

ITAIÓPOLIS

MÓDULO 2 - PRODUTO 4.1

DIRETRIZES GERAIS – PROPOSTAS E AÇÕES DO DNA DE ITAIÓPOLIS



REVISÃO DO PLANO DIRETOR MUNICIPAL DE ITAIÓPOLIS E REVISÃO E ATUALIZAÇÃO DOS PLANOS DE SANEAMENTO BÁSICO E DE GESTÃO INTEGRADA DE RESÍDUOS SÓLIDOS





ITAIÓPOLIS - SC

CONDIÇÕES GERAIS DE MORADIA E FUNDIÁRIAS

CONTRATO 65/2018

Consultoria para Revisão do Plano Diretor Municipal de Itaiópolis e Revisão e Atualização dos Planos de Saneamento Básico e de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos.

Curitiba / abril 2019

SUMÁRIO

SUMÁRIO	3
LISTA DE FIGURAS.....	3
EQUIPE TÉCNICA.....	4
4.1 INTRODUÇÃO.....	5
4.1.1 CONCEITOS GERAIS.....	5
4.1.1.1 Economia Criativa	5
4.1.1.2 Cidades Criativas e Clusters.....	6
4.1.1.3 Negócios Criativos	7
4.1.2 MÉTODO DE TRABALHO.....	8
4.1.2.1 Sensibilização dos Atores Locais.....	8
4.1.2.2 Definição do Grupo de Trabalho Local	9
4.1.2.3 Planejamento das Atividades	9
4.1.2.4 Realização das Ações in loco	9
4.1.2.4.1 Oficina Mapeamento do DNA de Itaiópolis.....	9
4.1.2.4.2 Resultados da Oficina de Mapeamento do DNA de Itaiópolis	11
4.1.2.4.3 Visitas técnicas e entrevistas.....	12
4.1.2.4.4 Resultados das Visitas Técnicas e Entrevistas	13
4.1.3 ITAIÓPOLIS E ECONOMIA CRIATIVA: ANÁLISE E DIRETRIZES	14
4.1.3.1 História, Cultura e Sociedade	14
4.1.3.2 Educação, Formação e Capacitação Empreendedora	16
4.1.3.3 Economia e Instrumentos de Desenvolvimento	18
4.1.3.4 Turismo Cultural e Criativo.....	22
4.1.3.5 Internet, Mídias Sociais e Audiovisual.....	24
4.1.3.6 Governança Local da Economia Criativa	25
4.1.4 REFERÊNCIAS	26

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: PARTICIPANTES DA OFICINA	10
FIGURA 2: EXECUÇÃO DA OFICINA	10
FIGURA 3: REGISTRO DAS VISITAS TÉCNICAS	12



EQUIPE TÉCNICA

PROFISSIONAL	FORMAÇÃO	CARGO
COORDENAÇÃO		
Mirna Cortopassi Lobo	Arquiteta e Urbanista	Coordenadora Geral
Thiago Gonçalves Roberto	Arquiteto e Urbanista	Coordenador Técnico
EQUIPE TÉCNICA		
Mirna Cortopassi Lobo	Arquiteta e Urbanista	Análises Integradas
Thiago Gonçalves Roberto	Arquiteto e Urbanista	Uso e Ocupação do Solo
Caroline Nayara Rech	Arquiteta e Urbanista	Área de urbanismo
Marcelle Borges Lemes da Silva	Arquiteta e Urbanista	Área de urbanismo
Gina Gulinaeli Paladino	Economista	Cidades criativas
Izamara Vanessa Carniatto	Designer	Cidades criativas
Diogo Cortopassi Lobo	Engenheiro Civil	Coordenador Infraestrutura
Bruno Ruchinski de Souza	Engenheiro Civil	Área de infraestrutura
Bruno Cesar Deschamps Meirinho	Advogado	Coordenador Jurídico
Maristela Aparecida Marangon	Socióloga	Aspectos sociais
Roseli Maria da Rocha Santos	Socióloga	Aspectos sociais
Deby Caroline Eidam de Almeida	Assistente Social	Área de Mobilização Social
Maristela Aparecida Marangon	Socióloga	Socióloga
Cristiane Tarouco Folske	Engenheira Ambiental e Sanitarista	Área de Saneamento
Vinícius Augustos Bellato	Engenheiro Ambiental e Sanitarista	Área de saneamento
Paulo Mencia	Advogado	Área de Saneamento
EQUIPE DE APOIO		
Hellen Chaiane dos Santos	-	Administrativo / Financeiro
Alberto Lopes Dal'Osto	-	Administrativo / Logística

