimonial – a exemplo de Granada ou Veneza – e apresentam tendências de todos querem ver os mesmos lugares, gerando problemas de gestão patrimonial, e com tendência de permanecerem durante curtos períodos nos destinos culturais e baixa motivação para regressarem ao mesmo local; e o *culturalmente atraídos* que realiza visitas de um dia a sítios de interesse cultural ou patrimonial (FS 2008).

Como visto, frente a um público exigente, o turismo criativo a ser desenvolvido endogenamente vai bem além do acréscimo um elemento criativo ao produto do destino. Os esforços devem ser envidados para avançar no potencial do uso criativo dos recursos do destino (herdados, criados ou criativos), de modo a propiciar uma experiência criativa ao turista. Nessa perspectiva, a diferença entre eventos criativos, lugares criativos e turismo criativo está no fato de este último conceito depender ampla e diretamente da participação e envolvimento ativo do turista. O turismo criativo vai bastante além de “assistir” ou “estar” para buscar a interação reflexiva por parte do turista. Em síntese, o turista criativo tende a estar envolvido em combinação de consumo qualificado com produção qualificada. É pela falta disso que normalmente há redução da capacidade de atrair e cultivar as energias criativas do consumidor como elemento central em territórios desenvolvidos com base no turismo cultural e patrimonial tradicional tendem a perder a sua capacidade competitiva. (FS 2008).

A cultura e o turismo na atratividade e competitividade dos territórios têm sido centrais para locais e regiões que procuram desenvolver os seus ativos culturais, tangíveis ou intangíveis, com vistas a desenvolver vantagens comparativas para o turismo. A cultura e o turismo estão interligados por força das suas sinergias óbvias e potencial de crescimento. Ao associar a criatividade ao turismo, de acordo com a OCDE (2009), há possibilidades de os turistas serem também atraídos a determinados locais criativos. Nesse sentido, há estratégias de turismo sendo desenvolvidas de modo que a criatividade possa ser incorporada em produtos de turismo cultural, incluindo elementos intangíveis e simbólicos da cultura local e regional relacionadas com a dinâmica de certos lugares. Exemplos disso são a expressão da arte local, a vida noturna, os bairros étnicos ou a gastronomia local. Normalmente isso tem sido trabalho quando buscam meios para desenvolvimento local via desenvolvimento de "bairros criativos" (CRUZ, ANA RITA 2012).

3.2. Turismo Urbano Sustentável

O turismo sustentável pode ser definido como “qualquer forma de desenvolvimento, gestão ou atividade turística que assegure uma proteção a longo prazo e uma preservação da natureza, da cultura e da sociedade de uma forma positiva e equilibrada para o desenvolvimento da economia e bem-estar dos indivíduos” (EUROPARC 2007, p.3). Com esse tipo de turismo pretende-se “responder às expectativas dos novos clientes [...], dando um novo sentido ao acto de viajar: o de, com tempo, descobrir e conhecer novas pessoas, novos lugares, e de se enriquecer com este encontro dando um pouco de si mesmo” (EUROPARC 2007, p.3).

O principal objetivo do turismo sustentável está em conservar os locais visitados, buscando baixos impactos ambientais e culturais associados com o desenvolvimento econômico local. Isso pode ser obtido quando procura-se assegurar as seguintes quatro dimensões fundamentais: **social** para abranger comunidade receptora, o património histórico-cultural e a interação com os visitantes, buscando a ampliação da qualidade de vida e da autoestima comunitária; **ambiental** como uma das principais fontes dos atrativos turísticos; **econômica** abrange os inter-relacionamentos e as interdependências da cadeia produtiva para a correta identificação e articulação das unidades de produção e de negócios turísticos

com elevada competitividade; **política** para instrumentalizar estrategicamente a gestão para coordenar as iniciativas locais, favorecendo o desenvolvimento sustentável (RAMOS, DULCINEIA BASÍLIO 2016).

Em termos estratégicos no âmbito da atuação de atores envolvidos com políticas públicas, a atividade turística sustentável ter, por exemplo, o seu desenvolvimento ecossocioeconomicamente sustentável pautado nas multidimensões expressas Figura 5, valorizando as dimensões gestão participativa e capacitação da comunidade, gestão participativa e crescimento, capacitação da comunidade e crescimento.

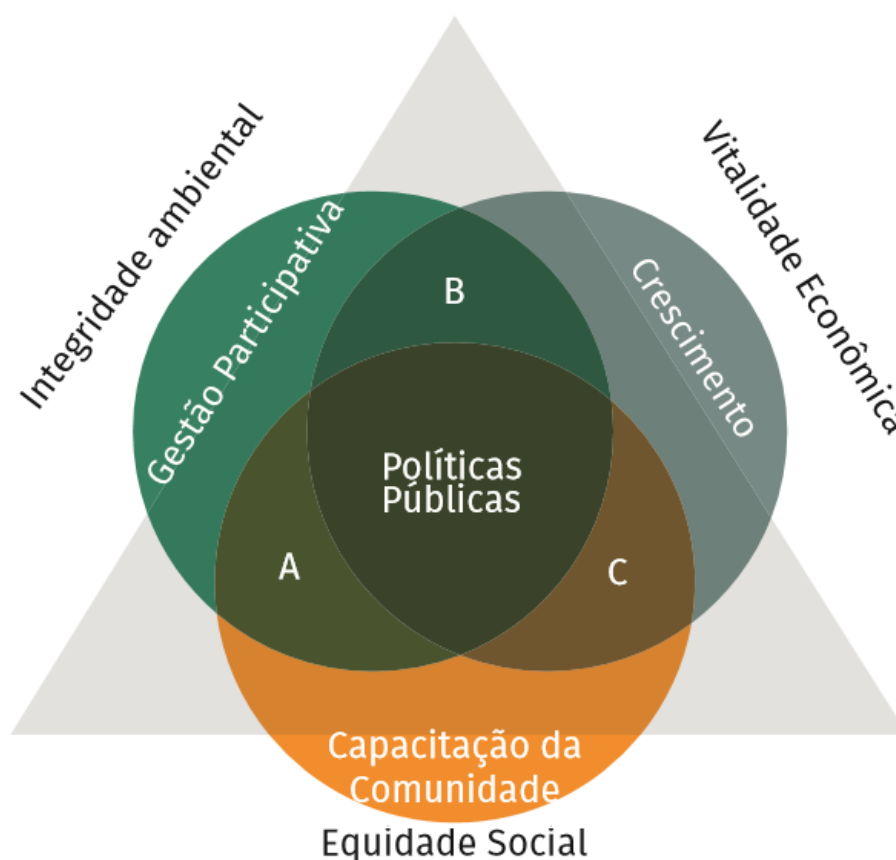


Figura 5 - Políticas públicas sustentáveis
Fonte: Rosa et al (2016, p.119)

A atividade turística sustentável normalmente contextualizadas em amplos espaços geográficos regionais e em função de requisitos, como, por exemplo, (I) a região deve ser caracterizada por um conjunto de características culturais, físicas e sociais que formem uma identidade regional; (II) existência de infra e superestruturas que sirvam de suporte para o desenvolvimento turístico; (III) ter abrangência superior a uma única comunidade ou atração turística; (IV) existência de atrações suficientes

ou potencial o desenvolvimento de atrativos; (V) possuir uma estrutura de governança que dê suporte ao seu planejamento turístico e a iniciativas de marketing para condução e fomento para o desenvolvimento futuro; e (VI) ser acessível a um grande contingente de turistas (GUNN, CLARE A. 1979).

Como atividade turística com potencial para servir de bases para o desenvolvimento regional, o turismo sustentável deve apresentar contribuições, como, por exemplo, apresentar possibilidades de redistribuição de rendimentos turísticos para desenvolvimento local; criação de emprego e de qualificação de recursos humanos para evitar sazonalidades e ampliar o escopo ocupacional das pessoas que se dedicam a tal atividade; elevar a simultaneidade da produção e consumo de produtos turísticos a partir do envolvimento de amplas cadeias de valor que envolvam pequenas e médias empresas; elevar a diversidade setorial, dado que o produto turístico tende a ser composto; instituir mecanismos de proteção, flexibilidade e competitividade de preços; fomentar estratégias de combate à sazonalidade (COOPER, C. P. *et al.* 1996).

Em relação ao desenvolvimento local e regional pautado no turismo sustentável é possível observar alguns elementos comuns de políticas, que são: “i) desenvolvimento da atividade turística de modo economicamente eficiente; ii) a defesa de que seja socialmente inclusivo das comunidades locais; iii) os cuidados, o gerenciamento da atividade turística de maneira a garanti-la para as gerações futuras.” (CORREA, RICARDO ANTONIO e GODOY, AMÁLIA MARIA GOLDBERG 2008, p.160)

A atividade turística vista em perspectiva regional é, por si só, insuficiente para compreender o fenômeno turístico com um todo, dado que ele pode diferir e apresentar particularidades em função de diferentes contextos locais. Uma dessas diferenciações está relacionada ao contexto urbano, em que se apresenta “apenas como uma das muitas atividades econômicas dentro de uma cidade e deve competir com uma série de outras indústrias por recursos, como trabalho e terra” (EDWARDS, DEBORAH *et al.* 2008, p.1033). A cidade, portanto, deve ser vista do ponto de vista de produto turístico. Com um produto nuclear, a cidade representa local em que modalidades turísticas se fragmentam e complementam em associação com a oferta global urbana. Para compreender a associação entre cidade e atividades turísticas, o contexto urbano deve ser observado globalmente e sob o ponto de vista dos

seus elementos constitutivos em termos de serviços e recursos (RAMOS, DULCINEIA BASÍLIO 2016).

Cidades, para que sejam atrativas turisticamente, devem possuir atributos, como uma população elevada que incentive o deslocamento de familiares e amigos; possuam locais turísticos com capacidade de atratividade por serem suficientemente desenvolvidos em termos de imagem, acessibilidade, conservação e identidade; estrutura de acesso aeroportuário e sistema de transportes organizados; quantidade e variedade de locais para hospedagem, e capacidade para grande e variado número de turistas com diferentes motivações e necessidades (LAW, CHRISTOPHER M. 1996).

Diante desses atributos, quando se pensa em turismo urbano, a definição daqueles que podem utilizados, desenvolvidos ou ampliados pode decorrer de tipologias pautadas na cultura, na história, em eventos de negócios, gastronômicos ou de compras. De modo articulado, todas estas ofertas podem formar o mercado turístico urbano, dando origem a múltiplos serviços. Portanto, uma aspecto fundamental para melhorar o processo de planejamento de uma cidade turística é entender como os turistas a visitam (ASHWORTH, GREGORY e PAGE, STEPHEN J. 2011). Neste ponto, reside a importância a atuação dos atores envolvidos com a gestão e planejamento urbano, dado que, de acordo com o relatório *Good Practice Guide on Planning for Tourism* (DCLG 2006) que os impactos turísticos positivos decorrentes da atividade turística urbana contribuem para a regeneração e a vitalidade urbana, o desenvolvimento de novos serviços e facilidades.

Finalmente, associando o turismo urbano com a abordagem do desenvolvimento sustentável, tem-se o desenvolvimento urbano sustentável, que pode ser visto como requer preocupações com preservação da herança patrimonial em políticas de desenvolvimento do meio urbano; a delimitação da capacidade de carga de infraestruturas, locais turísticos e espaços verdes; a manutenção e o reforço da identidade social-cultural da comunidade; o equilíbrio entre as necessidades dos visitantes e dos residentes; a viabilidade econômica para viabilizar o desenvolvimento planejado a longo prazo e a ampliação de oportunidades de emprego; a minimização de impactos ecológicos associado com o consumo consciente e limitado de produtos turísticos (PASKALEVA-SHAPIRA, KRASSIMIRA 2001). Para isso, é fundamental que haja envolvimento de uma multiplicidade de

organizações públicas e privadas envolvidas com o processo turístico da cidade e que procurem articular a aplicação de vários instrumentos e diferentes objetivos, que, quando devidamente combinados, possibilitem a formação de um sistema de gestão para o destino turístico (ASHWORTH, GREGORY e PAGE, STEPHEN J. 2011). Nesse sentido é importante compreender as relações entre a gestão urbana e as políticas públicas.

4. Gestão urbana e governança em cidades criativas

Nas seções abaixo é apresentada uma discussão sobre políticas públicas, gestão urbana e arranjos de governança local. O objetivo é trazer referenciais para analisar como a cidade se organiza e como os diferentes atores públicos, privados e do terceiro setor se articulam para defender seus interesses voltados para o desenvolvimento local.

4.1. Políticas públicas

As políticas públicas devem ser analisadas sob alguns aspectos importantes, sendo um o contexto histórico social. Nas diversas etapas históricas da construção de uma sociedade, as formalidades da administração nem sempre tiveram o mesmo sentido para os administrados; logo, os processos de formulação de determinadas políticas públicas devem ser analisados em função da particularidade de cada segmento de ação que se pretende compreender.

As políticas públicas, como tema particular da administração e organização Estado que podem ser utilizadas para o fomento do desenvolvimento sustentável em diferentes perspectivas, têm sido objeto de teorias que permearam todo o Século XX, o que demonstra que essa área do conhecimento humano é de vital importância para o estabelecimento e entendimento de uma sociedade organizada. Considerando que a implantação de uma determinada política pública depende da aprovação ou não de um determinado agente ou grupo de agentes públicos, há de se considerar que as decisões tomadas por eles poderão se no limite entre a decisão técnica e a decisão política, por vezes sendo mesmo impossível distingui-las. As políticas públicas têm por finalidade atender a demandas diversas (novas, recorrentes e reprimidas). Nesse sentido incorporam proposições de soluções por

parte do Estado com a finalidade de atender a tais demandas. São, portanto, meios de ação formados a partir de articulações entre o Estado, o mercado e o terceiro setor (BRANDIÃO, HUGO JUNIOR *et al.* 2007). A implementação de políticas públicas passa, portanto, por um processo de decisões que envolve atores de segmentos diversos da sociedade e do governo. Esse conjunto de ações, que deve buscar o bem-estar da sociedade, muitas vezes se situa entre a prevalência do interesse público e da organização sobre o particular. Neste ponto, a questão estaria em esclarecer se o bem-estar da sociedade é definido por ela própria ou pelo governo. Sendo a sociedade heterogênea, há normalmente interesses conflitantes, resultando que em diversos momentos há um direcionamento da formulação de políticas públicas para satisfação dos interesses de alguns desses grupos específicos.

As políticas públicas integram o conjunto de políticas estatais e se constituem em contribuições setoriais para a busca do bem-estar coletivo. Assim, cada política inclui diferentes aspectos prioritários em função de urgências e relevâncias setoriais (SARAIVA, ENRIQUE 2006b; 2006a). Ao considerar-se a política cultural,

veremos que ela abarca desde a preservação dos monumentos históricos até o fomento da cinematografia, passando pelas diversas atividades possíveis no campo das artes plásticas, do teatro, da música, etc. As ações públicas em cada um desses setores estarão sujeitas a prioridades determinadas, por sua vez, por linhas políticas e ideológicas: a áspera e antiga discussão sobre cultura erudita, cultura popular e cultura de massas; a questão do nacional versus o cosmopolita; a ação das indústrias culturais, integram o conjunto de problemas a partir de cujas respostas serão feitos os investimentos e alocados os recursos (SARAIVA, ENRIQUE 2011, p.94).

Na perspectiva das políticas públicas, todas as manifestações da cultura se apresentam passíveis de política cultural (SARAIVA, ENRIQUE 2011). Nesse campo de aplicação, de uma maneira geral, é possível identificar três linhas de abordagem na reflexão de política pública. A primeira tem **foco nos resultados globais e locais das políticas**, com as medições sobre produto agregado e trabalho oferecendo uma visão aproximada desses resultados. A segunda tem **preocupação voltada para os impactos sobre os agentes culturais e com os efeitos gerados na organização dos circuitos de produção e difusão simbólica** e, a partir disso, procura meios para fortalecer elos dos circuitos da economia criativa por meio da consolidação de cadeias, arranjos e redes, enfim, circuitos de produção e difusão são objetivos aproximados. Finalmente, a terceira abordagem está **voltada para os processos institucionais de produção econômica e nas suas relações com os poderes**

públicos, com atenção voltada para o desenho institucional, a estrutura de incentivos públicos, as inter-relações estabelecidas entre agências públicas, agentes culturais e o contexto normativo (COUTINHO, LUCIANO 2011).

Os impactos e as funções cumpridas pela política implementada determinam, portanto, sua relevância desde as decisões iniciais de definição de prioridades permeado todos os demais processos decisórios resultando em modificações sociais oriundas dessas políticas. O perfil dos atores envolvidos nas tomadas de decisões sobre a elaboração e implementação de políticas públicas pode ser fator contribuinte para o sucesso ou fracasso dos resultados, considerando os objetivos traçados, pois a feição administrativa desses atores pode ser reflexo direto do perfil da estrutura governamental envolvida. *“Desta forma, é possível verificar os impactos causados por decisões tomadas por estruturas governamentais com objetivos formulados em um processo que visa intervir em uma determinada realidade social, econômica, cultural e política.”* (BRANDIÃO, HUGO JUNIOR *et al.* 2007, p.77). Independentemente dos resultados obtidos com a implantação de um projeto dentro de terminadas políticas públicas, haverá alguma afetação à sociedade, considerando aí todos os seus diversos planos, seja porque efetivamente haverá melhoria na qualidade de vida ou porque houve expectativas frustradas quanto à solução de um problema.

No caso específico das políticas públicas direcionadas para os setores econômicos relacionados ao turismo, o seu início é marcado pela criação da Comissão Brasileira do Turismo (COMBRATUR), em 1958, e pela criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), em 1966. A sedimentação dessa estrutura institucional ocorreu em 2003, com a criação do Ministério do Turismo. A finalidade dessa estrutura sempre foi fomentar a atividade e a geração de empregos relacionadas à exploração do potencial turístico nacional. Um aspecto importante das políticas públicas desenvolvidas por essas instituições é percebido pela tendência de descentralização e municipalização das atividades do turismo (CORREA, RICARDO ANTONIO e GODOY, AMÁLIA MARIA GOLDBERG 2008, p.1962).

4.2. Gestão e governança urbana

Nessa linha de ação político-administrativa, a gestão urbana pode ser vista como um amplo processo de planejamento, intervenção, regulação e mediação que se desenvolve na produção do espaço e da dinâmica urbana, resultante do confronto e conjunção de interesses de diferentes atores sociais em diferentes momentos no tempo. Nesse processo, “governança urbana parece mostrar-se veículo particularmente estimulante para a disseminação da criatividade na cidade” (COSTA, PEDRO *et al.* 2009, p.2737). Nesse sentido, para pautar processo de planejamento urbano, esse autor apresenta os vetores da governança urbana definidos no Quadro 4.

Vectores de debate conjunto	Disseminação de informação	Assumindo o pressuposto de que a existência e ampla divulgação de informação e de conhecimento (incluindo, evidentemente, o conhecimento científico) é um dos mais importantes vetores de transparência democrática, de inclusão socio-política e, no fundo, de co-responsabilização
	Fóruns e workshops de debate	Instrumentos de participação de determinados agentes representantes de interesses concretos e/ou da sociedade civil em geral;
	Envolvimento cívico participativo	Desenvolvimento de instrumentos de participação dos agentes da sociedade civil nos processos de reflexão e de decisão política na cidade;
Vectores de estratégia conjunta	Construção conjunta de estratégias colectivas	Processos e espaços de discussão, de concertação e de contratualização entre diferentes actores, envolvendo-os em co-responsabilização para um projecto colectivo
	Envolvimento cívico deliberativo	Fomento da co-responsabilização social, e do aumento dos graus de motivação cultural para o envolvimento social nas próprias decisões políticas;
Vectores de administração e de responsabilização conjunta	Processos de descentralização e de reformulação de competências	Reconfigurando responsabilidades a diferentes níveis, do metropolitano/regional, ao da comunidade/bairro;
	Cooperação vertical (público-público)	Aprofundando acções baseadas nos princípios da subsidiariedade e da reciprocidade entre os diferentes níveis da administração;
	Cooperação horizontal (público-público)	Ampliando as políticas e acções de co-responsabilidade horizontal, especialmente aos níveis mais locais;
	Cooperação externa e internacional	Expansão de iniciativas de interrelação e de acção conjunta entre agentes públicos e privados de territórios e de cidades diferentes;
	Parcerias público-privadas	Desenvolvimento de projectos e acções de trabalho conjunto entre o sector público e o sector privado;
	Processos de avaliação	Existência de linhas de questionamento e de análise crítica de natureza independente (e de preferência científica), no sentido de uma efectiva valoração e responsabilização das acções

Quadro 4 - Vectores da governança urbana como catalizadores de criatividade

Fonte: Costa *et al.* (2009, p.2738).