4.1 INTRODUÇÃO

Compreender uma cidade em sua completude é um objetivo que dificilmente é alcançado. Sua dinâmica intensa e suas camadas de interações sociais não permitem que as cidades possam ser definidas ou caracterizadas com facilidade. Diante deste desafio, buscou-se compreender, ainda que conscientes da não completude deste entendimento, a cidade de Itaiópolis e suas singularidades, definidas que denominamos como seu DNA.

Este capítulo está estruturado em três partes: *i* conceitos gerais que visam balizar o entendimento a respeito de termos importantes do conteúdo apresentado ao longo do relatório; *ii* o método utilizado e relato dos resultados obtidos e *iii* análise mais detalhada com proposições de diretrizes de ações para o desenvolvimento da cidade na perspectiva da Economia Criativa.

4.1.1 CONCEITOS GERAIS

4.1.1.1 Economia Criativa

No século XX as cidades com alta qualidade de vida e atrativas eram aquelas essencialmente limpas, com bons sistemas de transportes, seguras e verdes (parques e praças) e que ofereciam oportunidades de negócios, trabalho e lazer. No entanto, nas últimas décadas, mudanças econômicas (globalização), tecnológicas (internet), sociais (migrações e longevidade), entre outras, impactaram profundamente a dinâmica urbana.

Em diversos casos assistimos inclusive uma profunda decadência, tais como Detroit (Estados Unidos), Manchester (Inglaterra), Bilbao e Barcelona (Espanha), na medida em que também foram atingidas por um processo de desindustrialização devido a transferência da maior parte das suas indústrias para a Ásia. Um dos resultados deste movimento foi a transformação das médias e, principalmente, grandes cidades em territórios cujo setor produtivo está baseado essencialmente nos segmentos de serviços.

Classificados nas áreas de serviços, os segmentos da Economia Criativa - **audiovisual, arquitetura, artes cênicas, design, editorial, turismo e expressões culturais, moda, música, publicidade, patrimônio e artes e tecnologia da informação e comunicação, etc.** -, são considerados os de mais alto valor agregado e, por esta razão, mais relevantes para as novas estratégias locais de desenvolvimento.

O Departamento de Cultura, Mídia e Esportes britânico (DCMS) considera Economia Criativa aquela em que “as atividades têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individual

e que possuem um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual”.

Estes segmentos criativos apresentam maior capacidade de gerar empregos, principalmente entre os jovens e, se bem articulados e apoiados, são propulsores de inovação e da ampliação da capacidade produtiva do conjunto da economia. Por esta razão, diversas políticas urbanas implantadas atualmente, em todo o mundo, visam ampliar a proporção dos serviços de alto valor agregado na matriz produtiva das cidades e regiões a fim de torna-las mais competitivas.

Estas políticas econômicas estão focadas principalmente em *i* transformar com mais velocidade os talentos criativos locais em empreendedores de sucesso; *ii* atrair para as cidades e regiões novos empreendedores, negócios e investimentos inovadores; e *iii* fazer crescer os empreendimentos existentes com mais valor agregado.

4.1.1.2 Cidades Criativas e Clusters

As cidades são consideradas atualmente o *habitat* por excelência das classes criativas e dos empreendedores inovadores e, portanto, as grandes protagonistas do desenvolvimento econômico e social no século XXI.

Segundo o espanhol Jordi Pardo, “...no início do século XXI, uma Cidade Criativa é um sistema social, cultural e econômico no qual a criação de oportunidades, prosperidade e riqueza está baseada na habilidade de gerar valor com a força de ideias, informação, conhecimento e talento. Ela promove os elementos de um ecossistema sociocultural que é parte do sistema produtivo, no qual os centros de treinamento, informação, pesquisa, bem como as áreas tradicionais da cultura e as atividades econômicas de todos os setores interagem para gerar valor e riqueza e melhorar a coesão social, a qualidade de vida e a atratividade da cidade como um cenário econômico e vital.”