Procurando compreender a dinâmica das cidades e, a partir disso, influenciá-la de acordo com o interesse dos diferentes atores, “as teorias da governança têm vindo a moldar muito do pensamento sobre a política urbana, [...] focadas com a coordenação e a fusão dos recursos públicos e privados, tornando-se numa estratégia adoptada, em graus diferenciados, pelas autoridades locais” (CRESPO, JOSÉ LUÍS MOURATO 2013, p.94). O foco de atenção dos gestores urbanos está, portanto, na compreensão a atuação em relações de forças entre grupos sociais politicamente representados no Estado e economicamente estabelecidos no espaço urbano. Nesse contexto relacional, os desafios dos gestores urbanos estão em encontrar pontos de equilíbrios entre as sociais, políticas, econômicas e culturais, que possibilitem o desenvolvimento local sustentável.

Assim, o Poder Público Municipal possui a responsabilidade pela concepção e execução de políticas públicas que potencializem o desenvolvimento urbano. Dentro deste enfoque deve cumprir dispositivos legais que disciplinam, limitam e controlam a atividade do gestor, bem como ter postura empreendedora para abrir novas frentes de desenvolvimento sustentável. É neste contexto que se insere a discussão sobre possibilidades de desenvolvimento do turismo urbano sustentável com base nos fundamentos da economia criativa. E, para isso, “a compreensão da capacidade da organização do poder local é essencial para a compreensão da gestão urbana” (CRESPO, JOSÉ LUÍS MOURATO 2013, p.96).

Desta forma, a gestão urbana vai além das responsabilidades de poucos agentes ou de um conjunto de instituições estatais, mas de um conjunto amplo de representantes de diferentes setores da sociedade, cada um procurando defender seus interesses. Nesse processo, de acordo com Pierre (1999), o modelos de governança urbana devem ser descritos e avaliados função de quatro variáveis: (I) composição dos principais participantes, (II) os grandes objetivos que caracterizam a governação, (III) os principais instrumentos utilizados para atingir esses objetivos, e (IV) os resultados mais comuns.

CAPÍTULO III – METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa pode ser vista como um “processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico” (GIL, ANTONIO CARLOS 2008, p.45). No presente caso, a pesquisa será do tipo aplicado, por o interesse estar na aplicação, na utilização nas consequências práticas dos conhecimentos sobre os temas desenvolvidos. A pesquisa será do tipo descritiva, dado que buscará explicitar uma realidade local para que se constitua no objeto a ser investigado. Quanto à abordagem, a pesquisa será exploratória, pois visa descobrir e organizar conhecimentos que ainda não foram suficientemente sistematizados para serem desenvolvidos com base em teorias específicas (LAKATOS, EVA MARIA e MARCONI, MARINA DE ANDRADE 1992; GIL, ANTONIO CARLOS 2008).

1. Estratégia de pesquisa e objeto empírico

Em termos de estratégia de pesquisa, o estudo será realizado com base em *estudo de caso*, pois trata-se de estudo em que procura-se compreender “como” e “porque” (YIN, ROBERT K. 2001, p.17) a economia criativa e o turismo urbano sustentável podem ser importantes para o desenvolvimento urbano, tendo como objeto empírico o contextos de Foz do Iguaçu, Paraná. O foco do estudo será impacto do Programa Ñandeva na economia criativa e no desenvolvimento local, considerando as estratégias de governança utilizadas pelos atores que o conduziram em diferentes momentos no tempo.

1.1. Objetivos, técnicas de pesquisa e técnicas de análise

Os trabalhos de pesquisa foram divididos em quatro fases distintas: quatro delas contam, cada uma, com um objetivo específicos (OE1 a OE4) e o objetivo geral (OG) resulta da consideração conjunta dos resultados obtidos em cada um dos objetivos específicos. Essa estrutura consta do Quadro 5.

No Quadro 5 também constam as técnicas de pesquisa utilizadas em cada uma das fases da pesquisa, bem como as fontes de dados a serem utilizadas.

Objetivos	Técnicas de pesquisa	Técnicas de análise
(OG) Avaliar as associações entre a economia criativa e o turismo urbano sustentável com a participação do poder público, de atores da sociedade civil organizada e da comunidade local em relações ecossocioeconômicas em arranjos de governança e ecologias criativas da região Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil.	Associação dos resultados obtidos nos objetivos OE1 a OE6	Síntese de resultados parciais
(OE1) Delinear a trajetória histórica do projeto Ñandeva, tendo como foco os seus impactos no desenvolvimento cultural e artísticos, com impactos ecossocioeconômicos em ecologia criativa desenvolvida na região Foz do Iguaçu.	Levantamento documental	Análise de conteúdo Análise histórica
(OE2) Identificar os atores públicos, privados e da sociedade civil organizada participantes das diferentes fases do desenvolvimento do projeto Ñandeva.	Levantamento documental Entrevistas abertas	Análise de conteúdo Análise de discurso
(OE3) Identificar políticas públicas voltadas para o desenvolvimento sustentável em Foz do Iguaçu.	Levantamento documental Entrevistas abertas	Análise de conteúdo Análise de discurso
(OE4) Identificar os sistemas de governança firmados para a articulação dos diferentes interesses dos atores envolvidos com desenvolvimento sustentável em Foz do Iguaçu.	Levantamento documental Entrevistas abertas	Análise de conteúdo Análise de discurso
(OE5) Avaliar as contribuições do projeto Ñandeva para o fomento de atividades artísticas, culturais e de turismo urbano sustentável na cidade de Foz do Iguaçu.	Levantamento documental Entrevistas abertas	Análise de conteúdo Análise de discurso
(OE6) Avaliar as relações entre o turismo urbano sustentável e a ideia de cidade criativa em Foz do Iguaçu.	Levantamento documental Entrevistas abertas Questionários	Análise de conteúdo Análise de discurso Estatística descritiva

Quadro 5 - Quadro síntese dos objetivos e técnicas de pesquisa

1.2. Instrumentos de coleta e fontes de dados e informações

Como estratégia para alcançar o objetivo OE1 foi realizado levantamento documental na sede do Projeto Ñandeva, que está localizada nas dependências administrativas da Usina Hidrelétrica Itaipu Binacional, em Foz do Iguaçu. Nesse levantamento foram obtidos os documentos relacionados no quadro Quadro 6.

Documento	Síntese do conteúdo	Meio
1) Relatórios anuais de atividades da Fundação Parque Tecnológico Itaipu (FTPI 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016)	Área de planejamento e gestão; capacitação gerencial; formação de arranjos de governança; sustentabilidade financeira; diagnósticos do setor artesanal; formação de infraestrutura; mobilização e atendimento de artesãos; desenvolvimento e aplicação de novas tecnologias de artesanato; desenvolvimento de novos produtos; divulgação; comercialização; difusão do conhecimento; gestão participativa; desenvolvimento sustentável da região; sustentabilidade social; participação social;	Eletrônico
2) Diretrizes estratégicas (FTPI 2017)	Missão e objetivos	Eletrônico

Quadro 6 - Documentos obtidos na Itaipu Binacional

Além disso, foram obtidos documentos oficiais publicados nas em outras instituições participantes do projeto Ñandeva de iniciativas para formação de arranjos de governança local voltados para políticas de desenvolvimento sustentável, conforme Quadro 7

Documento	Síntese do conteúdo	Tipo
1) Relatório final do Vivências Brasil: aprendendo com o turismo nacional 2008/2009 - Etapa Foz do Iguaçu - Ecoturismo em Unidades de Conservação	Relato histórico sobre os momentos iniciais do programa Ñandeva	Relatório do Ministério do Turismo
2) CORREA, R. A. E GODOY, A. M. G. Políticas públicas e turismo sustentável em Foz do Iguaçu. Revista Paranaense de Desenvolvimento, n.115. p.149-172. 2008.;	Políticas públicas de turismo em Foz do Iguaçu e programa Ñandeva	Artigo
3) POZZOBON, JOÃO C.; LUCAS, JULIANA FENNER R. E MORA, NORA D. Da pesquisa à extensão: aproveitamento de lodo de eta e m cerâmica Artística na região trinacional. In: I Seminário Nacional de Meio Ambiente e Extensão Universitária. Marechal Cândido Rondon: Universidade Estadual do Oeste do Paraná, 2010.	Programa Ñandeva e tecnologias relacionadas ao artesanato.	Artigo
4) OLIVEIRA, V. D. S.; HINNING, J. P.; TEIXEIRA, E.; PIENIZ, L.; VIEIRA, N. B.; SARA, M. E OLIVEIRA, P. V. Percepções sobre economia criativa, identidades como horizontes para projetos sustentáveis. In: XVIII Seminário Interinstitucional de Ensino, Pesquisa e Extensão, XVI Mostra de Iniciação Científica, XI Mostra de Extensão. Cruz Alta: Unicruz, 2013.	Economia criativa; identidade; projetos sustentáveis	Artigo
5) Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu (CODEFOZ)	Desenvolvimento sustentável; turismo urbano sustentável.	Atas e relatórios
6) PAIVA, CARLOS ÁGUEDO.2014. In: (Ed.) Plano de desenvolvimento econômico de Foz do Iguaçu: Diagnóstico. Foz do Iguaçu: Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu. p.74.	Desenvolvimento sustentável; desenvolvimento regional; turismo; atividades da economia criativa	Relatório

Quadro 7 - Documentos obtidos em Instituições diversas

Para alcançar os objetivos OE2 e OE3, além da base documental indicada no Quadro 6 e no Quadro 7, foram realizadas entrevistas com os atores indicados no Quadro 8. Essas entrevistas foram realizadas de acordo com os Roteiros 1 e 2, que constam como Apêndice deste trabalho. Os atores entrevistados contam do Quadro 8. Foi assegurada o anonimato de todos os entrevistados e para isso os nomes e funções não são indicados no presente trabalho.

Organização	Identificação
1) Projeto Ñandeva/Itaipu Binacional	Entrevistado A
2) Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu	Entrevistado B
3) Integrante do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu	Entrevistado C

Quadro 8 – Entrevistas realizadas

As informações para avaliação dos objetivos OE5 e OE6 forma obtidas por meio da aplicação do Questionário 1 (Vide Apêndice).

CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa tem como objetivo avaliar as contribuições da economia criativa para o turismo urbano sustentável associadas com a participação do poder público local em Foz do Iguaçu a partir do projeto Ñandeva.

1. Perfil socioeconômico e políticas públicas da Região de Foz do Iguaçu

Um evento marcante da história da região de Foz do Iguaçu ocorreu em outubro de 1982, quando foi iniciada a formação da represa Usina Hidrelétrica de Itaipu, que inundou uma área de 1.350 km². Esse empreendimento binacional iniciado em 1974, envolvendo Brasil e Paraguai, gerou um grande passivo ambiental, com o desaparecimento das Sete Quedas do rio Paraná, e com significativas perdas financeiras para a região com a redução do potencial turístico. Os impactos sociais também foram sentidos pela desapropriação de 33.925 hectares ocupados por milhares de famílias com dependência econômica da agricultura familiar, além dos reflexos dos problemas decorrentes da atração de grandes contingentes de trabalhadores com baixa qualificação durante a construção da hidrelétrica, e com consequente desocupação após a conclusão da obra. Essas transformações ambientais repercutiram em significativo impactos urbanos nas cidades da região, como, por exemplo ampliação do exercício de atividades informais, fomento do comércio ilegal, contrabando e descaminho (CORREA, RICARDO ANTONIO e GODOY, AMÁLIA MARIA GOLDBERG 2008).

Em 2010, a cidade tinha 256.088, o que a na 7^a posição dentre 399 municípios paranaenses. A densidade demográfica é de 414,58 habitantes por km², o que a situa como a 8^a cidade com maior densidade no Paraná (IBGE).

Em 2014, a cidade de possuía um Produto Interno Bruto per capita de R\$ 33.079,46, o a colocava na 66^a posição entre as cidades paranaenses.

O Gráfico 1 mostra o Produto Interno Bruto Municipal de Foz do Iguaçu em evolução entre 1999 e 2013 enquanto o Gráfico 2 o PIB per capita.



Gráfico 1 - Evolução do Produto Interno Bruto de Foz do Iguaçu (199-2013)
 Fonte: Deepask (2017)

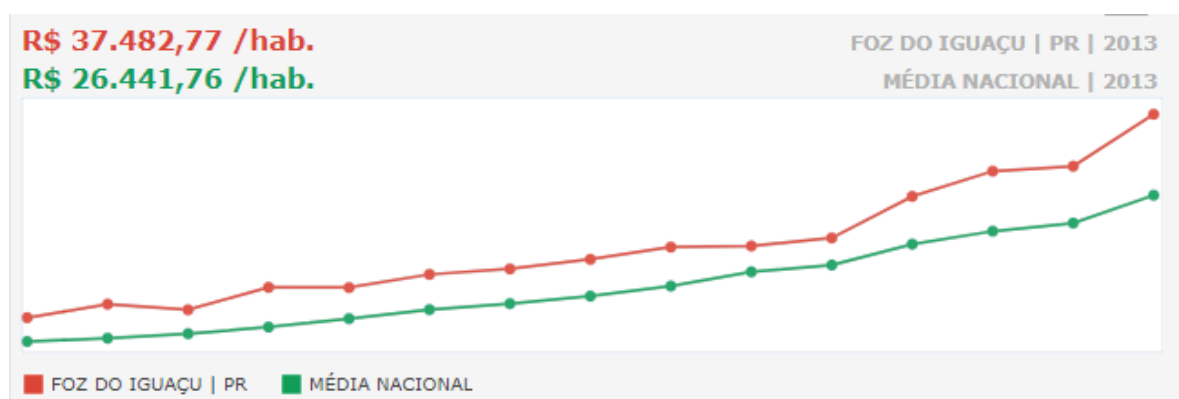


Gráfico 2 - Comparativo do PIB per capita Foz do Iguaçu frente ao do Brasil (1999-2013)
 Fonte: Deepask (2017)

As atividades que compõe o Produto Interno Bruto Municipal são demonstradas no Gráfico 3. A série histórica desse gráfico demonstra que a atividade mais importante da cidade é vinculada a à indústria.

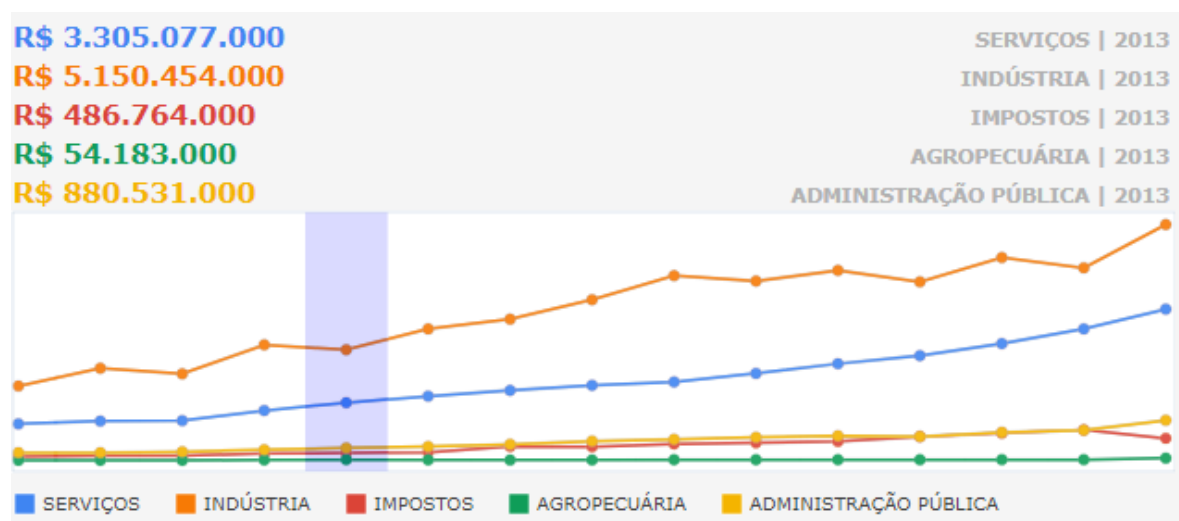


Gráfico 3 - Evolução das atividades que compõem o PIB-M (1999-2013)
 Fonte: Deepask (2017)

Quando os mesmos dados do Gráfico 3 são vistos a partir do valor bruto por adicionado por atividade econômica no PIB per capita, os serviços assumem a posição de maior importância. A participação percentual dessas atividades na formação do PIB-Municipal é demonstrada na série histórica trazida no Gráfico 4.

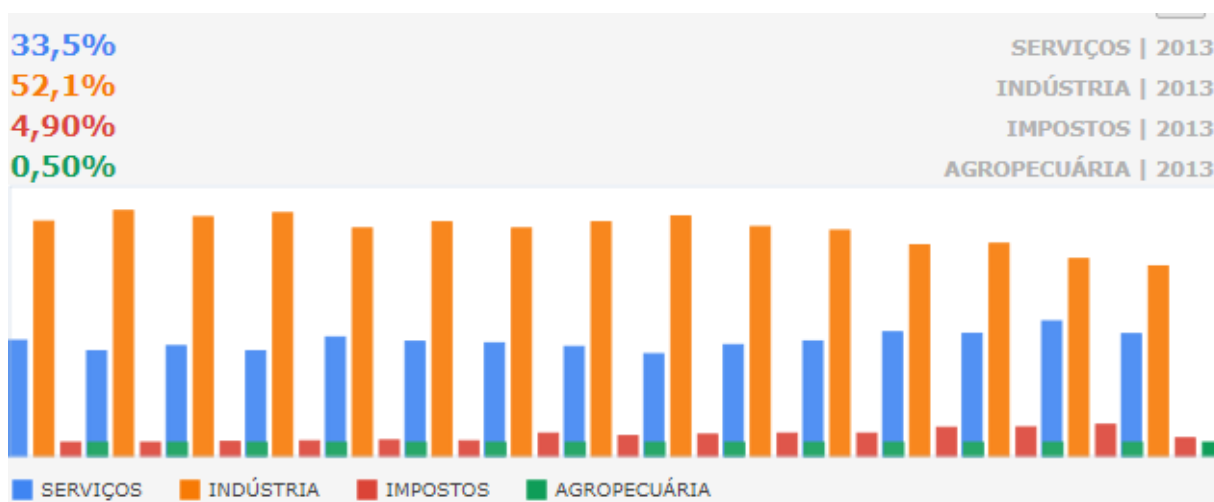


Gráfico 4 - Participação das atividades econômicas no PIB (1999-2013)
Fonte: Deepask (2017)

O Gráfico 4 demonstra uma tendência de redução da importância da indústria e elevação da importância dos serviços na formação do PIB-Municipal de Foz do Iguaçu.

Sobre as atividades que compõem o Produto Interno Bruto de Foz do Iguaçu é importante considerar que a indústria, que tem a maior representatividade na composição de tal indicador, tem na geração de energia elétrica a sua maior contribuição. Entretanto, a cidade pouco se beneficia dessa atividade, pois, de acordo com Paiva (2014, p.24),

é preciso entender que - por mais elevado que seja o valor agregado por Itaipu - a maior parte do mesmo se evade do território, na direção, seja do governo federal - responsável pelo empreendimento e detentor do controle sobre seus resultados -, seja para o pagamento dos juros e do principal da dívida (ainda não inteiramente quitada) que possibilitou a construção da usina (PAIVA, CARLOS ÁGUEDO 2014, p.24).