Assim a competitividade das cidades requer atualmente uma série de novos instrumentos que garantam a retenção de talentos, capacitação de jovens empreendedores e pessoas criativas, atração de empresários e de investimentos, diversificação da matriz produtiva, ampliação da diversidade social e fortalecimento de projetos culturais.

A especialista brasileira, Ana Carla F. Reis, defende que uma Cidade Criativa se caracteriza por estar em “permanente processo de inovação, apresentar conexões diversas; e ter na cultura – sua digital - grande fonte de criatividade e diferenciação social, econômica e urbana. A Cidade Criativa conta com quatro requisitos essenciais: diversidade, mudança, aprendizado e adaptação”. Ou seja, as cidades criativas são destacadas pelas inovações urbanas e empresariais, conexões presenciais e virtuais, relevantes bases culturais e ações de longo prazo.

Para Charles Landry, cultura neste caso deve ser entendida enquanto identidade da cidade, seu patrimônio, seu passado e a imagem que este projeta no seu presente e induz seu futuro.

Novas políticas públicas e parcerias público-privadas têm sido implantadas em diversas cidades em todo o mundo visando estimular o surgimento de projetos urbanos e regionais que sustentem empreendimentos criativos. Destacam-se algumas delas: definições apropriadas do zoneamento urbano, preservação do patrimônio histórico, revitalização de antigas áreas e construções degradadas, fortalecimento de centros culturais, grandes espaços para empreendimentos criativos, galerias de arte, bibliotecas modernas e informatizadas, salas de cinema e demais empreendimentos de audiovisual, museus, infraestrutura de conectividade, mobilidade diversificada e eficiente, áreas verdes, dentre outras.

As municipalidades também têm procurado estimular mais rapidamente o desenvolvimento de empreendimentos criativos por meio dos chamados de *Clusters* (concentrações ou agrupamentos), os quais, segundo o britânico Simon Evans “estimulam a inovação, proporcionam maior competitividade e tranquilizam investidores e clientes”.

Os Clusters são ambientes ou ecossistemas implantados em bairros que contam com “polos tecnológicos, centros de conhecimento, instituições sem fins lucrativos, espaços culturais, uso misto (residencial, comercial e lazer) e diversidade cultural”, conforme Ana Carla F. Reis.

Este agrupamento conduz a uma série de vantagens quer para as empresas, quer para as regiões onde se implantam, devido ao aumento da competitividade e produtividade, ao aparecimento de novas empresas, crescimento da rentabilidade e acréscimo de empregos e inovações.

Os negócios criativos ‘gostam’ de se agrupar, porque os seus produtos e serviços ganham com a troca e interação entre seus atores. Ganham com o aumento da visibilidade de um Cluster comparado com o que poderiam conseguir permanecendo isolados e também se beneficiam de ações comuns de divulgação e troca de conhecimento.

A clusterização dos negócios criativos permite intercâmbios práticos e obtenção de economias de escala (custos de mão-de-obra, abertura de ateliers, espaços de exibição, etc.). Também é uma das formas para reduzir as dificuldades das empresas criativas iniciantes, pois facilita maior acesso a informação e a redes de apoio técnico.

4.1.1.3 Negócios Criativos

A maioria dos negócios criativos de sucesso opera na lógica colaborativa, ou seja, diferente da característica competitiva tradicional. A maioria dos produtos é intangível, com altos índices funcionando na economia informal e com rentabilidade média acima dos demais segmentos da economia.

No seu nascedouro parte desses negócios são concentrados nas oportunidades endógenas dos mercados locais baseados em ativos ou recursos físicos. Na sequência, a venda dos produtos artesanais e da gastronomia tradicional, por exemplo, apresentam um potencial de crescimento com os turistas que visitam a cidade.

Assim, na Economia Criativa os empreendimentos nascem com mais frequência de pequeno porte - micro e pequenos negócios -, sendo muitos na informalidade. Os classificados na área de tecnologia de informação e comunicação, denominados de *startups*, também operam na informalidade durante muito tempo e seus empreendedores são geralmente jovens com boa formação técnica e inovadores.