Quanto ao orçamento, em 2015 a cidade tinha 57,8% do seu orçamento proveniente de fontes externas, o que a coloca na preocupante 361ª posição entre

as 399 cidades paranaenses e na 4.849 posição em relação às 5.570 cidades brasileiras (IBGE). Em parte, esse elevado índice de dependência de recursos externos pode ser explicado pelas elevadas somas que recebe de recursos do ICM ecológico. Em 2015, por exemplo, esse valor foi de R\$2.810.267,45 (IPARDES, 20).

Em 2015, o salário médio mensal do habitante de Foz do Iguaçu era de 2.8 salários mínimos, com uma proporção de 26,9% de pessoas ocupadas em relação à população. Comparando com outros 399 municípios paranaenses, a cidade ocupava as posições 13ª posição em relação à renda média mensal e 80ª posição quanto à taxa de ocupação da população (IBGE). Na cidade, de acordo com Paiva (2014, p. 24: “algumas das atividades associadas ao turismo – que, como veremos, são as principais fontes rigorosamente endógenas de emprego e renda do território – se caracterizam por um grau não desprezível de informalidade”. O desafio de Foz do Iguaçu estaria, portanto, no incentivo para formalização das atividades informais na sua mais importante atividade interna de geração de empregos.

Em termos de domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, a cidade tinha 33.4% da população nessa faixa de renda, situando a cidade na 190ª posição dentre as cidades paranaenses e posição 3.928ª posição entre as 5.570 cidades do Brasil (IBGE).

Em m termos de infraestrutura urbana, a cidade apresenta 75,3% dos domicílios com esgotamento sanitário adequado, com a 42ª posição entre as cidades paranaenses. Os domicílios urbanos em vias públicas arborizadas atingem 86,9%, o que a situa na 231ª posição no Estado. As condições de urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio) só alcança 30%, situando-a na 200ª posição no Paraná (IBGE).

O conjunto de dados apresentados e analisados acima indicam que Foz do Iguaçu enfrenta problemas bastante elevados para serem resolvidos a partir de seus esforços para avançar em direção a um desenvolvimento mais sustentável econômica, social e ambientalmente.

2. Projeto Ñadeva e suas relações com o turismo sustentável

Nas próximas subseções são trazidas informações e análises sobre o programa Ñadeva, que representa uma iniciativa importante para o desenvolvimento

da ideia de cidade criativa a partir das perspectivas da economia e da indústria criativa em bases mais sustentáveis de desenvolvimento.

Sobre o projeto Ñandeva serão analisadas as estratégias e sua abrangência geográfica, traçadas as origens do programa e definido os perfis das instituições envolvidas. Em momento seguinte passa-se a avaliar a e evolução do programa ao longo do tempo quanto às suas características gerais e as relações entre os atores públicos e privados participantes.

Esse conjunto de informações será importante para, na seção seguinte, avaliar eventuais impactos do programa Ñandeva em visões sobre cidade criativa em Foz do Iguaçu.

2.1. Estratégias e abrangência geográfica do Programa

O Programa Ñandeva foi criado com a finalidade de valorizar a identidade cultural e contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor artesanal na Região Trinacional do Iguaçu, formada por Argentina, Brasil e Paraguai (MTUR 2008). Desde 2004, esse programa Impulsiona o “setor artesanal da Região Trinacional do Iguaçu (Argentina, Brasil e Paraguai) [...], por meio da capacitação técnica de artesãos, da transferência de tecnologias e da busca por canais de comercialização para os produtos certificados “ (FTPI 2012, p.75).

O programa Ñandeva tem como visão e objetivos estratégicos os definidos na Figura 6.

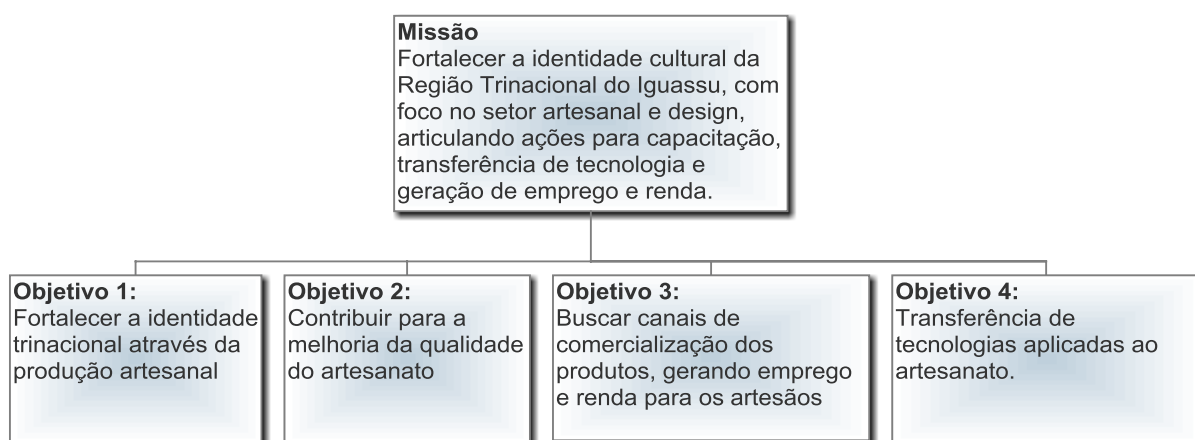


Figura 6 - Missão e objetivos do Projeto Ñandeva
Fonte: Ñandeva (2017)

A delimitação da abrangência do programa ocorre em função das margens do Paraná, com uma extensão aproximada de 600 quilômetros (MTUR 2008). No Brasil, há abrangência dos municípios da Costa Oeste do Paraná; na Argentina, na província de Misiones, cobrindo a extensão territorial entre Puerto Iguazu e Posadas; e no Paraguai, de Henandárias até Encarnacion. A abrangência territorial do programa pode ser observada na Figura 7. Na região delimitada a Figura 7, o foco de atenção da presente pesquisa está na cidade de Foz do Iguazu, destacada pela seta verde.



Figura 7 - Área de abrangência do Programa Nandeva
Fonte: Nadeva.org (2017)

2.2. Origens do programa e instituições envolvidas

A origem do programa Ñandeva tem como marco importante o I Workshop de Artesanato e Design, idealizado por Malba Aguiar e Juan Sotuyo, realizado em 2004. O programa foi lançado formalmente em 25/04/2006, com sua constituição após a execução de um Plano Diretor Trinacional elaborado por 23 entidades da região, e teve como núcleo gestor o Parque Tecnológico de Itaipu e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (MTUR 2008). De modo geral, o programa

O programa visa o desenvolvimento do artesanato buscando o fortalecimento de uma identidade tri-nacional (na região de fronteira entre Argentina, Brasil e Paraguai) por meio da inserção de elementos e ícones que remetem à cultura destes povos. A idéia de associá-lo ao turismo é o que tem possibilitado o desenvolvimento sustentável, como também a consolidação da produção artística dos artesãos da região dos municípios limítrofes ao Lago de Itaipu, dos lados brasileiro e paraguaio, e Misiones, na Argentina (MTUR 2008, p.74).

O programa Ñandeva teve como objetivos o fortalecimento da identidade tri-nacional por meio da produção artesanal, trazer contribuições para elevação da qualidade do artesanato; o desenvolvimento de canais de comercialização dos produtos, com vistas a gerar emprego e renda para os artesãos; e servir de base para a transferência de tecnologias aplicadas ao artesanato (MTUR 2008; POZZOBON, JOÃO CARLOS *et al.* 2010). De acordo com o Entrevistado A, o projeto teve efetivo início das atividades em 2007, conforme o seguinte trecho:

“O programa foi criado em 2007, pela Fundação Parque Tecnológico de Itaipu, e não pela Itaipu em si. A Itaipu, como mantenedora do Parque e da Fundação, apoiou, mas é um projeto da Fundação. O projeto foi bastante relevante lá em 2007 para o desenvolvimento dos artesãos, que, até então, não tinham uma identidade bem definida. Foi feito um estudo etnográfico para identificar o que caracterizava a cultura e a questão artesanal da região” (Entrevistado A).

O programa, desde então, tem sido reconhecido pelos artesãos geração de valor do artesanato no mercado; pelas oportunidades financeiras e de divulgação que oferece; e pela geração de potencial de diversificação de produtos a partir do atendimento, por exemplo, de lojas de decoração, de acessórios femininos, brindes institucionais (CARNIATTO, IZAMARA VANESSA 2008).

2.3. Evolução do programa ao longo do tempo

Em 2006, na **área de planejamento e gestão** foi elaborado um plano diretor para o programa Ñandeva, abrangendo o período 2006 a 2010. No campo de **formação de arranjos de governança**, foram firmados acordos e parecerias com instituições regionais e convênios com a Finep e o Sebrae. Em busca de **sustentabilidade financeira**, elaborados projetos para captação de recursos junto a órgãos públicos. Nessa fase inicial do programa, entre 21 e 26/06/2006, foram realizados **diagnósticos do setor artesanal** de Foz do Iguaçu, Itaipulândia e Guaíra. Entre 24 e 28 de julho desse mesmo ano o diagnóstico foi realizado em Henendarías, Ciudad del Este, Minga Guazu e Presidente Franco, no Paraguai; realização de pesquisa iconográfica entre 02 e 15/09/2006. Em termos de **formação de infraestrutura**, houve a montagem provisória do Centro de Tecnologia de Artesanato (CTA) para as áreas de cerâmica, madeira, couro, fios e tecidos, fibras e metais. Iniciando as bases para **mobilização e atendimento de artesãos**, houve a criação de um banco de informações e cadastro de artesãos dos três países. Na área de **comercialização** foi elaborado um estudo para o modelo de franquia e comercialização com abrangência nacional e internacional e a criação de um protótipo para a I Coleção de Produtos Ñandeva em função dos critérios definidos para a marca Ñandeva. Na área de **capacitação gerencial** foram realizadas oficinas com apoio do Sebrae (FTPI 2006).

Em 2007, o programa, em termos de **arranjo de governança**, contava com a parceria entre Parque Tecnológico Itaipu (PTI), Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), Fundação Parque Tecnológico Itaipu (FPTI), Instituto de Tecnologia Aplicada e Inovação (ITAI) e Associação dos Empregados da Itaipu Binacional Brasil (ASSEMIB). Quanto às atividades da **área de planejamento e gestão**, foi realizada uma oficina de planejamento para ações de 2008. Ações específicas foram iniciadas para **mobilização e atendimento de artesãos** do Brasil, Paraguai e Argentina. Na área de **comercialização** realizada a primeira seleção de Produtos Ñandeva, do I e do II *Workshop* para trabalhar com parâmetros para comercialização de peças; a conclusão da coleção de produtos Ñandeva; a estruturação da cadeia de comercialização com a Associação dos Empregados da Itaipu Binacional Brasil

(ASSEMIB). Nessa fase, ocorreram avanços para o **desenvolvimento de novos produtos**, com a realização da II e da III Oficina de Iconografia, desenvolvimento de coleção de brindes institucionais e agenda 2008 para a Itaipu. No campo de **desenvolvimento e aplicação de novas tecnologias de artesanato** foi realizado o Curso de papel reciclado e produtos, as oficinas de cestaria e traçados de bambu, sobre conceituação de artesanato e arte popular, de fibras de bananeira. Na **área de divulgação** ocorreu a participação dos eventos *Foro de las industrias creativas de mercosur*, *Feira puro diseño*, exposição de peças Ñandeva na Feira das Nações, Artesanato, Turismo e Cultura Montagem (FERNANTEC), no XII Erica, no Sesc, no II Festival Internacional de Turismo, na Feira da Indústria, Comércio e Serviços da Construção (ConFoz), no evento “Diseño de Acá”. Avanços também ocorreram na área de **difusão do conhecimento**, com o lançamento do livro “Elementos de Iconografia das Três Fronteiras”, a ambientação com a iconografia das três fronteiras, a elaboração de apostila para artesãos sobre artesanato. Os **diagnósticos do setor artesanal** tiveram continuidade com estudos de potencial na cidade de Medianeira (FTPI 2007). Ainda, neste ano a o PTI passou a ser responsável pela gestão do turismo na Itaipu, passando a apoiar o **desenvolvimento sustentável da região** (FTPI 2009).

Entre 2006 e 2007, o número de exposições cresceu de 10 para 55 e o número de artesão cadastrados de 60 para 285. Além disso, as oficinas contaram com participação de 664 artesãos, houve 84 artesãos com produtos aprovados para a coleção Ñandeva, 648 produtos desenvolvidos sob encomenda e volume de vendas de R\$50.000,00 (FTPI 2007).

Em 2008, o **arranjo de governança** se manteve estável, as ações específicas foram iniciadas para **mobilização e atendimento de artesãos** teve como resultado 437 artesãos cadastrados, 100 artesãos cadastrados com produtos aprovados na coleção Ñandeva e 1.122 artesãos participando de oficinas. Quanto ao **desenvolvimento de novos produtos**, houve o desenvolvimento de 714 produtos sob encomenda. A estrutura de **comercialização** inovada com a criação de uma loja credenciada; Na **área de divulgação**, houve a participação de 168 eventos, exposições e pesquisas. Quanto ao **desenvolvimento de novos produtos**, houve 799 desenvolvidos e 682 incorporados na coleção Ñandeva para **comercialização**. As atividades para **mobilização e atendimento de artesãos** alcançaram 585 artesãos cadastrados e 3799 participantes de oficinas, 1124

atendimentos a artesãos. Na **área de divulgação** ocorreu a participação em 138 eventos e visitas técnicas, e recebimento de 1520 visitas.

Em 2009, o programa Ñandeva se mantém com “um papel significativo no resgate qualitativo dos profissionais ligados ao artesanato na região, promovendo capacitações, agregando tecnologia e design aos produtos e incorporando atitude empreendedora aos artesãos” (FTPI 2009, p.34), tendo realizado na área de **mobilização e atendimento de artesãos** 1698 oficinas.

Em 2010, o programa Ñandeva continua a “valorizar a identidade cultural por meio do setor artesanal e contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor na Região Trinacional do Iguassu [...], associado ao turismo e à ampla comercialização”, com vistas a “gerar um aumento da renda e do número de ocupações no setor do artesanato na Região Trinacional” (FTPI 2010, p.21). Em termos de **formação de infraestrutura**, houve inauguração do Centro de Tecnologia para o Artesanato (CCTA). Quanto à **difusão do conhecimento**, houve o lançamento do livro “Ñandeva Todos nós, Todos nosotros”. Em termos de **arranjo de governança**, “o programa elegeu, por meio da **gestão participativa**, os Conselhos Gestores no Brasil e Argentina, reunindo [...] mais de 50 participantes de diversos **municípios**”. O conselho gestor do passou a ser composto pelo “Parque Tecnológico Itaipu - Brasil, Itaipu Binacional e Sebrae, além de representantes do Conselho dos Municípios Lindeiros pelo Brasil; da Fundación Artesanías Misioneras, na Argentina; e da Fundação Parque Tecnológico Itaipu – Paraguai” (FTPI 2010, p.21). Em função das ações **mobilização e atendimento de artesãos** foram cadastrados 17 novos artesãos, atendimento de 273 artesãos e a participação de 623 artesãos em oficinas. Com produtos para **comercialização** foram cadastrados 16 artesãos com produtos já em comercialização e credenciadas 4 novas lojas. Quanto ao **desenvolvimento de novos produtos**, houve a aprovação de 223 produtos para a coleção Ñandeva. Em termos de **divulgação**, ocorreu o “lançamento das coleções Eco-Origem (Pato Bragado), Ícones (Medianeira), Rosas (Santa Terezinha) e Germânica (Marechal Cândido Rondon), além da participação em eventos como a feira de Córdoba, na Argentina”. Além disso, o “Ñandeva ganhou notoriedade ao batizar a 10ª Cúpula Social do Mercosul, evento realizado em Foz do Iguaçu, no Parque Tecnológico Itaipu, com a participação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva” (FTPI 2010, p.23).

Em 2011, no programa Ñandeva, por meio de “diálogo constante entre designers e artesãos, os produtos são desenvolvidos com o intuito de gerar renda e oportunidade às comunidades produtoras, assim como promover a capacitação técnica, a transferência de tecnologias e a busca por canais de comercialização para os produtos certificados” (FTPI 2011, p.61). O Programa, por meio das oficinas de artesanato e identidade realizadas nos municípios lindeiros, foi classificado entre os 27 finalistas no Prêmio de Tecnologia Social, promovido pela Fundação Banco do Brasil, que contou com 1.116 projetos inscritos de todo o País. Nesse ano, em termos de **arranjo de governança**, o PTI e a Fundação Banco do Brasil oficializaram a implantação de um Centro de Referência e Difusão de Tecnologias Sociais em Foz do Iguaçu. Com isso, na dimensão de **sustentabilidade social**, por meio de soluções de baixo custo, passa-se a promover e replicar tecnologias sociais para geração de oportunidades de trabalho (FTPI 2011, p.45). Em **participação social, divulgação e difusão do conhecimento**, houve o lançamento do livro “O Sol é Lindeiro”, que envolveu 85 artesãos de 8 municípios lindeiros ao Lago de Itaipu, com vistas a registrar seus costumes, origens e identidade, expressos pela arte e do artesanato local. As ações de **mobilização e atendimento de artesãos** resultaram no atendimento personalizado de 171 artesãos, na capacitação de 407 artesãos em 18 oficinas realizadas. A estrutura de **comercialização** contava com 616 produtos disponíveis (FTPI 2011, p.61-62).

Em 2012, “além de promover o desenvolvimento do artesanato, o Ñandeva contribui[a] para o fortalecimento da identidade cultural da região, por meio da inserção de elementos e ícones que remetem à cultura desses povos” (FTPI 2012, p.74). Quanto ao **arranjo de governança**, contava com a parceria formada pela Fundação PTI (Brasil e Paraguai), Itaipu, Sebrae, Conselho dos Municípios Lindeiros, Instituto Paraguayo de Artesanía, Universidad Nacional de Misiones e Fundación Artesanía Misioneras”. As ações específicas **mobilização e atendimento de artesãos** tiveram como resultado 566 artesãos cadastrados, 365 artesãos participando de oficinas e 143 atendimentos personalizados a artesãos. A estrutura de **comercialização** passou a contar com apenas um ponto credenciado (**Erro! onte de referência não encontrada.**). Havia 115 produtos em **comercialização**. Quanto à **divulgação**, “uma peça desenvolvida pela artesã Dirceia Braga, que integra a equipe de artesãos do Ñandeva, foi escolhida pela presidente Dilma

Rousseff para presentear os chefes de Estados de diversos países que participaram do evento Rio+20” (FTPI 2012, p.77)



Figura 8 - Ponto de comercialização de produtos do projeto Ñandeva (2012)
Fonte: Relatório FTPI (2012, p.76)

Os produtos da marca Ñandeva são comercializados nas dependências da Itaipu Binacional pela Cooperativa Coart. A relação e entre as duas instituições é explicada de acordo com o que segue:

A Coart não é uma instituição que faz parte da Fundação PTI. A relação é contratual e há uma loja dentro de centro de recepção de visitantes da Itaipu em que a Coart é responsável pela comercialização dos produtos, que são feitos pelos artesãos da região e que tem a marca Ñandeva. O Ñandeva não é da cooperativa e nem da associação. O Ñandeva, como programa, deixou de existir. A marca Ñandeva, que pertence à Fundação PTI, é comercializada pela cooperativa, que é a Coart, mas ela não pertence à Coart. É da Fundação PTI (Entrevistado A).

Em 2013, o programa tinha como objetivo “fortalecer a identidade cultural dessa região, contribuindo para o desenvolvimento econômico por meio de ações voltadas ao artesanato, design, capacitação, inovação, transferência de tecnologias e comercialização de produtos, de forma sustentável” (FTPI 2013, p.90). NO projeto, designers, artesãos e seus produtos, desenvolvidos dialogam constante com a finalidade de gerar renda e oportunidades para as comunidades a partir de um processo de incentivo ao desenvolvimento de empreendedores criativos, que inovam com produtos com identidade local, design e foco no mercado. Em relação aos produtos, é manifesta um pelo FTPI uma característica distintiva que é caracterizada pela fuga das tradicionais manualidades típicas das feiras de artesanato (FTPI

2013). Neste ano houve a publicação de uma série de indicadores do programa, que explicitam a sua trajetória entre 2006 e 2013, conforme Tabela 1.

Tabela 1 Trajetória história de indicadores do programa Ñandeva (2006 a 2013)

	Indicadores								
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Acumulado
Oficinas realizadas	6	49	17	101	21	18	16	20	248
Participantes de oficinas	59	664	458	2722	623	407	445	330	5708
Participação do programa em eventos e visitas técnicas	2	55	56	31	38	32	50	54	318
Atendimento individualizado a artesãos (Designer)	0	369	380	402	273	171	144	56	1795
Atendimento a solicitações de produtos corporativos	0	52	6	103	83	89	94	38	465
Artesãos incubados Pró-Artesão	0	0	0	0	0		15	15	30
Produtos aprovados na coleção/Seleção	0	388	164	133	148	151	116	84	1184
Volume bruto de vendas (Coart/Ñandeva)	0	R\$ 50.000,00	R\$ 51.991,58	R\$ 107.972,16	R\$ 153.020,03	R\$ 194.127,63	R\$ 435.322,54	R\$ 521.322,89	R\$ 1.513.756,83
Pontos de vendas credenciados									2 pontos de venda Brasil (Coart e CRV) e 03 na Argentina
Visitantes no programa	0	533	601	507	652	375	153	312	3133
Produção bibliográfica	1	0	1	0	1	1	1	2	7

Fonte: FTPI (2013, p.90)

Em 2014 e 2015, no relatório anual da Fundação Parque Tecnológico Itaipu não houve nenhuma menção ao programa Ñandeva (FTPI 2014; 2015). O relatório de 2016, ao tratar de oficinas profissionalizantes, nas áreas de educação e extensão, se limitou a informar que o “o PTI oferece oficinas de artesanato, contação de histórias, desenho e pintura” e que “buscando promover inclusão socioproductiva e geração de renda, por meio do Ñandeva também são oferecidas oficinas de técnicas artesanais para jovens e adultos iguaçuenses” (FTPI 2016, p.68). O contexto explicitado nos relatórios indica que o projeto Ñandeva e a equipe formada por apenas duas pessoas (FTPI 2017), bem com o fomento à economia criativa deixaram de ser estratégicos para a Itaipu. Isso pode ter decorrido de decisões políticas em âmbito superior à instituição responsável pela criação e gestão do programa durante a sua existência, é que pode ser inferido do seguinte trecho:

O programa Ñandeva era uma ação da Fundação Parque Tecnológico Itaipu. A Fundação, assim como qualquer outra instituição público-privada é mantida pela Itaipu. Na Itaipu, o seu Diretor Geral e sua diretoria é indicada pela Presidência [da República]. Então, indiretamente, nós somos influenciados pelas decisões políticas e, conseqüentemente, os nossos programas e projetos também. Em relação ao encerramento do programa foi uma decisão da diretoria, que, em boa parte, já está mais no Parque representada (Entrevistado A).

Com o término do programa Ñandeva, a relação da Fundação PTI deixa de ter mediação da Associação Coart e, a partir de 2017, a ser feita diretamente por aquela fundação.

A relação – agora, a partir deste ano [2017] ... enfim, com o término do programa Ñandeva ... – é direta como os artesãos, com o desenvolvimento da região, não com a cooperativa. O programa Ñandeva não existe mais. Ele foi encerrado pela Fundação PTI, pela diretoria anterior, já no final do ano passado e início deste ano. Atualmente, a Fundação PTI tem procurado fortalecer os artesãos da região. Está sendo procurado a contratação de uma *design* de fora de Foz, que venha trazer o seu conhecimento para fortalecer as ações artísticas dos artesãos da cidade. A contratação é para fortalecer os artesãos, para que eles consigam fortalecer a marca que pertence à Fundação. Acabou o programa Ñandeva, mas não o apoio da Fundação Parque Tecnológico de Itaipu aos artesãos, não só de Foz do Iguaçu, mas da região também. Porque isso promove territorial e esse é o papel da Instituição. O fortalecimento dos artesãos é importante, mas não se faz isso por meio do programa Ñandeva, mas por ações pontuais com os artesãos e através do fortalecimento da marca Ñandeva também (Entrevistado A).

De acordo com a declaração acima, com o encerramento do programa Ñandeva, procuram-se novas formas de manter o incentivo ao desenvolvimento do artesanato na região de Foz do Iguaçu. Pelo que se percebe, com o encerramento do programa os esforços se mantêm mais com fins de manter a identidade da marca Ñandeva pertencente à Fundação Parque Tecnológico da Itaipu.

2.4. Avaliações gerais sobre o Programa Ñandeva

De modo amplo, o programa Ñandeva teve focos de atuação que podem ser verificados, de modo sucinto, no Quadro 9.

Foco de atuação	Definição
Comunidades Indígenas	A atuação nas comunidades indígenas ocorre com base nas demandas das próprias comunidades ou por meio do Programa de Sustentabilidade das Comunidades Indígenas da Itaipu Binacional. As principais ações realizadas foram o registro em DVD das tradições ainda vivas da Cultura Guarani, oficinas de corantes e fibras naturais, construção de forno de cerâmica para produção artesanal e apoio à comercialização dos produtos feitos pelas três comunidades da região. As oficinas técnicas atendem as demandas dos artesãos e contribuem para a melhoria contínua da qualidade dos produtos. Entre as principais oficinas, destacam-se as de aprimoramento técnico, de iconografia, as temáticas (para o desenvolvimento de produtos específicos) e as gerenciais, que capacitam os artesãos na gestão do negócio.
Geração de Conhecimento	A pesquisa e a geração de conhecimento, além de diagnósticos municipais sobre o artesanato regional, tem foco voltado para a elaboração de artigos

	científicos, colaboração com trabalhos de pós-graduação e doutorado, produções bibliográficas, que contribuam para o fortalecimento da identidade regional através do design e do artesanato.
Capacitação de Multiplicadores	Desenvolvimento da história, métodos e processos relacionados ao Programa Ñandeva. Oferecer um material de apoio sobre conteúdos relacionados ao artesanato, que se encontram divididos em cinco diferentes temas: o Programa, Gestão da Unidade Produtiva, Pesquisa e Design, Produção e Comercialização. Estas cinco cartilhas foram elaboradas especialmente para representantes de grupos de artesãs e artesãos, multiplicadores e lideranças locais do Programa Ñandeva, parceiros envolvidos e comprometidos com o desenvolvimento do artesanato da Região Trinacional do Iguassu.
Empreendedorismo	O apoio às cooperativas e associações da região sempre esteve presente nas ações do Programa Ñandeva. O resultado foi a formalização de diversas cooperativas, apoio na captação de recursos, qualificação de presidentes e a autonomia e empoderamento dos seus papéis enquanto gestores e integrantes de um relevante sistema produtivo. Aos poucos, os municípios passaram a reconhecer o artesanato como um setor organizado e mais profissionalizado.

Quadro 9 - Focos de atuação do Projeto Ñandeva

Fonte: a autora

Avaliando o projeto Ñandeva, com base nas suas linhas gerais de configuração e funcionamento, verifica-se que se aproximou-se da ideia de turismo sustentável, conforme descrito por Ramos (2016), dado que, na **dimensão social**, manifestou preocupações voltadas para comunidade local, o património histórico-cultural e a interação com os visitantes; na **dimensão ambiental**, esteve associado com os principais atrativos turísticos de Foz do Iguazu e da região dos municípios lindeiros; na **dimensão econômica**, buscou a ampliação da geração de renda a partir da consolidação da produção artística dos artesãos daquela região; e, finalmente, na **dimensão política** o projeto resultou da articulação de uma variedade de atores públicos, privados e do terceiro setor local, regional e internacional para instrumentalizar estrategicamente a gestão em favor do desenvolvimento sustentável. Além dessas quatro dimensões, a análise do escopo do projeto permitiu verificar que é possível considerar a dimensão **difusão de tecnológica**, como ocorreu com a transferência de tecnologias aplicadas ao artesanato (CARNIATTO, IZAMARA VANESSA 2008) e, conforme estudo de Pozzobon *et al* (2010), desenvolvimento de tecnologias para reaproveitamento de resíduos de estações de tratamento de água para servirem de matéria prima para produção de artefatos artísticos por artesão dos projeto.

Quanto à relação com a economia criativa, durante a sua trajetória histórica, o Programa Ñandeva contemplou

diversos aspectos da cultural regional da tríplice fronteira, Brasil, Argentina e Paraguai. A incorporação das linhas indígenas existentes na região noroeste do estado do Paraná também é trabalhada em produtos e artesanatos que são vendidos para os turistas que vão até Foz do Iguaçu e através da internet. Desta forma, destacam-se os seguintes valores: Os aspectos culturais são valorizados com estas iniciativas, mais do que isso: as ações voltadas à fixação da identidade cultural da comunidade garantem a valorização de artesãos, renda extra às famílias e aperfeiçoamento para que os trabalhos manuais apresentem, além da identidade cultural, qualidade. Salienta-se que as estratégias da Economia Criativa buscam fortalecer não somente as cadeias produtivas, mas podem apresentar um suporte de ideias e soluções para dialogar e interagir com demais problemas urbanos, por exemplo, em diversas escalas urbanas e territoriais (OLIVEIRA, VANESSA DA SILVA *et al.* 2013).

Na perspectiva da economia criativa, confrontando as características do programa Ñandeva com o conceito de “**ecologia criativa**” (FS 2008), observa-se que, quanto à *infraestrutura criativa*, incluiu todo o sistema de suporte à atividade criativa (espaços, equipamentos, financiamento, acesso aos mercados); quanto aos *lugares criativos*, teve abrangência em três países, com atividades intensas em 8 na Argentina, 9 no Paraguai e 8 no Brasil (vide Figura 7) para atrair, desenvolver e reter talentos por meio da formação de um ambiente com considerável potencial; quanto às *atividades criativas*, o programa esteve estreitamente relacionado com atividades turísticas (eventos, feiras, exposições, mercados e festivais) que se desenvolveram em torno das atividades turísticas da região, principalmente potencializadas pelas pelos recursos naturais representados pelas Cataratas do Iguaçu e entorno, que ampliaram as possibilidades de comercialização de bens e serviços criativos; quanto aos *negócios criativos*, o projeto abrangeu desde as atividades de subsistência desenvolvidas por indígenas da região até aquelas realizadas por comerciantes em shopping centers, centros de convenções, aeroportos, ruas comerciais das cidades etc., o que lhe conferiu expressão econômica com reflexos para o desenvolvimento regional.

Especificamente quanto à capacitação dos artesãos participantes do projeto Ñandeva, ocorreram iniciativas e desenvolvimento de pesquisas importantes para a inserção de ferramentas e conceitos de gestão de teve papel importante a ressignificação de conceitos relacionados à qualidade, melhoria das relações como o mercado, sistematização de processos produtivos e criativos, definição da identidade visual e visualização da atividade do artesão de forma mais ampla, resguardando e preservando a identidade do artesão (CARNIATTO, IZAMARA VANESSA 2008, p.114).

2.5. Relações entre atores públicos e privados no Projeto Ñandeva

O programa Ñandeva resultou de iniciativa da Fundação Parque Tecnológico de Itaipu e sempre contou com o apoio de empresas e associações locais. Essas relações institucionais foram importantes, de acordo com o Entrevistado A, porque

o artesão, em si, pode não ter a habilidade ou condições de desenvolver meios de divulgar o seu trabalho. A associação fortalece esse tipo de iniciativa. Fortalece o artesão. Fortalece a cultura empreendedora dele. Fortalece a região. As associações são importantes nesse contexto (Entrevistado A).

No programa, de acordo com as declarações da Entrevistada A, o papel das associações foi bastante relevante, pois, além de potencializar o desenvolvimento do próprio artesão, foram significativas para o desenvolvimento da cultura empreendedora. Isso, portanto, trouxe benefícios para as pessoas e a coletividade da região.

Quanto à atuação da prefeitura de Foz do Iguaçu, a avaliação é de que, quando ocorreu, não o foi de modo continuado e consistente, conforme trecho que segue:

Em relação a atuação da Prefeitura, não vejo atuando fortemente. Esta gestão é nova, tem um mês. Então é muito recebo para se dizer se atua ou não. Mas, até o momento, não vi nenhuma gestão de prefeitura que fosse incentivadora do tema. Houve algumas ações isoladas. Tentaram fazer alguns centros de artesanato, mas nada que tivesse uma raiz e que continuasse independentemente de gestões. Falta um pouco de a gestão pública essa responsabilidade pelos artesãos (Entrevistado A).

O Entrevistado B, que pertence ao quadro de gestão da Prefeitura de Foz do Iguaçu, quando perguntado se conhecia o Projeto Ñandeva, afirmou que sim. Quando perguntado se havia envolvimento da prefeitura em tal projeto, a resposta foi que não.

Se, por um lado, houve atuação importante de associações e empresa pública patrocinadora, por parte da prefeitura, o mesmo não ocorreu com a intensidade esperada. O relato reflete algumas características bastante comuns que ocorrem na gestão municipal brasileira: cada governo que assume tende a ter atuação pontual no tempo. Daí surgindo críticas quanto, por exemplo, à falta de

continuidade de projetos entre gestões. Isso dificulta, portanto, a criação de políticas públicas consistentes para serem desenvolvidas ao longo do tempo.

3. Avaliação de perspectivas relacionadas à ideia de cidade criativa

Para avaliação da intensidade com que a ideia de cidade criativa pode ser percebida em Foz do Iguaçu, nas seções que seguem é analisado como o artesanato pode contribuir para a difusão da imagem e valores da cidade, para o fortalecimento da cultura local e regional. Sem segundo momento, a avaliação parte da percepção de atores importantes para a gestão urbana de Foz do Iguaçu sobre as possibilidades de contribuição da ideia de cidade criativa.

3.1. O artesanato e suas relações com o turismo e a imagem da cidade

Quanto aos turistas, a avaliação é que há valorização da cultura de Foz do Iguaçu e isso faz com que seja importante que sejam identificadas e de definidas claramente as características culturais locais e regionais.

Entendo que os turistas, sim, valorizam a cultura de Foz. Assim como de qualquer que seja visitado. É importante que a região tenha a sua característica, e isso muito bem claro, para que o turista tenha acesso à cultura regional. Em relação ao artesanato, a gente falha porque se investe em um artesanato que não tenha tanta saída: um artesanato caro. Isso influencia também nas aquisições do turista e, conseqüentemente, o que ele leva de Foz para o mundo. Então, é necessário de uma revisão em relação ao que se deve fazer (Entrevistado A).

Quanto à estratégia local de difusão do artesanato, como expressão cultura, são identificados problemas em relação aos custos das peças artesanais comercializadas. Os relativamente elevados valores restringe as possibilidades da difusão da imagem da cidade para os locais de origem dos turistas. Neste ponto, como meio de expressão da identidade local, o artesanato precisaria de um reposicionamento estratégico em relação à política pública e privada para criar melhores possibilidades que tenha maior amplitude de divulgação.

As diferenças ficam claras as diferenças culturais nos produtos artísticos paraguaios, argentinos e brasileiros. Cada um tem a sua cultura, ainda que todas as culturas sejam influenciadas pela cultura indígena, que é muito forte. Mesmo Foz do Iguaçu sendo uma cidade multicultural, há um forte

apelo indígena na cultura da região. O ponto comum é esse. A Argentina tem influências dos espanhóis fortíssima. O Paraguai tem influências dos Tupis e do Guaranis. O Brasil tem influências dos indígenas também, mas de outras nações também. O ponto de convergência é a cultura indígena, que acaba se traduzindo no artesanato, mas são diferentes entre si porque são de países diferentes (Entrevistado A).

As manifestações artísticas culturais da região de Foz do Iguaçu são fortemente influenciadas pela cultura indígena e, com menor intensidade, com outras culturas presentes na região. Sobre o artesanato, de acordo com a classificação da Artesol (2017), pode ser classificado com indígena e de referência cultural.

Os resultados do programa Ñandeva, embora apresente fragilidades para estabelecimento de ligações diretas, permite inferir que teria contribuído para o fortalecimento da ideia de cidade criativa de Foz do Iguaçu e região, principalmente a partir do artesanato.

Na próxima seção serão investigadas as influências percebidas dos impactos do projeto Ñandeva na cidade de Foz do Iguaçu na perspectiva da economia criativa e indústria criativa para a configuração da ideia de cidade criativa.

3.2. Visões sobre a ideia de cidade criativa

Durante o Festival das Cataratas, realizado em Foz do Iguaçu nos dias 28, 29 e 30 de junho de 2017, houve a aplicação do Questionário 1 (Vide metodologia) para avaliar as dimensões percebidas em Foz do Iguaçu em relação ao seguinte conceito de cidade criativa *“Cidades Criativas são espaços urbanos onde a articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo foi capaz de produzir uma efervescência cultural que desenvolve, atrai e retém talentos, promove diversidade social, aumenta a oferta de empregos, gera maior conhecimento entre cidadãos, aumenta o potencial criativo de empresas e instituições, atrai mais turistas e, assim, contribui significativamente para a economia da cidade e qualidade de vida de seus cidadãos”* (CCTC 2017). Foram obtidos 15 questionários respondidos espontaneamente por profissionais da área de turismo, que em média, que conhecem a cidade entre 5 e 40 anos. Dentre os respondentes, quatro atuam no serviço público e 11 na iniciativa privada, seis deles são de Foz do Iguaçu e nove de outras cidades. Os resultados estão expressos no Gráfico 5. Apesar de o quantitativo de entrevistados não permitir inferências em relação a todos os profissionais do turismo e nem sobre a avaliação geral da cidade, o Gráfico 5

informações qualitativas importantes para serem analisadas em conjunto com as entrevistas e a base documental.

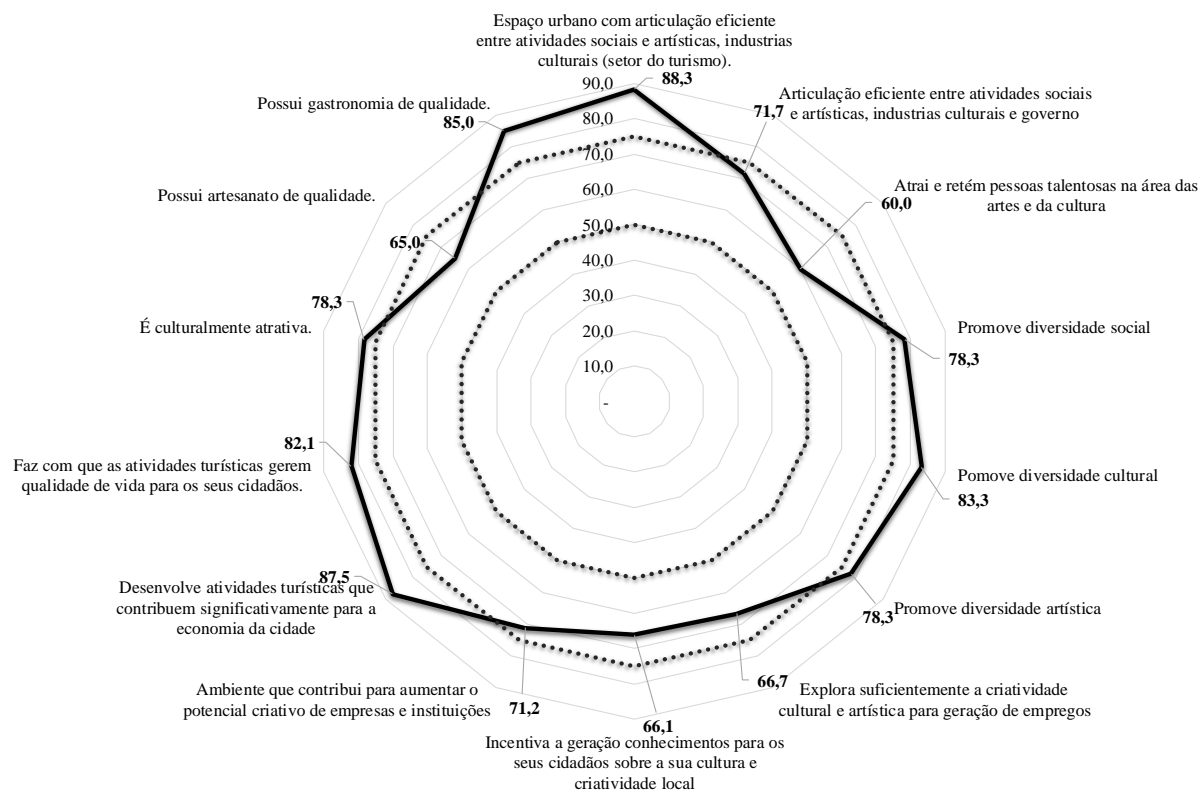


Gráfico 5 - Avaliação de profissionais sobre o conceito de cidade criativa em Foz do Iguaçu

Considerando as dimensões do conceito de cidade criativa que tiveram valor superior a 75 – seja, que se sobressaíram como altamente positivas, a cidade de Foz do Iguaçu pode ser considerada como *um espaço urbano com articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais (88,33) em que as atividades turísticas desenvolvidas contribuem significativamente para a economia da cidade (87,5). A cidade se destaca por possuir uma gastronomia de qualidade (85) e promover a diversidade cultural (83,3), tendo nas atividades turísticas uma fonte importante de geração de qualidade de vida para os seus cidadãos (82,14), promovendo a diversidade social (78,3) e artística (78,3). A cidade é culturalmente atrativa (78,3). Há articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo (71,67), o que configura um ambiente que contribui para aumentar o potencial criativo de empresas e instituições (71,15), formando um contexto em que é possível explorar suficientemente a criatividade cultural e artística para geração de empregos (66,67). Embora não estejam abaixo da média na avaliação, a cidade teria que, de alguma forma, incentivar a geração conhecimentos para os seus cidadãos sobre a sua cultura e criatividade local (66,07), elevar a*

qualidade do artesanato (65) e atrair e reter pessoas talentosas na área das artes e da cultura (60).