A lógica do trabalho colaborativo não é uma escolha desses agentes econômicos, mas uma necessidade do funcionamento dos empreendimentos. Por essa razão, os ambientes físicos mais apropriados para estimular o nascimento e crescimento dos negócios criativos são amplos espaços que permitem o compartilhamento de custos e que fortalecem diálogos produtivos. Chamados genericamente de *coworkings*, estes espaços comportam salas comuns de trabalho, infraestrutura de conectividade, cafeteria, restaurante, auditório, salas de reuniões, espaços de lazer, etc.

A infraestrutura de conectividade - *internet* com velocidade, segurança e preço razoável – também é um elemento essencial do ecossistema local para sustentar o desenvolvimento da Economia Criativa, além de investidores locais que apostem nas empresas nascentes, conhecidos por Investidores Anjos.

4.1.2 MÉTODO DE TRABALHO

Para compreender as sutilezas culturais e identitárias de Itaiópolis, é necessário contar essencialmente com a participação dos cidadãos/atores e, por este motivo, a metodologia desse trabalho foi participativa. Foram realizadas as atividades resumidamente descritas nos itens seguir.

4.1.2.1 Sensibilização dos Atores Locais

Esta etapa inclui uma visita à cidade e contato inicial com atores importantes para a realização das atividades seguintes do mapeamento. Isto ocorreu no dia 18 de dezembro de 2018, no momento do Workshop 2, etapa da revisão do Plano Diretor Municipal e do Plano de Saneamento e de Resíduos Sólidos.

4.1.2.2 Definição do Grupo de Trabalho Local

O objetivo desta etapa foi definir um grupo de pessoas que tenham amplo conhecimento sobre a cidade, advindas de diversas áreas, com ou sem vínculo com a prefeitura local. Este grupo participou da etapa *in loco*, sendo sua diversidade muito importante para um resultado consistente e abrangente. No dia 14 de março de 2019, na Casa da Cultura de Itaiópolis, as consultoras Gina Paladino e Izamara Carniatto se reuniram com Raquel Zanelatto e Rejane Gadotti, respectivamente diretoras de Cultura e de Turismo municipais, para avançar presencialmente na escolha do grupo de trabalho para o Mapeamento do DNA de Itaiópolis.

4.1.2.3 Planejamento das Atividades

Esta etapa contemplou a elaboração do Programa da Oficina de Mapeamento DNA de Itaiópolis, desenho dos convites e de materiais para impressão, e aquisição de materiais de papelaria. Bem como preparação de conteúdos específicos para as atividades da Oficina de Mapeamento, visitas técnicas e entrevistas.

Raquel Zanelatto e Rejane Gadotti realizaram o envio individualizado dos convites da Oficina por e-mail e a confirmação de presença dos participantes por telefone e mensagens. Foram providenciados os equipamentos, a organização do espaço físico na Biblioteca Municipal e o lanche de recepção e alimentação do grupo durante todo o trabalho.

4.1.2.4 Realização das Ações *in loco*

A etapa de ações *in loco* dividiu-se em dois momentos: a Oficina de Mapeamento e as Visitas Técnicas e Entrevistas, descritas a seguir.

4.1.2.4.1 Oficina Mapeamento do DNA de Itaiópolis

Conforme relatada em memória específica, foi realizada no dia 23 de abril, com o objetivo de levantar junto aos cidadãos de referência, informações relevantes para o mapeamento das singularidades de Itaiópolis.

A oficina produziu dois grupos de documentos. O primeiro, um conjunto de mapas impressos do município nos quais cada participante, individualmente, assinalou no espaço geográfico as áreas que ele conhece, as que ele tem um vínculo funcional (trabalho, médico, escola, etc) e as que ele tem um vínculo afetivo (memórias, acontecimentos, residência de pessoas importantes para si, locais de devoção, etc).

O segundo consiste em três mapas nos quais todos os participantes contribuíram com informações. Cada um dos três mapas conteve uma temática específica e estimulou os participantes a pensarem diferentes aspectos da identidade local.

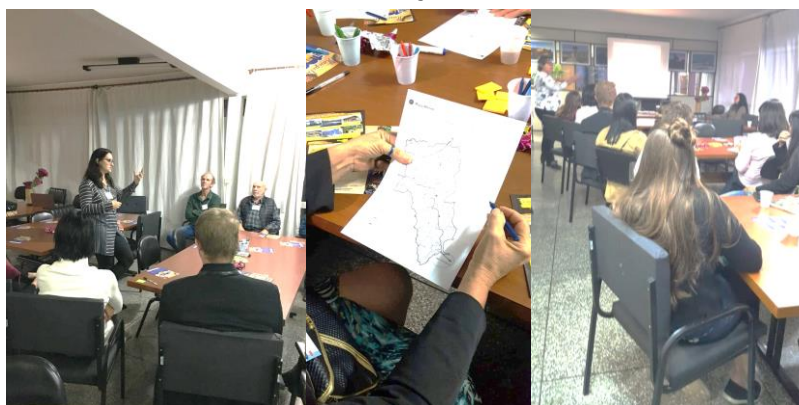
A dinâmica da Oficina mostrou-se muito produtiva na medida em que utilizou a metodologia de conversa *World Café* que facilita a participação de todos de forma criativa gerando resultados relevantes em termos de inteligência coletiva em curto espaço de tempo. Todos quiseram contar as histórias do “seu território”. Além de produtiva, a Oficina foi envolvente, lúdica e divertida.

FIGURA 1: PARTICIPANTES DA OFICINA



Fonte: Acervo Técnico Tese, 2019.

FIGURA 2: EXECUÇÃO DA OFICINA



Fonte: Acervo Técnico Tese, 2019.

4.1.2.4.2 Resultados da Oficina de Mapeamento do DNA de Itaiópolis

A atividade do mapa Afetivo teve o objetivo de validar o nível de relacionamento dos participantes com a cidade e todo município. Desta forma pode-se entender se o grupo realmente foi diverso e conhecedor das características locais.

Analisando os mapas entregues, verifica-se que a maioria dos participantes conhece uma boa porção do município sendo que alguns assinalaram todo o perímetro municipal e outros pontuaram diversos locais isoladamente. Em termos de vínculo funcional, o local mais assinalado foi o centro da cidade, por concentrar a maior parte da oferta de serviços, comércio e órgãos públicos. Quanto ao maior vínculo afetivo, em primeiro lugar figura o centro, seguido das regiões do Paraguaçu e Iracema. Outras regiões como Moema, São Pedro, São João, Poço Claro e Baía do Itajaí também foram marcadas, em menor quantidade, e outras localidades pontuadas de forma esparsa.

A análise visual dos mapas permitiu a percepção de que a região sul da cidade é menos conhecida e também a que oferece menor vínculo funcional e afetivo com os participantes. O Paraguaçu e o centro concentram a maioria dos descendentes dos imigrantes Poloneses, enquanto Iracema e Moema os descendentes dos Ucranianos. A separação geográfica contribui, por um lado, para preservar a separação cultural e, por outro, dificulta a integração e ação conjunta entre os dois grupos.

A segunda atividade forneceu três mapas nos quais todos os participantes contribuíram com informações divididas em: “O que a gente vê e sente em Itaiópolis”; “O que a gente produz em Itaiópolis” e “Como a gente é em itaiópolis”. O objetivo foi trazer informações obtidas com as pessoas que vivem no local, para confirmar ou ampliar as informações levantadas nos materiais pesquisados anteriormente.

Dentre **o que se produz**, os participantes chamaram a atenção para: produção e beneficiamento de Erva Mate de qualidade e que está em processo de certificação como “Indicação Geográfica”; as olarias; produção de frutas e legumes; curso da língua polonesa; produção de bordados ucranianos; dentre outros.

No que se **vê e sente em Itaiópolis**, destaca-se o sentimento de tranquilidade e certa nostalgia. Os participantes usaram como alegoria para descrever este sentimento a necessidade de desacelerar o carro quando se chega no centro da cidade devido a transição do asfalto para paralelepípedos. Essa redução da velocidade também se traduz na maneira do cidadão “perceber” a cidade. Os ícones religiosos (Igrejas, cruzeiros, Morro do Calvário e festas religiosas) ocupam lugar de destaque. Assim como aspectos relacionados ao clima (geadas, belo por do sol, clima agradável), à natureza (tons de verde, floração dos pessegueiros e das pereiras, pinheiros, rios e corredeiras) e aspectos materiais da cultura local (casas pintadas de rosa e verde, coreto, casas de taipa, comunidade indígena).