Considerando a avaliação dos profissionais que residem em Foz do Iguaçu, com média de (média 7,8) em relação aos de outras cidades (média 83,0), observa-se que os de fora tem uma avaliação mais positiva sobre a cidade ser considerada como criativa, como pode ser observado no

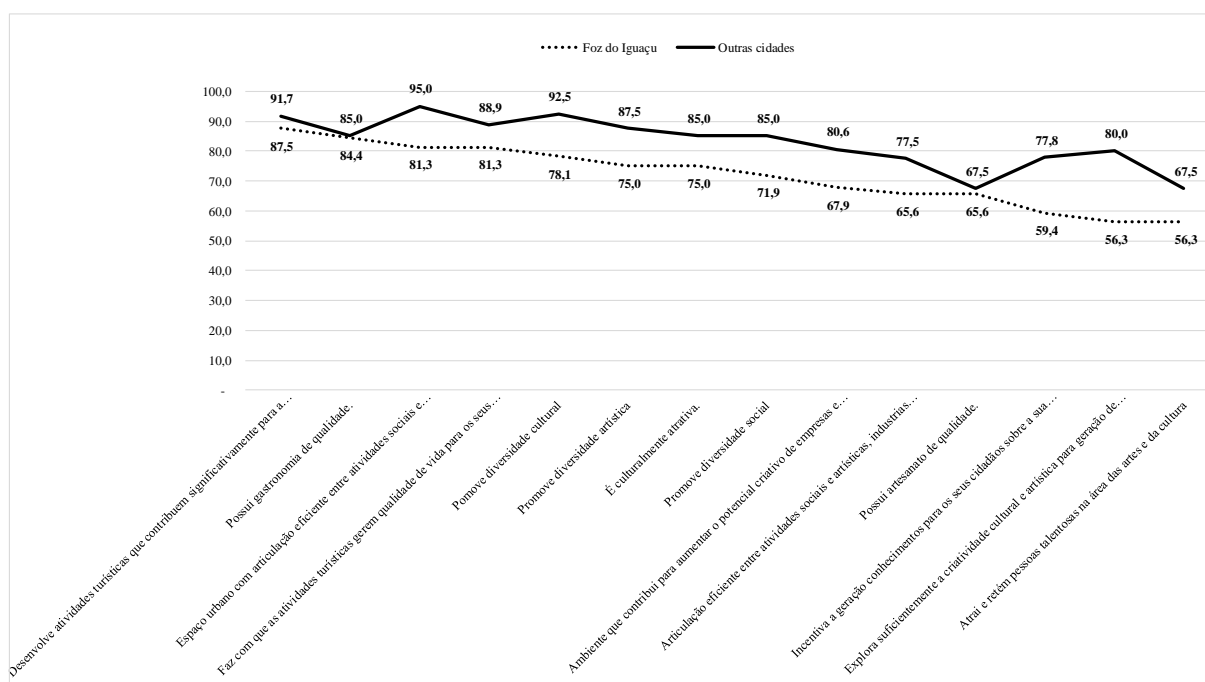


Gráfico 6 – Avaliação de profissionais locais e de outras cidades sobre o conceito de cidade criativa em Foz do Iguaçu

De acordo como o Gráfico 6, os profissionais de Foz do Iguaçu têm uma visão mais negativa da cidade em todos os aspectos analisados. As dimensões que mais contribuem são a falta de maior promoção da diversidade social (71,88), de formação de um ambiente que contribua para aumentar o potencial criativo de empresas e instituições (67,86) a partir de articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, industrias culturais e governo (65,6). Além disso, a avaliação é de que possui artesanato de relativamente baixa qualidade (65,6), baixos incentivos para a geração conhecimentos para os seus cidadãos sobre a sua cultura e criatividade local (59,38), deficiências na exploração da criatividade cultural e artística para geração de empregos (56,2) e baixa capacidade de atrair e reter pessoas talentosas na área das artes e da cultura (56,2). Quanto aos aspectos negativos, há concordância dos profissionais de outras cidades somente em relação

à baixa qualidade do artesanato (67,5) e à baixa capacidade de atrair e reter pessoas talentosas na área das artes e da cultura (67,5).

No Gráfico 7 constam as avaliações de profissionais vinculados ao setor público e ao setor privado. Com média de 83,0, os vinculados ao setor público têm avaliação mais positiva quanto Foz do Iguaçu ser uma cidade criativa. A média avaliação dos profissionais do setor privado foi 75,9.

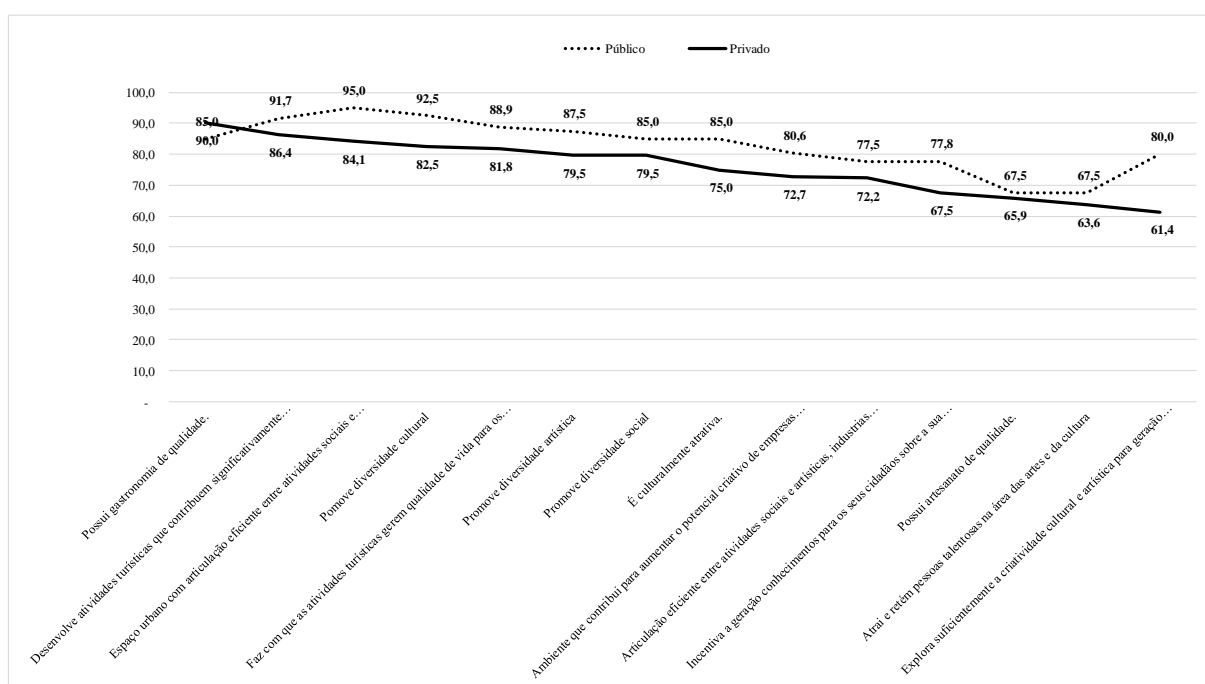


Gráfico 7 – Avaliação de profissionais do setor público e do privado sobre o conceito de cidade criativa em Foz do Iguaçu

Para os profissionais do setor privado, para que Foz do Iguaçu seja uma cidade criativa, há maiores fragilidades na formação de um ambiente que contribua para aumentar o potencial criativo de empresas e instituições (72,7), articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo (72,2) e no incentivo à geração conhecimentos para os seus cidadãos sobre a sua cultura e criatividade local (67,5). Ainda há deficiências na qualidade do artesanato (65,9), na atração e retenção de pessoas talentosas na área das artes e da cultura (63,6) e na, enfim, na exploração da criatividade cultural e artística para geração de empregos (61,4). Em relação a essas dimensões, os profissionais do setor público avaliam como negativas apenas a qualidade do artesanato (65,9) e a capacidade de atração e retenção de pessoas talentosas na área das artes e da cultura (63,6).

Ainda, durante o Festival das Cataratas, houve a avaliação da percepção de expositores da Mostra Regional de Produtos Sustentáveis sobre a valorização da cultura e do artesanato de Foz do Iguaçu pela prefeitura, pelo setor do turismo e por turistas e moradores. Responderam espontaneamente o questionário sete expositores. Os resultados são analisados qualitativamente nos gráficos abaixo.

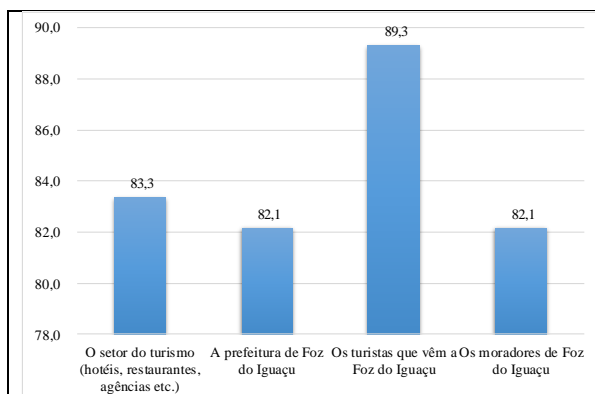


Gráfico 8 - Avaliação da percepção da valorização da cultura em Foz do Iguaçu pela prefeitura, setor de turismo, turistas e moradores

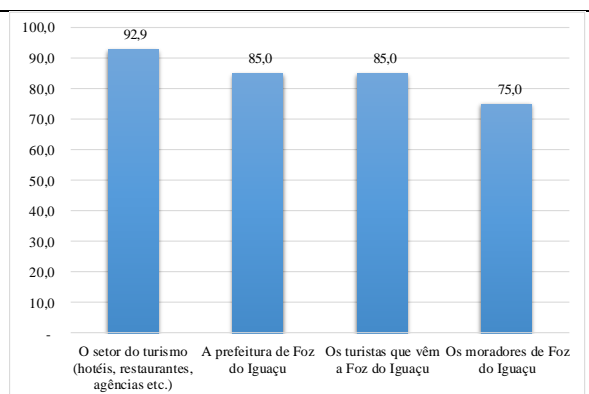


Gráfico 9 - Avaliação da percepção da valorização do artesanato em Foz do Iguaçu pela prefeitura, setor de turismo, turistas e moradores

De modo geral, para na opinião dos expositores que responderam aos questionários, tanto a artesanato quanto a cultura são valorizados na cidade de Foz do Iguaçu. Há maior uniformidade na avaliação positiva do setor do turismo, da prefeitura, de turistas e dos moradores em relação ao artesanato. Em termos de cultura, a maior valorização ocorre pelos próprios turistas e pelo setor do turismo.

Como visto acima, na cidade de Foz do Iguaçu, na perspectiva de profissionais que atuam na área de turismo a cidade pode ser considerada como criativa. As maiores fragilidades para configuração da realidade ao conceito de cidade criativa utilizado estariam, assim, na *articulação mais eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo (71,67) para configurar um ambiente que contribua para aumentar o potencial criativo de empresas e instituições (71,15), formando um contexto em que seja possível explorar suficientemente a criatividade cultural e artística para geração de empregos (66,67). Embora não estejam abaixo da média na avaliação, a cidade teria que, de alguma forma, incentivar a geração conhecimentos para os seus cidadãos sobre a sua cultura e criatividade local (66,07), elevar a qualidade do artesanato (65) e atrair e reter pessoas talentosas na área das artes e da cultura (60).*

A avaliação acima quanto à ideia de cidade criativa é ainda bastante distante da visão da Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu. Por exemplo, quando os entrevistados foram perguntado sobre esse tema, afirmou que há intenção de abrir espaços para trabalhos em grafite em escolas, nas comunidades, nos bairros, com perspectiva de que, aos poucos, pretende-se avançar nesse sentido, mas não há clareza sobre como se fazer isso. Não há, portanto, nada que indique que essa perspectiva possa ser importante ou estratégica para a cidade.

4. Políticas públicas e governança para o desenvolvimento sustentável

Nas seções que seguem são apresentadas e analisadas políticas públicas voltadas para o desenvolvimento sustentável, que forma concebida ou implementadas na última década em Foz do Iguaçu. Tratar do desenvolvimento a partir dos recursos internos se justifica porque

é virtualmente impossível subestimar a relevância desta clivagem entre atividades propulsivas e reflexas para a formulação de políticas de desenvolvimento regional. E isto porque **o tamanho atual e o crescimento futuro do mercado interno de qualquer economia regional é determinado pelo tamanho atual e crescimento futuro de suas atividades propulsivas” (Paiva, 2014, p. 38)**

Em seguida, com vistas a compreender melhor como funcionam as articulações entre diferentes atores da sociedade civil organizada em interações com atores responsáveis pela gestão municipal, são analisadas algumas iniciativas que tentaram instituir um sistema de governança local para impulsionar o desenvolvimento local a partir de um amplo conselho composto por diferentes atores da cidade.

4.1. Arranjos de governança local para o desenvolvimento sustentável

Em 2012, por meio da lei municipal nº 4.041, foi criado o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu (CODEFOZ). O objetivo do conselho era “unir organizações públicas e privadas em torno de projetos e ideias que promov[essem] o desenvolvimento sustentável da cidade e seu entorno”(CODEFOZ 2012). A criação desse arranjo de governança está associado com a defesa de que “uma equação que pode ser facilmente articulada se agentes

privados e públicos alcançam operar em solidariedade e o planejamento do desenvolvimento regional e local passar a ser orientado pela sociedade civil organizada” (Paiva, 2014, p. 64).

Em um ano de funcionamento, o Conselho já aponta os horizontes para mudanças atuais e o planejamento de um novo futuro ainda mais promissor. A participação da sociedade civil organizada é a alma do Conselho que, com o caráter deliberativo e consultivo, formula e promove políticas de desenvolvimento econômico e social”. Nesse conselho funcionava uma câmara técnica sobre meio ambiente, integrada formada pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal da Agricultura, Secretaria Municipal de Obras, Sindicato Rural de Foz do Iguaçu, Unila, UDC, Unioeste, Uniamérica, Anglo Americano, Sitracocifoz, AEFI, Adeafi, Coaafi, Arafoz, Aciens, Inst. Ecodesenvolvimento de Foz, Inst. Cataratas do Iguaçu, Conselho Municipal do Meio Ambiente, Parque Nacional do Iguaçu, IAP, Ibama-Pocof, Mapa, Acifi, Concidades, Ong Rede Verde, Ong Vida Animal, Ong Bioma-Brasil, Centro de Zoonoses, Aprofoz, Colégio Agrícola de Foz do Iguaçu, Coletivo Educador Ambiental de Foz do Iguaçu, IFPR, Emater, Poloiguassu, Itaipu, Fundação Iguassu e Coafaso – Coop. da Agricultura Familiar e solidaria do Oeste do Paraná. Essas 37 instituições tiveram uma atuação bastante ativa até o final de 2013. Esse modelo de articulação de multiatores locais teve como inspiração do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (CODEM), que conseguiu tirar a cidade de uma situação de decadência na década de 1990 e a passou à posição de referência no cenário nacional em termos de crescimento e desenvolvimento (CODEFOZ 2013).

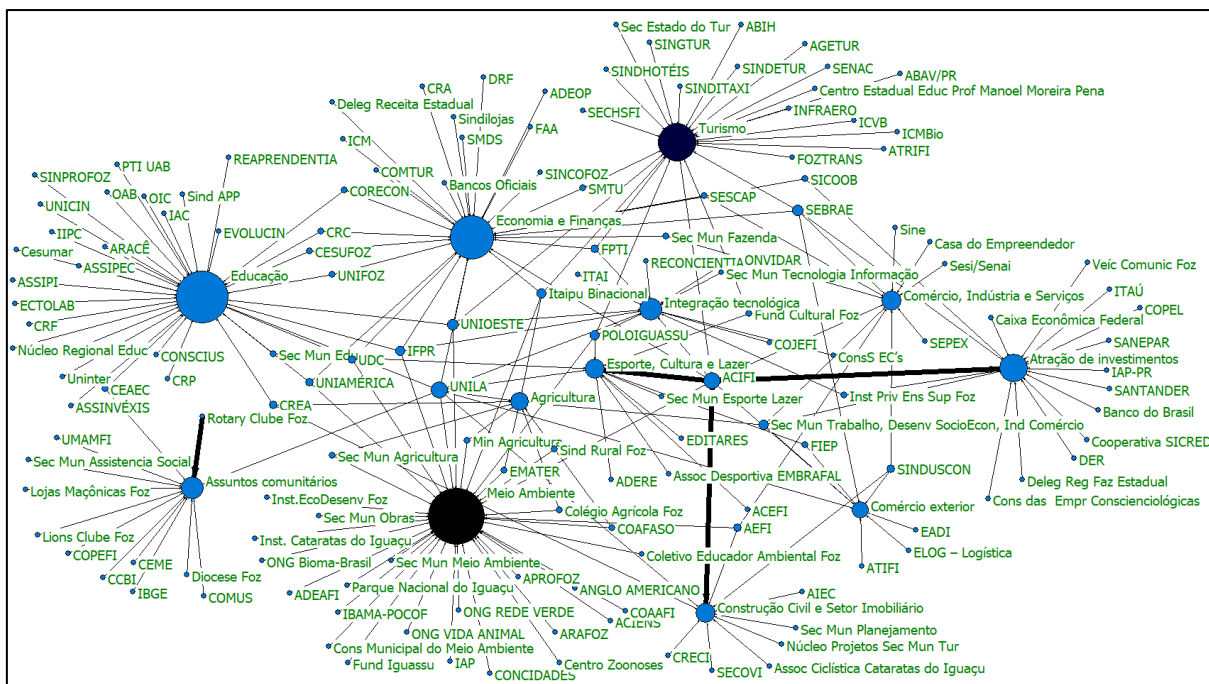


Figura 9 - Rede de governança da Codefoz

A rede representada na Figura 9 pode ser analisada com maiores detalhes na Tabela 2, abaixo. Nessa figura, o tamanho dos círculos corresponde ao número de organizações que atuam em cada área temática. A espessura das linhas corresponde ao número de unidades internas de cada organização que atua em uma mesma área temática. Por exemplo, a Acifi possui dois núcleos que operam em uma mesma linha temática, assim como o Rotary Clube de Foz possui duas unidades participantes de uma mesma área temática.