Quanto às **características de quem vive em Itaiópolis**, os participantes apresentaram aspectos da personalidade dos munícipes, destacando a manutenção e repasse para os mais novos da língua dos antepassados (Ucraniano e Polonês). Também há clara proximidade cultural com o Paraná e Curitiba, reconhecidos na maneira de falar, em alguns costumes, bem como no modo de ser, com desconfiança em um primeiro momento, mas muito acolhedor em seguida. Foi levantada a questão da rivalidade entre os poloneses e os ucranianos, mas sendo vista como saudável, pois favorece a singularidade de cada grupo: os bailes e as festas são também agendados em datas diferentes, sendo o jantar polonês em julho/agosto e o ucraniano em dezembro, a manutenção de saberes tais como a gastronomia típica, os artesanatos, a prática das benzedeadas e curandeiras.

Em resumo, os cerca de vinte participantes identificaram o caráter único da cidade devido às suas singularidades históricas, às tradições culturais, os acontecimentos religiosos, os estilos de vidas, a gastronomia tradicional, seus personagens e as origens europeias dos habitantes. Um profundo sentido coletivo de pertencimento foi demonstrado durante as conversas, reforçando um grande potencial desse território em desenvolver empreendimentos criativos que consigam transferir seus valores imateriais aos produtos e serviços localmente produzidos.

Finalmente, os três mapas trouxeram informações instigantes e valiosas sobre a cultura local, que também contribuíram para orientar as visitas técnicas e indicação das diretrizes apresentadas na sequência deste item.

4.1.2.4.3 Visitas técnicas e entrevistas

Realizadas nos dias 27 e 28 de maio de 2019, com o objetivo de validar informações levantadas na oficina e nas pesquisas documentais, para obter dos atores locais a real percepção sobre as oportunidades locais em potencial. Foram visitados locais de interesse econômico e cultural e entrevistados empresários, agricultores e especialistas em agronomia, profissionais de turismo, pessoas ligadas à cultura e funcionários públicos de diversas áreas de atuação.

FIGURA 3: REGISTRO DAS VISITAS TÉCNICAS





Fonte: Acervo Técnico Tese, 2019.

4.1.2.4.4 Resultados das Visitas Técnicas e Entrevistas

Todos os entrevistados foram muito solícitos ao fornecer as informações sobre suas atividades. Dos empresários de ramos tradicionais entrevistados percebe-se uma visão cética quanto ao futuro de seus negócios, seja por dificuldades mercadológicas e tecnológicas, seja por regulamentações vigentes. Por outro lado, os produtores de geléias e de destilado de pera mostraram-se estimulados e com boas expectativas para crescimento. O mesmo foi verificado junto aos produtores rurais de frutas e aqueles que atuam ou pretendem atuar no turismo rural. Apesar de cientes das dificuldades, estão em busca de alternativas para impulsionar seus negócios. No que se refere aos locais de interesse cultural percebe-se uma certa dificuldade de acesso visto que os mesmos, na maioria das vezes permanessem fechados ao público em geral. Porém, o acesso viário encontra-se em boas condições.

Todas as informações fornecidas e as percepções pessoais de cada entrevistado contribuíram para a construção das diretrizes apresentadas as seguir.

4.1.3 ITAIÓPOLIS E ECONOMIA CRIATIVA: ANÁLISE E DIRETRIZES

4.1.3.1 História, Cultura e Sociedade

Itaiópolis, situada na mesorregião Norte de Santa Catarina, começou a ser povoada no final do século XIX, sendo elevada à categoria de distrito no início do século XX quando já contava com imigrantes poloneses, alemães e ucranianos. Em 1918, através da Lei Estadual nº 1.220, Itaiópolis é elevada à categoria de município, desmembrando-se de Mafra.