Tabela 2 - Representatividade de organizações e de áreas temáticas no Confoz

Áreas Temáticas	Organizações														Total	Participação	
	ACIFI	UNILA	SEBRAE	UNIOESTE	IFPR	Itaipu Binacional	POLOIGUASSU	Sec Mun. TDSEIC	AEFI	CREA	FPTI	SINDUSCON	UDC	UNIAMIÉRICA			Outras com participação em menos de três áreas temáticas
1) Meio Ambiente	1	1	-	1	1	1	1	-	1	-	-	-	1	1	28	37	17%
2) Educação	-	1	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	1	28	34	15%
3) Economia e Finanças	1	1	1	1	1	1	-	-	-	1	-	1	1	19	28	13%	
4) Turismo	1	-	1	1	-	1	1	-	-	1	-	-	-	18	24	11%	
5) Atração de investimentos	2	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	14	18	8%	
6) Assuntos comunitários	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	14	6%	
7) Integração tecnológica	1	1	-	1	1	-	1	-	-	1	-	-	-	7	13	6%	
8) Constr. Civ. e Setor Imobiliário	2	1	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	6	12	5%	
9) Esporte, Cultura e Lazer	2	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	8	12	5%	
10) Com. Indústria e Serviços	1	-	1	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	6	11	5%	
11) Agricultura	-	1	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	6	10	5%	
12) Comércio exterior	1	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	4	9	4%	
13) Total de áreas	12	9	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	157	22	100	
Participação	5%	4%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	71%	2	%

A área de cultura em 9º, o que demonstra pouca atenção atribuída pela cidade para uma das bases da economia e da indústria criativa, reforçando, portanto, as conclusões da seção 3.2, página 56.

Na Tabela 2 pode ser observado que, em termos de representatividade institucional no Confoz, a ACIFI e a Unila com a maior participação nas áreas temáticas, com, respectivamente, 12 (5%) e 9 (4%). Quanto às áreas com maior participação estão Meio ambiente, com 37(17%); Educação, com 34(15%); Economia e finanças, com 28(13%); e turismo, com 24(11%). As demais áreas temáticas têm, em conjunto, 99(45%) dos participantes.

A importância do turismo expressa na Figura 9 parece expressar um pouco da importância da “mobilização conjunta dos diversos atores sociais capazes de se beneficiar da ampliação do fluxo turístico com vistas a transformar Foz do Iguaçu num centro de eventos e congressos de reconhecimento internacional” (Paiva, 2014, p. 43).

O desafio desse arranjo de governança local para construção participativa buscou mobilizar um conjunto composto por atores públicos, privados e do terceiro setor de diferentes segmentos de atividades tinha como desafio:

planejar a Foz do Iguaçu que queremos para 2040, em todos os aspectos, buscando tornar nossa cidade um lugar cada vez melhor para se viver, com qualidade de vida e oportunidades a seus moradores, construindo de maneira participativa o sonho da comunidade em relação à cidade, contribuindo para diminuir dificuldades na gestão pública, como a falta de planejamento urbano e social e de políticas claras de desenvolvimento (CODEFOZ 2013),.

O CONFOZ tinha como visão de futuro, missão, valores e princípios institucionais trazidos no Quadro 10.

VISÃO DE FUTURO 2040: Ser reconhecido pela sociedade como o principal instrumento de desenvolvimento sustentável de Foz do Iguaçu e região. MISSÃO: Promover o desenvolvimento sustentável de Foz do Iguaçu, alinhando e integrando, democraticamente, os interesses da sociedade. VALORES: Equidade; Comprometimento; Respeito; Transparência; e Excelência. PRINCÍPIOS INSTITUCIONAIS: Ética; União; Consenso; Continuidade; Engajamento social; e Suprapartidarismo.
--

Quadro 10 - Diretrizes estratégicas do CODEFOZ
Fonte: CODEFOZ (2013)

O Conselho ainda se mantém ativo. Exemplo disso foi a assinatura de carta-compromisso com todos os seis candidatos a prefeito que concorreram à eleição em

2017. Essa carta foi elaborada a partir de debates, consultas e estudos desenvolvidos por organizações pelas organizações participantes de câmaras técnicas do Codefoz. Essa carta apresenta propostas para o desenvolvimento econômico e social, gestão e transparência, turismo, infraestrutura e logística, políticas fiscais e sociais, meio ambiente e terceiro setor. O conselho defende como instrumento para realizar tais políticas o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado e Sustentável (PDDIS), atualizado em 2016 pela Secretaria Municipal de Planejamento, com o apoio do Codefoz, Itaipu Binacional, ACIFI, Fundo Iguaçu, AEFI, Arup Consultoria, universidades e outras instituições. A função desse plano, como declara o Roni Temp, presido Confoz, “baliza a organização e o planejamento do crescimento do município, determinando como será a expansão de Foz do Iguaçu nos próximos dez anos. É o marco legal que estabelece o desenvolvimento urbano, social, ambiental e econômico da cidade. Não é possível iniciar uma gestão nova sem a sua aprovação” (Assessoria, 2017).

Em termos de atuação institucional, o próprio Confoz vem enfrentando dificuldades. Para isso, reivindica apoio da Prefeitura a disponibilização de uma estrutura operacional permanente, com secretaria, equipe técnica, salas, equipamentos e matérias. Sobre as condições de atuação do Conselho, o seu presidente, Roni Temp, declara que o conselho é “um órgão do município que auxilia a gestão com assessoramento. O prefeito deve dar condições para o funcionamento do Codefoz. Somos todos voluntários, mas precisamos de estrutura mínima para o trabalho” (CODEFOZ 2017).

5. Políticas públicas e Turismo urbano sustentável em Foz do Iguaçu

Em relação ao desenvolvimento de políticas públicas para fomento do turismo sustentável, Foz do Iguaçu, em 2008, apresenta iniciativas como constantes do Quadro 11.

Dimensão	Programa	Finalidade
Comunitária	Programa de Conscientização Turística.	Sensibilizar a população local quanto à importância da atividade turística para o Município, a partir do desenvolvimento da cultura de proteção ao meio ambiente e da hospitalidade ao turista, com respeito à história e orgulho pela cidade.
	Escola Parque	Conscientizar todas as pessoas (trabalhadores, moradores, turistas e, principalmente, os moradores do entorno da Unidade de Conservação) sobre a importância da preservação da biodiversidade local.

	Trilha Jovem	Desenvolver o turismo sustentável com base na inclusão social, com a inserção de jovens de famílias de baixa renda.
Infraestrutura	Reforma do Aeroporto	Aumentar a pista de pouso, melhorar as áreas de embarque e desembarque, climatizar todo o saguão de passageiros, além de outras reformas e melhorias nas lojas instaladas no aeroporto. Projeto elaborado pela Secretaria Municipal de Planejamento, Secretaria Municipal de Turismo e INFRAERO.
	Duplicação da Rodovia das Cataratas	Duplicar a BR 469 – Rodovia das Cataratas – entre a Avenida Mercosul e o portão de acesso ao Parque Nacional do Iguaçu para maior comodidade e segurança dos usuários da rodovia.
	Projeto Parque das Três Fronteiras – Terra Guarani.	Revitalizar o Marco das Três Fronteiras. A primeira etapa das obras teve início em setembro de 2007, com previsão de construção da sede administrativa e dois estacionamentos provisórios.
Cultura	Centro de Artesanato	Inclusão social da população no desenvolvimento regional, integrado e sustentável do turismo mediante a implantação de um Centro Artesanal e Turístico na Avenida das Cataratas, com foco no artesanato, cultura e turismo.
	Projeto Nandeva	Disseminar a metodologia de intervenção na produção artesanal, de modo a resgatar o patrimônio cultural existente, bem como atender às demandas atuais e futuras de mercado. Abrange também as novas linhas de produtos artesanais produzidas dentro dos critérios eco/éticos para comercialização nas áreas turísticas da região, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades artesãs locais.
Capacitação	Programa de Capacitação e Qualificação para o Turismo com Foco em Vendas e Marketing – Pró-Tur	Qualificar profissionais para a produção e gestão da cadeia produtiva do turismo. A Comissão organizadora era formada por representantes da Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Administração, FozTRANS, COMTUR, SEBRAE, ABAV/SINDETUR, ABIH/Sindihotéis, SECHSFI, SINGTUR, ACIFI e Câmara de Vereadores
	Selo de Qualidade Recomendada	Melhorar os serviços prestados para o turismo, com a identificação de todos os estabelecimentos que apresentavam qualidade superior de serviços para atendimento do turista
Promoção	Projetos de Promoção Estratégica “Foz do Iguaçu, Destino do Mundo”	Incrementar sustentavelmente do fluxo de visitantes e aumento da permanência média dos turistas na cidade.
	Road Show e Workshops	Divulgar as potencialidades turísticas de Foz do Iguaçu em diferentes regiões. Os encontros têm a participação do setor público e privado em eventos nacionais e internacionais.
	Campanha “Temporada Boa em Foz”	Aumentar ocupação hoteleira de Foz do Iguaçu na baixa temporada (meses de abril a junho), além da ampliação da permanência do visitante na cidade.
	Divulgação em Aeroportos e Shopping Centers	Divulgar o turismo local nos principais aeroportos e shopping centers brasileiros mediante uso de materiais institucionais e vídeos promocionais
	Participação em Eventos Nacionais e Internacionais e em Feiras Populares	Promover o turismo de Foz do Iguaçu, contando com a participação direta da Secretaria Municipal de Turismo em eventos nacionais e internacionais do setor de turismo.

Quadro 11 - Políticas públicas de Foz do Iguaçu e turismo sustentável (2008)
Fonte: elaborado a partir de Correa e Godoy 2008 (2008)

Avançar no desenvolvimento do turismo pode ser estratégico para Foz do Iguaçu por que “promover o desenvolvimento com base no turismo – vale dizer: na “importação de consumidores” ao “invés da exportação de bens” – é a estratégia que gera maiores benefícios por unidade de custo” (Paiva, 2014, 42).

Em 2008, na avaliação geral da política pública para fomento do turismo sustentável configurada no Quadro 11, foi constatado que as autoridades locais reconheciam que o turismo tinha importância fundamental a economia e o desenvolvimento local, mas que os planos e diretrizes tinham sido bastante incipientes e inconstantes, o que dificultava que ações voltadas à sustentabilidade em Foz do Iguaçu fossem levadas a cabo. As iniciativas apresentavam com pontos de fragilidade a falta de emprego continuado de recursos financeiros, materiais e humanos para que houvesse a consolidação de um modelo real de turismo sustentável (CORREA, RICARDO ANTONIO e GODOY, AMÁLIA MARIA GOLDBERG 2008).

Quando se fala em turismo urbano sustentável, na cidade Foz do Iguaçu embora seja dito que ela visa a natureza, ecoturismo, sustentabilidade, mas a cidade ainda não tem esse viés: sustentabilidade, cidade sustentável. Tanto é que você mora aqui e você tem essa percepção: a cidade não é sustentável. Tem o Parque Nacional, o lago de Itaipu, o Parte das Aves e outros atrativos, mas afastados dos centros urbanos. Não tem parques urbanos (Entrevistado B).

O trecho acima chama a atenção pela diferença de realidades conhecidas por turistas e aquelas vivenciadas por moradores da cidade. Enquanto para os turistas, há facilidade na identificação de boas práticas embasadas no conceito de sustentabilidade, para o morador isso acaba não sendo percebido, principalmente pela falta de infraestruturas básicas que para melhorar a sua qualidade de vida. Mais com vistas a suprir essas deficiências para moradores e comunidades locais é que se têm voltado a atenção de alguns gestores municipais, exemplo do conteúdo do seguinte trecho:

O objetivo da gestão atual é tornar Foz do Iguaçu sustentável, com vários programas e vários projetos, para que as pessoas venham aqui e vejam isso, os turistas, os cidadãos, a comunidade. Depende verba, de recursos, mas pretende-se trabalhar com parques. Criar espaços voltados para o meio ambiente porque as pessoas querem caminhar, correr, praticar ciclismo, mas a cidade não tem esses espaços. Esses espaços, visando nem tanto os turistas, mas a comunidade. Fora isso, busca-se trabalhar com o paisagismo. Há, por exemplo, um plano de mata atlântica, que envolve um plano de arborização, que Foz do Iguaçu não tem. As árvores existentes

são antigas, de mais de 80 anos, tem várias no centro. Há dois meses teve um vendaval que destruiu muitas árvores (Entrevistado B).

Em relação à criação de serviços e adoção de práticas vinculadas ao desenvolvimento de políticas públicas em padrões mais sustentáveis para a comunidade, a cidade, em muitos casos, está em fases de preocupações iniciais, como expresso no seguinte trecho de entrevista: “É preciso ter lixeiras adequadas, com viés sustentável. Está sendo iniciada a coleta de “lixo que não é lixo” pontualmente em alguns bairros para expandir para outros”. Isso também se reflete em práticas internas à prefeitura, que são vistas como inovações, ao tentar-se “envolver órgãos em uma agenda para coleta e separação de lixo, economia de água, luz, eliminação de copos descartáveis, adoção de filtros de barro” (Entrevistado B).

Apesar do quadro geral de fragilidade das políticas públicas para o desenvolvimento sustentável, em 2015 Foz do Iguaçu já foi considerada exemplar em relação a algumas iniciativas sobre ambiente relacionado às atividades turísticas, conforme Quadro 12.

Duas cidades paranaenses – Curitiba, a capital, e Foz do Iguaçu – são os destinos turísticos brasileiros que mais se destacam nos cuidados e na gestão do meio ambiente, de acordo com estudo de competitividade do Ministério do Turismo. Enquanto Curitiba é exemplo pela coleta seletiva de materiais recicláveis, pelo código ambiental da cidade e pelo plano municipal de meio ambiente, Foz se destaca pelo plano de resíduos sólidos e pela existência de estações de tratamento de água.



[...] Segundo o ministério, a visitação a locais preservados, como parques nacionais e áreas de conservação, cresce ano após ano no País. O Parque Nacional do Iguaçu, onde estão as

Cataratas, recebe anualmente 1,5 milhão de visitantes. Perde apenas para o Parque Nacional da Tijuca, no Rio de Janeiro, com 3 milhões de turistas no ano passado. [...]

Quadro 12 - Resíduos sólidos e estações de tratamento de água

Fonte: Melo (2015)

Uma questão interessante entre a cidade de Foz do Iguaçu e o turismo é um aparente distanciamento do foco de atuação entre gestores urbanos locais e os operadores públicos e privados das atividades turísticas locais. Isso é evidenciado, por um lado, Foz do Iguaçu ser mais tratado como um destino turístico do que uma cidade com atrativos turísticos. Um exemplo disso está na visão expressa no Quadro 12 e nas declarações ao final deste parágrafo. Por outro lado, quando se trata de atividades da gestão pública local, o foco para o desenvolvimento sustentável da cidade estar mais voltado para atender às necessidades dos moradores e da comunidade do que com os turistas. Exemplos são a implantação de pequenos bosques e academias ao ar livre. “Está sendo criado esse tipo de estrutura, que é para a comunidade; como o parque de lazer, vai ser para a comunidade. É claro, se um turista quiser ir, pode ir, mas a intenção primeira é a comunidade”. Essa questão do turista, por que ele venha aqui e enxergue e fale: que bacana, Foz do Iguaçu é uma cidade ecoturística ... tem esse viés, essa preocupação ... cidade bonita” (Entrevistado B). Essa manifestação e um dos responsáveis pelo encaminhamento de soluções demandadas pela sociedade local parece estar de acordo com a avaliação de que parece que “parcela expressiva dos cidadãos ainda não tenha se conscientizado da centralidade do turismo na geração do emprego e da renda local” (Paiva, 2014, p. 43).

Além de iniciativas pontuais como as relatadas acima, talvez haja possibilidade de avançar com iniciativas em bases culturais e com visão mais ampla, como chegou a ser levantado pelo Plano de Desenvolvimento Econômico de Foz do Iguaçu em 2014, conforme trecho abaixo.

Bastaria – por exemplo – valorizar e promover sua História absolutamente ímpar. E/ou planejar e ordenar seu espaço urbano com vistas a explorar as inúmeras belezas naturais associadas à confluência de dois rios espetacularmente belos e as extensas áreas verdes muradas e alienadas dos cidadãos e dos visitantes. E/ou mobilizar as organizações base binacional (como Itaipu) e voltadas à promoção da integração Latino-Americana (como a Unila) com vistas à promoção de eventos culturais voltados à manifestação e desenvolvimento da diversidade cultural que impregna o território. E/ou pela melhoria e qualificação dos sistemas locais de saúde e educação com vistas à atração de “turistas de serviços” (Paiva, 2014, p. 43).

As possibilidades trazidas no trecho acima poderiam se apresentar como possibilidades de dinamização cultural de Foz do Iguaçu para suprir tal necessidade, como, por exemplo, as levantadas pelos profissionais cuja avaliação deu origem às conclusões dos resultados expressos do Gráfico 5 ao Gráfico 7, acima.

Entre as temáticas tratadas na presente pesquisa, a que mais tem chamado a atenção da Prefeitura de Foz do Iguaçu diz respeito à sustentabilidade. Para isso, de acordo com o Entrevistado B, está sendo criado um selo Ambiental em parceria com a Associação Comercial e Empresarial de Foz do Iguaçu (ACIFI), que envolve vários Setores, desde oficinas mecânicas, passando por hotéis, até atrativos turísticos. O selo se chama “Certifica Foz”. Além disso serão criados índices de sustentabilidade para serem implantados dentro dos Hotéis de Foz do Iguaçu. A participação das empresas será por livre adesão.

Na cidade estão ocorrendo algumas mobilizações envolvendo a Prefeitura e a Itaipu Binacional em iniciativas voltadas para o meio ambiente, como, por exemplo, a assinatura do protocolo de intenções sustentáveis. Há iniciativas também relacionadas ao Programa Cidades Sustentáveis Agenda Local 2030, conforme Quadro 13.

O Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado todo dia 5 de junho, será celebrado em Foz com uma programação no Hotel Mabu Thermas e Resort, na Avenida das Cataratas, a partir das 18h. O evento será realizado pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente, com apoio do Ministério do Meio Ambiente, da Itaipu Binacional e do Programa Cidades Sustentáveis. A abertura oficial está prevista para às 19h15, entre 18h e 19h será servido um coquetel de abertura aos participantes. O gerente do Programa A3P, do Ministério do Meio Ambiente fará uma palestra sobre a Agenda Ambiental da Administração Pública. No decorrer do evento serão realizadas outras palestras, como a do **projeto Sustentabilidade da secretária municipal de Meio Ambiente**, Ana Biesek. Haverá a assinatura do **protocolo de intenções sustentáveis, entre a Prefeitura de Foz do Iguaçu e a Itaipu Binacional**. O Centro de Educação Ambiental (CEAI) de Foz do Iguaçu e Coletivo Educador fazem parte das programações com a apresentação o filme ‘Carta da Terra, um novo olhar. As intenções das ODS, **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**, agenda mundial com 17 objetivos e 169 metas para os países escolhidos pelas Nações Unidas a se comprometerem com estratégias mais sustentáveis serão debatidas nas palestras sobre o **Programa Cidades Sustentáveis Agenda Local 2030**.

Quadro 13 - protocolo de intenções sustentáveis entre a Prefeitura e a Itaipu Binacional
Fonte: Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu (2017b)

Em alinhamento com as iniciativas citadas no Quadro 13, há, de acordo com o Entrevistado B, intenções de criar um mecanismo legal para associar o cumprimento de regras ambientalmente sustentáveis que envolva todas as empresas, via

concessão ou atualização de licenciamento ambiental. São exemplo de pontos de regulação a coleta e destinação de resíduos em hotéis, de reciclagem etc.

Em relação ao enfrentamento de problemas ambientais e sociais vividos atualmente no contexto urbano, há iniciativas, como, por exemplo, a revitalização das margens do rio Boicy associada com a construção de um conjunto habitacional em área de ocupação irregular. A dimensão ecológica, além a da revitalização do leito do rio, estaria associada também com o reaproveitamento de materiais de entulho da construção civil da cidade. Essa iniciativa, ainda em na fase de estudos, também tem por objetivo cumprir exigências do Ministério Público quanto à destinação de tal material no aterro sanitário da cidade (Quadro 14).

O Instituto de Habitação de Foz do Iguaçu – Fozhabita, a **Secretaria Municipal de Meio Ambiente** e o **Ministério Público** estão trabalhando em conjunto na elaboração de um **projeto que prevê** uma grande **revitalização na área às margens do rio Boicy**. A intenção é recuperar a área degradada do rio, construir um conjunto habitacional ecologicamente correto em um terreno nas proximidades da área invadida pelos moradores, reaproveitando material de entulho da construção civil na obra e proporcionando uma moradia mais digna à inúmeras famílias que se encontram em situação de risco e de irregularidade.

O projeto piloto já está sendo estudado e formulado em conjunto com técnicos do Meio Ambiente e do Ministério Público que estão auxiliando na tomada de decisões. **“A ideia é retirar as famílias que vivem às margens do rio e realocá-las em uma área ao lado da área invadida atualmente, em uma construção totalmente nova, sustentável e que pode se tornar uma referência em projetos ambientais. Queremos construir casas utilizando material de entulhos da construção civil, evitando que esse material seja despejado no aterro sanitário, evitando que o Município seja notificado e multado pelo MP por cometer essa irregularidade ambiental e seguindo padrões mais sustentáveis em um projeto arrojado, ecologicamente correto”**, pontuou a secretária de Meio Ambiente, Ana Biesek.

O material reaproveitado da construção civil poderá ser utilizado em máquinas modernas que transformam restos de cimento, tijolos, ferro em blocos para construções novas. **“Queremos implantar uma construção sustentável, com cisternas, placas solares, recuperando o rio, a nascente, revitalizando toda a área, desafogando o aterro sanitário de entulhos e material pesado, reaproveitando esse material na cidade. Para isso, estamos estudando a criação de uma Lei de Compensação Ambiental que deverá ser encaminhada à Câmara e que por meio dela poderemos buscar parcerias e recursos para levar o projeto adiante no Município. Esse é um compromisso do prefeito e nosso também, de tornar Foz uma cidade mais sustentável”**, defende Ana Biesek.

A intenção é poder expandir o projeto para outras áreas da cidade à medida que o Município conseguir realizar esse projeto piloto. **“Começaremos pela área do Boicy, pois hoje é uma das áreas mais preocupantes de Foz, justamente pela questão ambiental onde em torno de 180 famílias vivem em condição de risco em uma área invadida, que está às margens do rio. Precisamos atender essas famílias, oportunizar à elas uma vida melhor, e, em conjunto com o Ministério Público nasceu este projeto ecologicamente correto, aproveitando uma área do Município para construir um conjunto habitacional novo e sustentável, reutilizando material de entulho, revitalizando a área já degradada do rio e contribuindo com o meio ambiente. É um grande desafio, mas com a união de forças acreditamos que será possível, pois estamos buscando soluções. Já apresentamos o projeto aos moradores e temos o parecer favorável deles. A ideia é de que o Município entre com a parte técnica e infraestrutura do projeto habitacional e os moradores ajudem com a mão de obra na construção. Um projeto que pode agregar valor ao turismo, agregar valor as empresas que vêm investir na cidade”**, destacou o Diretor Superintendente do Fozhabita, Eduardo Teixeira.

Para o **Ministério Público**, o projeto vem de encontro com a regularização fundiária que precisa ser realizada em Foz do Iguaçu. **“Existe vários outros loteamentos que precisam de regularização fundiária em Foz. Nos últimos anos o Ministério Público notificou o Município**

em razão disso, mas agora surgiu esse projeto novo de uma grande revitalização da área do Boicy, podendo atender as famílias que vivem de forma irregular há anos. Estamos auxiliando na elaboração do projeto da melhor forma”, frisou Ederson Luiz Laurindo, engenheiro agrônomo, consultor e representante do Ministério Público.

Ainda segundo a secretária de Meio Ambiente, **o próximo passo é seguir trabalhando na construção da Lei de Compensação Ambiental, estudando a área do projeto piloto de casas habitacionais sustentáveis e na captação de recursos e parcerias para realizar todo o projeto.**

Quadro 14 - Revitalização das margens do rio Boicy
Fonte: Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu (2017a)

A iniciativa descrita no Quadro 14, quando tratada sob o olhar da sustentabilidade, abrange a dimensão ambiental, representada pela revitalização do rio; a dimensão social, representada pela necessidade de melhorias nas condições de habitação de grupo social vulnerável; e econômica, representada pela tentativa de criar mecanismo de compensação ambiental e por meio da captação de recursos em parcerias. Os atores participantes há participação de representantes do terceiro setor, da prefeitura municipal e do ministério público. A ação parece mais resultado de pressões legais institucionais do Ministério Público para tentar resolver um problema de destinação de resíduos sólidos gerados pela construção civil da cidade, que é assumido pelo município.

O maior obstáculo para avançar no desenvolvimento sustentável manifesto por representantes da Prefeitura está na limitação de recursos financeiros ações e programas, bem como a falta de organização interna para começar novos projetos. Quanto à limitação dos recursos, procura-se contornar essas limitações por meio de parcerias com algumas empresas interessadas em questões ambientais, e quanto às questões administrativas internas, como se está iniciando uma nova gestão municipal, há que se estruturar primeiramente para, depois tentar inovar. Este último ponto está associado, como já relatado por outro entrevistado, à falta de continuidade de programas e projetos institucionais da prefeitura. Isso acaba gerando descontinuidades e incertezas quanto aos rumos a serem seguidos por novas gestões (Entrevistado B).

Essa falta de continuidade já era objeto de preocupações, por exemplo, do CODEFOZ, em 2012, quando afirmava-se que

um dos principais problemas a serem resolvidos é a falta de perenidade das políticas públicas de desenvolvimento, que geralmente sofrem grande descontinuidade entre uma administração municipal e outra, causando, na maior parte das

vezes, prejuízos e retrocessos desnecessários à comunidade, que se vê incapacitada de atuar contra o impacto negativo gerado por esta realidade (CODEFOZ 2013).

Como forma de enfrentar essa continuidade, passando de política de políticas de governo para políticas de estado, apostou-se na formação de um arranjo de governança a partir da articulação da sociedade civil local (CODEFOZ 2013), mas, na atualidade, mesmo o principal arranjo de governança societal representado pelo Codefoz parece estar em dificuldades para levar a diante as suas iniciativas para capacitar o desenvolvimento local.

CONCLUSÃO

O programa Ñandeva nasceu a partir de profundos diagnósticos sobre a etnografia regional e das características do setor artesanal da região de Foz do Iguaçu, expandindo-se, em seguida, para cidades paraguaias e argentinas. Com isso, foi possível definir estratégias, ao mesmo tempo abrangentes e com ajustes às particularidades das culturas e características da arte popular local. Quanto às articulações sociopolíticas, o programa, desde a sua origem, teve como base a formação de e manutenção de arranjo de governança a partir da firmação de acordos e parcerias com instituições regionais ligadas ao poder público e organizações da sociedade civil organizada em busca de sustentabilidade operacional e financeira. Quanto à formação de infraestrutura, houve a montagem do Centro de Tecnologia de Artesanato para as áreas de cerâmica, madeira, couro, fios e tecidos, fibras e metais. No âmbito da difusão de tecnologias e conhecimentos no contexto regional, implementou bases para mobilização e atendimento de artesãos, criando bancos de informações sobre artesãos dos três países abrangidos. Na área de comercialização, avançou como modelos para viabilizar a comercialização com abrangência nacional e internacional, criando coleção de produtos com base na marca Ñandeva.

Em ampla perspectiva, considerando a configuração e a trajetória do funcionamento do programa Ñandeva, é possível concluir trouxe importantes contribuições para a região de Foz do Iguaçu por na medida em que serviu de base para avançar na na ideia de turismo sustentável, uma vez que, na *dimensão social* manifestou preocupações voltadas para comunidade local, o patrimônio histórico-cultural e a interação com os visitantes; na *dimensão ambiental*, esteve associado com os principais atrativos turísticos de Foz do Iguaçu e da região; na *dimensão econômica*, buscou a ampliação da geração de renda a partir da consolidação da produção artística dos artesãos daquela região; e, finalmente, na *dimensão política* o projeto resultou da articulação de uma variedade de atores públicos, privados e do terceiro setor local, regional e internacional para instrumentalizar estrategicamente a gestão em favor do desenvolvimento sustentável. Além dessas quatro dimensões, a análise do escopo do projeto permitiu verificar que é possível considerar a dimensão *difusão de tecnológica*, como ocorreu com a transferência de tecnologias aplicadas ao artesanato e com desenvolvimento de tecnologias para reaproveitamento de resíduos de estações de tratamento de

água para servirem de matéria prima para produção de artefatos artísticos por artesão dos projetos.

Na perspectiva da economia criativa, o programa Ñandeva, ao longo de sua trajetória formou uma “*ecologia criativa*” ao desenvolver ininterruptamente até dois anos atrás uma série de atividades para potencializar o desenvolvimento de atividades criativas vinculadas ao artesanato da região de Foz do Iguaçu. Foi possível observar que, quanto à *infraestrutura criativa*, incluiu todo o sistema de suporte à atividade criativa (espaços, equipamentos, financiamento, acesso aos mercados); quanto aos *lugares criativos*, teve abrangência em três países, com atividades intensas em 8 na Argentina, 9 no Paraguai e 8 no Brasil para atrair, desenvolver e reter talentos por meio da formação de um ambiente com considerável potencial; quanto às *atividades criativas*, o programa esteve estreitamente relacionado com atividades turísticas (eventos, feiras, exposições, mercados e festivais) que se desenvolveram em torno das atividades turísticas da região, principalmente potencializadas pelas pelos recursos naturais representados pelas Cataratas do Iguaçu e entorno, que ampliaram as possibilidades de comercialização de bens e serviços criativos; quanto aos *negócios criativos*, o projeto abrangeu desde as atividades de subsistência desenvolvidas por indígenas da região até aquelas realizadas por comerciantes em shopping centers, centros de convenções, aeroportos, ruas comerciais das cidades etc., o que lhe conferiu expressão econômica com reflexos para o desenvolvimento regional.

Especificamente quanto à capacitação dos artesãos participantes do projeto Ñandeva, ocorreram iniciativas e desenvolvimento de pesquisas importantes para a inserção de ferramentas e conceitos de gestão de teve papel importante a ressignificação de conceitos relacionados à qualidade, melhoria das relações como o mercado, sistematização de processos produtivos e criativos, definição da identidade visual e visualização da atividade do artesão de forma mais ampla, resguardando e preservando a identidade do artesão.

Quanto às influências do programa Ñandeva na cidade de Foz do Iguaçu, quanto à atuação da prefeitura na área cultural, chegou a ser considerado com um meio de disseminar a metodologia de produção artesanal, com vistas a resgatar o patrimônio cultural, assim como para atender às demandas atuais e futuras de mercado formado por moradores e turistas da cidade. Nesse momento, houve

alinhamento, pelo menos de ordem conceitual da política pública, com a ideia do turismo urbano sustentável ao definir linhas de produtos artesanais desenvolvidos sob critérios eco/éticos para comercialização nas áreas turísticas da região, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades artesãs locais. Essas contribuições, entretanto, acabaram perdendo significados ao longo do tempo ao ponto de, na atualidade, o próprio programa ter sido instinto pela Instituição que o criou e desenvolveu ao longo de mais de uma década e de a prefeitura não atribuir grande valor ao potencial que apresenta para geração de renda local e, ao mesmo tempo, servir com geração de um artesanato de base cultural com potenciais para difundir a imagem e a cultura local para uma infinidade de locais nacionais e estrangeiros de onde veem os turistas da cidade.

As fragilidades que se mostraram crescentes ao longo do tempo do desenvolvimento do projeto também são percebidas em relação às políticas públicas e à formação de arranjos de governança local em Foz do Iguaçu. Essas dificuldades se refletiram nas entrevistas com gestores urbanos atuais, mas já eram relatadas desde o início da presente década, quando um conjunto de atores da cidade se reuniu para tentar evitar as constantes interrupções de políticas de governos para tentar criar bases mais consistentes para que prosperassem políticas de estados na gestão municipal. Com essas finalidades foi formado conselho de desenvolvimento local, que apesar de envolver uma ampla rede de atores públicos, privados e da sociedade civil local para contribuir para o desenvolvimento da cidade, enfrenta dificuldades pela falta de condições operacionais relativamente modestas, como, por exemplo, um espaço próprio para desenvolvimento de suas atividades, de uma equipe técnico-administrativa de assessoramento, de materiais e equipamentos.

Em Foz do Iguaçu, sob a perspectiva de profissionais que atuam na área de turismo, a cidade pode ser considerada como criativa por se configurar em um espaço urbano com articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais, em que as atividades turísticas desenvolvidas contribuem significativamente para a economia da cidade. A cidade se destaca por possuir uma gastronomia de qualidade e promover a diversidade cultural, tendo nas atividades turísticas uma fonte importante de geração de qualidade de vida para os seus cidadãos, promovendo a diversidade social e artística. Ainda, a cidade é considerada culturalmente atrativa, com articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo. Isso tudo pode ser potencializado se

houver maior atenção para formar um ambiente que contribua para aumentar o potencial criativo de empresas e instituições, formando um contexto em que seja possível explorar suficientemente a criatividade cultural e artística para geração de empregos. Para isso, a cidade teria que incentivar a geração conhecimentos para os seus cidadãos sobre a sua cultura e criatividade local, elevar a qualidade do artesanato, assim como atrair e reter pessoas talentosas na área das artes e da cultura.

De modo geral, os resultados permitem inferir que a ideia de cidade criativa é, por um lado, ainda bastante superficial na Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu. Quando, por exemplo, o tema é levantado, como regra, os entrevistados apresentam dificuldades para expressar as grandes possibilidades que a ideia de cidade criativa possui para dinamizar a criatividade para tornar a cidade vibrante a partir da mobilização e articulação de seus recursos intangíveis a partir do conhecimento e cultura local. Os entrevistados, quando perguntados sobre propostas esse tema, tenderam a se referir a iniciativas como abrir espaços para trabalhos em grafite em escolas, nas comunidades, nos bairros, com perspectiva de que, aos poucos, pretende-se avançar nesse sentido, mas não há clareza sobre como se fazer isso. Não há, portanto, nada que indique que essa perspectiva possa ser importante ou estratégica em termos de desenvolvimento de políticas públicas mais amplas, se dependerem de iniciativas de agentes públicos locais. Por outro, os profissionais da área turística apresentam uma avaliação bastante positiva sobre tal ideia, abrindo caminhos para incentivo à cultura e para atrair e reter pessoas talentosas na cidade.

Em relação ao turismo urbano sustentável, na cidade Foz do Iguaçu seja difundindo que haja preocupação com a natureza, incentivo ao ecoturismo e preocupações com a sustentabilidade, não possível perceber que isso se reflita em políticas públicas mais consistentes no município. Esse discurso, de acordo com informações obtidas em entrevistas, é que há um grande distanciamento entre a realidade dos atrativos turísticos e o que é sentido em termos de sustentabilidade pelo morador da cidade. Exemplo disso é o Parque Nacional, o lago de Itaipu, o Parte das Aves e outros atrativos são exemplares em relação aos cuidados ambientais e à qualidade de vida propiciada a turistas e às pessoas que trabalham ou vivem nesses locais, mas afastados dos centros urbanos. Enquanto na cidade não existem, por exemplo, parques urbanos em que as pessoas querem caminhar,

correr, praticar ciclismo. E, avançar nesse sentido, historicamente tem encontrado obstáculos na falta de recursos e na falta de continuidade de políticas públicas.

REFERÊNCIAS

ARTESOL – Artesanato Solidário. *Tipos de artesanato*. São Paulo: Artesanato Solidário, 2017. Acesso:<http://artisol.org.br/artesanato-brasileiro/valor-da-tradicao/tipos-de-artesanato/>, em: 19/07/2017.

ASHWORTH, G. E PAGE, S. J. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, v.32, n.1. p.1-15. 2011.

BRANDIÃO, H. J.; PALASSI, M. P. E FERREIRA, D. N. D. A. *Administração Pública*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2007.

BRASIL. Plano da Secretaria da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 - 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p.154.

CAIADO, A. S. C.. *Economia criativa: economia criativa na cidade de São Paulo - diagnóstico e potencialidade*. São Paulo: Fundap, 2011. 160 p.

CARNIATTO, I. V. *Gestão de design e artesanato: uma abordagem com base na pesquisa-ação* 2008. 147 p. (Dissertação).Orientador: Virgínia Borges Kistmann.Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba

CCTC – Cidade Criativa | Transformações Culturais. *Cidade criativa*. Rio de Janeiro: Cidade Criativa | Transformações Culturais, 2017. Acesso:<http://cidadecriativa.org/pt/quem-somos>, em: 20/06/2017.

CDMLLI – Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu. *Histórico do Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu*. Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu, 2017. Acesso:<<https://www.lindeiros.org.br/lindeiros/paginas.php?idmat=918>>, em: 20/06/2017.

CODEFOZ – Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu. *Quem somos*. Foz do Iguaçu: Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de

Foz do Iguaçu, 2012. Acesso:<http://www.codefoz.org.br/institucional/quem-somos/>, em: 13/05/2017.

_____. *Atas: Meio Ambiente*. Foz do Iguaçu: Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu, 2013. Acesso:<http://www.codefoz.org.br/institucional/quem-somos/>, em: 13/05/2017.

_____. *Candidatos a prefeito assinam carta-compromisso do CODEFOZ: os seis concorrentes à prefeitura confirmaram presença na reunião plenária do conselho*. Foz do Iguaçu: Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu, 2017. Acesso:<http://www.clickfozdoiguacu.com.br/candidatos-prefeito-assinam-carta-compromisso-do-codefoz/>, em: 13/03/2017.

COOPER, C. P.; FLETCHER, J.; NOBLE, A. E WESTLAKE, J. N. Changing tourism demand in Central Europe: the case of Romanian tourist spas. *Journal of Tourism Studies*, v.6, n.2. p.30-44. 1996.

CORREA, R. A. E GODOY, A. M. G. Políticas públicas e turismo sustentável em Foz do Iguaçu. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, n.115. p.149-172. 2008.

COSTA, A. D. E SOUZA-SANTOS, E. R. D. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. *Revista Economia & Tecnologia*, v.7, n.2. p.1-8. 2012.

COSTA, P.; SEIXAS, J. E OLIVEIRA, A. R. *Das cidades criativas à criatividade urbana? Espaço, criatividade e governança na cidade contemporânea*. In: Cabo Verde: redes e desenvolvimento regional. Cidade da Praia, Cabo Verde: UniPiaget, 2009. p.2715-2746.

COUTINHO, L. Economia Criativa para o desenvolvimento. In: Ministério Da Cultura (Org.). *Plano da Secretaria da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 - 2014*. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p.154

CRESPO, J. L. M. *Governança e Território. Instrumentos, métodos e técnicas de gestão na Área Metropolitana de Lisboa*. 2013. 367 p. Faculdade de Arquitectura, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa

CRUZ, A. R. *Atração da classe criativa e recursos primários no turismo do Algarve*. In: VII Congresso português de sociologia. Porto: Faculdade do Porto, 2012.

DCLG – Department for Communities and Local Government. *Good Practice Guide on Planning for Tourism*. London: Department for Communities and Local Government, 2006.47 p.

EDWARDS, D.; GRIFFIN, T. E HAYLLAR, B. Urban Tourism Research: Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research*, v.35, n.4. p.1032-1052. 2008.

EUROPARC – Federação Europarc. *Carta Europeia de Turismo Sustentável nas Áreas Protegidas*. Espanha: Federação Europarc, 2007.

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. *A cadeia da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, 2008.32 p.

FS – Fundação Serralves. *Desenvolvimento de um cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*. Portugal: Fundação Serralves, 2008.236 p.

FTPI – Fundação Parque Tecnológico Itaipu. *Relatório anual de atividades do exercício 2006*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2006.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2007*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2007.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2008*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2008.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2009*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2009.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2010*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2010.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2011*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2011.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2012*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2012.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2013*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2013.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2014*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2014.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2015*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2015.

_____. *Relatório anual de atividades do exercício 2016*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2016.

_____. *Ñandeva*. Foz de Iguaçu: Fundação Parque Tecnológico Itaipu, 2017.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2008. 2000 p.

GUNN, C. A. *Tourism Planning*. New York: Russack & Company, 1979. 371 p.

HOWKINS, J. *Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo: M. Books, 2013. 272 p.

LAKATOS, E. M. E MARCONI, M. D. A. *Metodologia do Trabalho Científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. São Paulo: Editora Atlas, 1992. 214 p.

LANDRY, C. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan, 2000.

LAW, C. M. *Tourism in major cities*. London: Routledge, 1996. 266 p.

MELO, L. **ClickFoz**. Foz do Iguaçu e Curitiba São destaques ambientais: As duas cidades estão em primeiro lugar em ranking do Ministério do Turismo. Foz de Iguaçu, 2015. <http://www.clickfozdoiguacu.com.br/foz-do-iguacu-e-curitiba-sao-destaques-ambientais/>, 15/06/2017.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: Gisele Marchiori Nussbaumer (Org.). *Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007. p.95-113

MTUR – Ministério do Turismo. *Relatório final do Vivências Brasil: aprendendo com o turismo nacional 2008/2009 - Etapa Foz do Iguaçu - Ecoturismo em Unidades de Conservação*. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

OLIVEIRA, V. D. S.; HINNING, J. P.; TEIXEIRA, E.; PIENIZ, L.; VIEIRA, N. B.; SARA, M. E OLIVEIRA, P. V. *Percepções sobre economia criativa, identidades como horizontes para projetos sustentáveis*. In: XVIII Seminário Interinstitucional de Ensino, Pesquisa e Extensão, XVI Mostra de Iniciação Científica, XI Mostra de Extensão. Cruz Alta: Unicruz, 2013.

PAIVA, C. Á. Plano de desenvolvimento econômico de Foz do Iguaçu: Diagnóstico. Foz do Iguaçu: Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu, 2014. p.74.

PASKALEVA-SHAPIRA, K. *Innovative Partnerships for sustainable Urban Tourism - Framework Approach and the European Experience*. In: Creating and Managing Growth in Travel and Tourism. Stockholm, Sweden: TTRA European Conference, 2001.

PIERRE, J. Models of urban governance: the institutional dimension of urban politics. *Urban Affairs Review*, v.34,, n.3. p.372-396. 1999.

PMFI – Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu. *Meio ambiente, Fozhabita e Ministério Público trabalham juntos em projeto de revitalização do BOICY*. Foz do Iguaçu: Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, 2017a. Acesso:<http://www.pmfi.pr.gov.br/noticia/?idNoticia=41188>, em: 22/06/2017.

_____. *Prefeitura e itaipu assinam protocolo de intenções sustentáveis no dia mundial do meio ambiente*. FOZ DO Iguaçu: Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, 2017b. Acesso:<http://www.pmfi.pr.gov.br/noticia/?idNoticia=41098>, em: 30/05/2017.

POZZOBON, JOÃO C.; LUCAS, JULIANA FENNER R. E MORA, NORA D. *Da pesquisa à extensão: aproveitamento de lodo de eta em cerâmica Artística na região trinacional*. In: I Seminário Nacional de Meio Ambiente e Extensão Universitária. Marechal Cândido Rondon: Universidade Estadual do Oeste do Paraná, 2010.

PROCOPIUCK, M. E FREDER, S. M. Políticas públicas de fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, v.2, n.2. p.15-29. 2013a.

_____. *Políticas públicas e fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional*. In: 1º Seminário de Planejamento e Desenvolvimento. Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná: Programa de Planejamento e Governança Pública, 2013b.

RAMOS, D. B. *O planejamento em turismo e as redes no desenvolvimento local: O caso da região Oeste*. 2016. 558 p. (Tese). Orientador: Carlos Manuel Martins Costa e Zélia Maria De Jesus Breda. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial Universidade de Aveiro, Aveiro

REIS, A. C. F.. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.

REIS, A. C. F. E KAGEYAMA, P.. *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions, 2011. 170 p.

RICHARDS, G. E WILSON, J. Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, v.27. p.1209-1223. 2006.

ROSA, A.; PROCOPIUCK, M. E FREY, K. *Governança pública, redes sociotécnicas e políticas ambientais urbanas*. Curitiba: Pucpress, 2016.

SAMPAIO, C. A. C. *Gestão que privilegia uma outra economia: ecossocioeconomia das organizações*. Blumenau: EDIFURB, 2010. 128 p.

SARAIVA, E. Introdução à teoria da política pública. In: Enrique Saraiva e Elisabete Ferrarezi (Org.). *Políticas Públicas*: ENAP, 2006a. p.21-42

_____. Política pública: dos clássicos às modernas abordagens: orientação para a leitura. In: Enrique Saraiva e Elisabete Ferrarezi (Org.). *Políticas Públicas*: ENAP, 2006b. p.13-18

SARAVIA, E. Política Pública, Política Cultural, Indústrias Culturais e Indústrias Criativas. In: Ministério Da Cultura (Org.). *Plano da Secretaria da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 - 2014*. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p.154

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development. *Relatório de economia criativa 2010: economia criativa, uma opção de desenvolvimento*. São Paulo: United Nations Conference on Trade and Development, 2010.424 p.

_____. *Fortalecendo as indústrias criativas para o desenvolvimento*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2011.76 p.

_____. Creative Economy Programme Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2013.
<http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>,

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the*

Planning. Santa Fe de Bogotá: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2006.

_____. *The Creative Cities Network*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2013.

YIN, R. K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 205 p.

APÊNDICE I – INSTRUMENTOS DE PESQUISA

a) Questionário 1

Solicitamos algumas informações sobre o seu perfil:

Em termos profissionais, você tem a sua **principal atuação** () setor público, () no setor privado () no terceiro setor (ONG)

Você é um **profissional da área de turismo**: () sim () não.

Você mora em que cidade? Estado?
Pais.....?

Há quanto tempo você conhece Foz do Iguaçu?anos. É a primeira vez que estou aqui ()

Considerando que

“Cidades Criativas são espaços urbanos onde a articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo foi capaz de produzir uma efervescência cultural que desenvolve, atrai e retém talentos, promove diversidade social, aumenta a oferta de empregos, gera maior conhecimento entre cidadãos, aumenta o potencial criativo de empresas e instituições, atrai mais turistas e, assim, contribui significativamente para a economia da cidade e qualidade de vida de seus cidadãos”

... avalie as alternativas abaixo sobre:

Avaliação da cidade de Foz do Iguaçu suas atividades turísticas e culturais	o totalme Concorda	o em Discord	o em	o totalme
A cidade pode ser considerada um espaço urbano com articulação eficiente entre <u>atividades sociais e artísticas, indústrias culturais (setor do turismo)</u> .	()	()	()	()
Há <u>articulação eficiente</u> entre <u>atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo</u>	()	()	()	()
A cidade <u>atrai e retém</u> pessoas talentosas na <u>área das artes e da cultura</u>	()	()	()	()
A cidade <u>promove diversidade social</u>	()	()	()	()
A cidade <u>promove diversidade cultural</u>	()	()	()	()
A cidade <u>promove diversidade artística</u>	()	()	()	()
A cidade <u>explora suficientemente</u> a <u>criatividade cultural e artística</u> para <u>geração de empregos</u>	()	()	()	()
A cidade <u>incentiva a geração conhecimentos</u> para os <u>seus cidadãos</u> sobre a sua <u>cultura e criatividade local</u>	()	()	()	()
A cidade, de forma geral, <u>representa ambiente</u> que <u>contribui para aumentar o potencial criativo de empresas e instituições</u>	()	()	()	()
A cidade <u>desenvolve atividades turísticas</u> que <u>contribuem significativamente</u> para a <u>economia da cidade</u>	()	()	()	()
A cidade faz com que as <u>atividades turísticas</u> gerem <u>qualidade de vida</u> para os <u>seus cidadãos</u> .	()	()	()	()
De forma geral, a cidade é <u>culturalmente atrativa</u> .	()	()	()	()
De forma geral, a cidade possui <u>artesanato de qualidade</u> .	()	()	()	()
De forma geral, a cidade possui <u>gastronomia de qualidade</u> .	()	()	()	()
De forma geral, a cidade pode ser considerada <u>ambientalmente sustentável</u> .	()	()	()	()
Na cidade, a <u>melhoria das atividades artísticas e culturais</u> deve ser <u>responsabilidade de empresas e associações</u>	()	()	()	()
Na cidade, a <u>melhoria das atividades artísticas e culturais</u> deve ser <u>responsabilidade de órgãos públicos</u>	()	()	()	()
De forma geral, o <u>morador</u> de FOZ DO IGUAÇU está <u>bem preparado</u> para <u>bem receber os turistas</u>	()	()	()	()
De forma geral, o <u>morador</u> de FOZ DO IGUAÇU <u>recebe bem os turistas</u>	()	()	()	()
<u>Sem os recursos naturais</u> de Foz do Iguaçu, a cidade seria <u>atrativa turisticamente</u> .	()	()	()	()

Agradecemos a sua colaboração

b) Questionário 2

A presente pesquisa busca avaliar algumas características dos conceitos de Cidade Criativa relativamente a Foz do Iguaçu, para fins exclusivos de trabalho de Mestrado. Nesta pesquisa será assegurado o anonimato de todos os respondentes.

Solicitamos algumas informações sobre o seu perfil:

1) Você Trabalha como: () Artesão () Comerciante () Representante, **mora na cidade de**, Estado, pais..... **Você faz parte de alguma associação de artesanato?** () Não () Sim. Qual associação?

2) Você comercializa ou representa os seus produtos no dia-a-dia:

- () só na Cidade de Foz do Iguaçu
 () nos municípios e cidades brasileiras da região de Foz do Iguaçu
 () em todas as localidades da região da tríplice fronteira (Brasil, Argentina e Paraguai)

3) Os PRODUTOS que você comercializa ou representa:

- () são produzidos ou criado por você ou por seus familiares
 () são adquiridos de outros fornecedores para revenda
 () a maior parte dos produtos tem origem no município ou cidade de Foz do Iguaçu
 () a maior parte dos produtos tem origem em outras cidades ou municípios. Quais?

- () os produtos possuem elementos representativos de pontos turísticos
 () os produtos representam a cultura local e regional de Foz do Iguaçu
 () os produtos possuem composição e elementos de diferentes regiões do mundo.

4) Indique abaixo os tipos de produtos mais representativos da região de Foz do Iguaçu:

Produtos naturais	() convencionais () orgânicos
Produtos artesanais	() impressos (agendas, cadernos etc) que expressam cultura e belezas naturais de Foz () artesanato para moda (brincos, bolsas, colares, pulseiras etc). () escultura com materiais naturais (madeira, pedra etc) da região de Foz do Iguaçu () Roupas típicas ou com <i>design</i> gráfico (símbolos, pontos turísticos etc). () <i>Souvenires</i> , lembranças e decoração (louças, biscuit etc) () Outros. Quais
Tipo de artesanato	() Trabalhos Manuais () Industrianato/ <i>Souvenir</i> (produção em grande escala, com utilização máquinas e equipamentos) () Artesanato de Tradição (manifesta os modos de vida o artesão quem o produz) () Artesanato Indígena (expressão cultural do povo indígena) () Artesanato de Referência Cultural (manifesta a história do contexto do artesão) () Artesanato Conceitual (valoriza a inovação a partir do design)

5) Valorização de produtos e atividades culturais

Avaliação de atividade culturais e produtos do artesanato		Concordo	Concordo em parte	Discordo em parte	Discordo totalmente
O <u>setor do turismo</u> (hotéis, restaurantes, agências etc.) valoriza	<u>as atividades de cultura</u>	()	()	()	()
	os produtos de artesanato	()	()	()	()
A <u>prefeitura de Foz do Iguaçu</u> valoriza	<u>as atividades de cultura</u>	()	()	()	()
	os produtos de artesanato	()	()	()	()
Os <u>turistas</u> que vêm a Foz do Iguaçu valorizam	<u>as atividades de cultura</u>	()	()	()	()
	os produtos de artesanato	()	()	()	()

Os <u>moradores</u> de Foz do Iguaçu valorizam	<u>as atividades de cultura</u>	()	()	()	()
	<u>os produtos de artesanato</u>	()	()	()	()

6) O Projeto Ñandeva é desenvolvido pela Itaipu Binacional. Sobre esse projeto solicitamos a sua opinião sobre os tópicos abaixo.

Você conhece o projeto Ñandeva?	() sim () não. Se você não conhece, não precisa responder as questões abaixo.
--	---

Avaliação do Projeto Ñandeva		Concordo	Concordo em parte	Discordo em parte	Discordo totalmente
As <u>atividades</u> do projeto Ñandeva são importantes para	<u>a cidade de Foz do Iguaçu</u>	()	()	()	()
	<u>O turismo de Foz do Iguaçu</u>	()	()	()	()
O <u>conhecimento repassado nos cursos</u> do projeto Ñandeva são importantes para os artesãos da região		()	()	()	()
O projeto contribuiu para a <u>melhoria do artesanato</u> na região de Foz do Iguaçu.		()	()	()	()
O projeto traz <u>benefícios para o turismo da cidade de Foz do Iguaçu</u>		()	()	()	()
O projeto contribui para <u>inovar produtos de artesanato</u> da <u>região de Foz do Iguaçu</u>		()	()	()	()
O projeto contribui para o reforço da <u>criatividade dos artesãos</u> da <u>região de Foz do Iguaçu</u>		()	()	()	()

A presente pesquisa busca avaliar algumas características dos conceitos de Cidade Criativa relativamente a Foz do Iguaçu, para fins exclusivos de trabalho de Mestrado. Nesta pesquisa será assegurado o anonimato de todos os respondentes.

c) Roteiro De Entrevista 1

Objetivos	Perguntas
Avaliar o estado atual das políticas públicas de Foz do Iguaçu que associem turismo urbano sustentável com economia criativa.	<p>1) Foz do Iguaçu tem hoje um setor que trabalha com Projetos relacionados ao Turismo Urbano Sustentável?</p> <p>2) Quais os pontos analisados e estudados para que classifiquem o Turismo de Foz do Iguaçu como Sustentável?</p> <p>3) Como as atividades vinculadas à economia criativa, como artes, artesanato, música, folclore são consideradas nas políticas públicas de Foz do Iguaçu.</p> <p>4) Além da prefeitura, que organizações ou instituições participam de políticas públicas relacionadas ao desenvolvimento do turismo urbano sustentável e à economia criativa?</p>
Conhecer se existem Projetos na cidade ligados ao Turismo Urbano Sustentável.	<p>1) Existem projetos na cidade de Foz do Iguaçu que sejam ligados ao Turismo Sustentável? Caso existam, quais são eles, onde são desenvolvidos? Quando foram iniciados? Quais são os resultados percebidos objetivamente?</p> <p>2) Existem projetos na cidade de Foz do Iguaçu que estejam relacionados com como artes, artesanato, música, folclore. Caso existam, quais são eles, onde são desenvolvidos? Quando foram iniciados? Quais são os resultados percebidos objetivamente?</p> <p>3) A cidade de cidade de Foz do Iguaçu tem um desenvolvimento econômico, social e ambiental equilibrado? Se não, como isso poderia ser alcançado?</p>
Conhecer se a Prefeitura de Foz do Iguaçu apoiou no passado e se apoia na atualidade o Programa Nandeva desenvolvido dentro da Itaipu Binacional.	<p>1) A prefeitura conhece o Programa Nandeva desenvolvido com artesãos locais dentro da Itaipu Binacional? Se sim, quais foram as contribuições desse projeto para o desenvolvimento social e econômico de Foz do Iguaçu?</p> <p>2) O Programa Nandeva hoje, recebe ou já recebeu algum apoio da cidade de Foz do Iguaçu? Caso receba, que tipo de apoio é esse?</p>
Conhecer se a Prefeitura de Foz do Iguaçu tem algum setor que se preocupe com a chamada Economia Criativa ou com atividades ligadas com a ideia de cidade criativa.	<p>1) O que a Prefeitura de Foz do Iguaçu entende por Economia Criativa? O que entende por cidade criativa?</p> <p>2) Dentro da Prefeitura de Foz do Iguaçu existe um setor voltado somente à questão da economia criativa ou da cidade criativa? Caso exista, como ele funciona?</p>
Conhecer se Foz do Iguaçu pode ser classificada como uma Cidade Criativa.	<p>1) Qual o significado do termo cidade criativa?</p> <p>2) Foz do Iguaçu pode ser classificada como uma cidade criativa? Caso sim, quais motivos para isso?</p>

Quadro 15 – Objetivos e perguntas da entrevista com gestores da Prefeitura

d) Roteiro De Entrevista 2

Objetivos	Perguntas
Conhecer quem apoiou e quem apoia o desenvolvimento do Projeto Ñandeva.	<p>1) Hoje o Programa Ñandeva recebe algum apoio da Prefeitura de Foz do Iguaçu? Caso receba, qual o tipo de apoio recebido?</p> <p>2) A Itaipu Binacional apoia o Projeto Ñandeva? Caso isso ocorra, de qual forma é feito?</p> <p>3) Por que motivos o Programa Ñandeva deixou de ser considerado como estratégico nos Relatórios Anuais de 2015 e 2016 da Fundação Parque Tecnológico Itaipu?</p> <p>4) Por que motivo o Programa Ñandeva voltou a aparecer no Relatório Anual da Fundação Parque Tecnológico Itaipu em 2016, mesmo que timidamente?</p> <p>5) Como estão as relações com as cidades argentinas e paraguaias que eram ou são abrangidas pelo programa Ñandeva?</p> <p>6) De forma geral e em perspectiva histórica, como foram as relações do Programa Ñandeva com as prefeituras e associações dos municípios lindeiros?</p>
Conhecer quantos artesãos e famílias foram são beneficiados com o Projeto Ñandeva.	<p>1) Economicamente, atualmente o Programa Ñandeva ainda beneficia seus artesãos e suas famílias? Se sim, em que intensidade? Existem indicadores que demonstrem isso?</p> <p>2) Culturalmente, atualmente o Projeto beneficia e reconhece adequadamente seus artesãos?</p>
Conhecer se as mudanças políticas interferiram no programa Ñandeva.	1) Em que proporção as mudanças políticas influenciaram ou influenciam no programa Ñandeva?
Conhecer como as atividades do programa Ñandeva contribuíram para o desenvolvimento sustentável	2) A região de Foz do Iguaçu teve influência em termos de desenvolvimento econômico, social e ambiental equilibrado a partir do Projeto Ñandeva? Se sim, na sua opinião, com isso ocorreu?

Quadro 16 - Objetivos e perguntas da entrevista com gestores do Projeto Ñandeva

e) Roteiro De Entrevista 3

<i>Objetivos</i>	<i>Perguntas</i>
Conhecer as influências do programa Ñandeva na produção de arte e artesanato em Foz do Iguaçu e região.	1) Você conhece o Programa Ñandeva, que foi desenvolvido pela Itaipu e outras instituições? Se sim, como você considera que esse programa influenciou o desenvolvimento de produtos artísticos e artesanais em Foz do Iguaçu? 2) As associações de artesãos são importantes para o desenvolvimento das atividades relacionadas às artes e artesanato em Foz do Iguaçu? 3) Você sente que a prefeitura apoia a produção e o comércio de produtos artísticos e artesanais em Foz do Iguaçu? 4) Os turistas valorizam os produtos artísticos e artesanais originados a partir da cultura local de Foz do Iguaçu? 5) Existem diferenças entre os produtos artísticos e artesanais produzidos por artesãos brasileiros, argentinos e paraguaios? Se sim, quais são essas diferenças?
Conhecer quantos artesãos e famílias foram beneficiados com o Projeto Ñandeva.	1) Economicamente, atualmente o Programa Ñandeva ainda beneficia seus artesãos e suas famílias? Se sim, em que intensidade? Existem indicadores que demonstrem isso? 2) Culturalmente, atualmente o Projeto beneficia e reconhece adequadamente seus artesãos?
Conhecer se as mudanças políticas interferiram no programa Ñandeva.	1) Em que proporção as mudanças políticas influenciaram ou influenciam no programa Ñandeva?
Conhecer como as atividades do programa Ñandeva contribuíram para o desenvolvimento sustentável	1) A região de Foz do Iguaçu teve influência em termos de desenvolvimento econômico, social e ambiental equilibrado a partir do Projeto Ñandeva? Se sim, na sua opinião, com isso ocorreu?

Quadro 17 - Objetivos e perguntas da entrevista com comerciantes de produtos artesanais