Segundo as estimativas do IBGE, Itaiópolis possuía, em 2016, uma população de 21.385 habitantes (63ª das 295 cidades de Santa Catarina), distribuídos em uma área de 1.295 km², com densidade demográfica de 17 habitantes por km² (entre as menores taxas de urbanização de SC, a 239ª). No último Censo de 2010 do IBGE, somente 52,9% da população itaiopolense residia em áreas urbanas. Isto se deve a grande extensão territorial do município, sétima posição estadual, à larga produção agropecuária, entre outras.

Comparando-se os anos de 1991 e 2010, Itaiópolis elevou seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) passando de 0,428 para 0,708, embora ainda tenha permanecido em posição inferior a Santa Catarina e Brasil. Na composição do IDHM são analisados os fatores renda, educação e longevidade. Em Itaiópolis, no ano de 2010, o IDHM-Renda foi de 0,700, o IDHM-Longevidade foi de 0,836, enquanto o IDHM-Educação foi de 0,606. Ou seja, o baixo nível médio educacional do município contribui mais do que os outros dois fatores para diminuir o referido índice.

A formação histórica confere ao município riquezas de patrimônio histórico e cultural únicas. São inúmeras edificações com marcas da arquitetura europeia do início do século XX que ainda se sustentam, incluindo belas capelas e igrejas. No que diz respeito ao patrimônio particular que inclui residências, galpões e moinhos verificam-se muitos casos de abandono dos imóveis, fruto da dificuldade econômica de realizar as manutenções e reformas necessárias.

Também se destacam dois grupos folclóricos atuantes - poloneses e ucranianos -, música, dança, artesanato, gastronomia, curso de língua polonesa, a Casa da Cultura (localizada à Rua Pio XIII), calendário anual de eventos religiosos e diversas outras manifestações que elevam o sentido de pertencimento dos itaiopolenses. Os significativos valores imateriais desse território merecem ser mais bem compreendidos e adequadamente desenvolvidos, assim como estão fazendo as cidades com estas características em todo o mundo.

Assim sendo, considerando as singularidades históricas e culturais de Itaiópolis obtidas a partir de leituras de documentos, entrevistas, visitas e da “Oficina DNA Itaiópolis”, sugere-se, a seguir, um conjunto de diretrizes, públicas e privadas, visando alavancar empreendimentos locais da Economia Criativa, na dimensão História, Cultura e Sociedade:

I. Concurso “DNA de Itaiópolis”, baseado na iconografia do Patrimônio Histórico

- a. Estimular o olhar atento às referências visuais da cidade;
- b. Promover o sentimento de pertencimento e conseqüentemente de cuidado com a sua cidade;
- c. Envolver os setores da fotografia e do design;
- d. Oferecer à comunidade empresarial os resultados gráficos (desenho, fotos e outros) para que possam ser incorporados como estampa na sua produção;
- e. Estimular o uso da iconografia criada em peças de artesanato contemporâneo e/ou peças de design que podem ser comercializadas localmente para turistas e também vendidas em outros centros urbanos;
- f. Realizar mapeamento dos ativos culturais e criativos do município;
- g. Mapear e promover o patrimônio cultural local;
- h. Mapear o potencial da Economia Criativa do município;
- i. Dar visibilidade à criatividade local nas redes sociais e meios de comunicação virtual.

II. Ampliação e incentivo para continuidade do projeto Arte Slava, com foco no artesanato tradicional local (continuado)

- a. Dar continuidade à ação iniciada com apoio do IPHAN, que teve como um de seus resultados a publicação de um livro chamado de “A Arte Slava de Itaiópolis” de 2014;
- b. Promover a transmissão do conhecimento das técnicas artesanais a crianças e jovens e com isso sua preservação;
- c. Promover a comercialização destes objetos para que haja demanda e com isso estímulo para produção;
- d. Divulgar a produção local nas redes sociais e meios de comunicação virtual.

III. Feira Gastronômica Étnica com aulas de culinária (bimensal)

- a. Permitir o consumo da gastronomia típica pelo cidadão e pelos visitantes;
- b. Estimular a produção artesanal e caseira de alimentos;
- c. Incentivar a troca de conhecimentos e receitas entre pequenos produtores;
- d. Promover a cultura da produção dos alimentos através de aulas ministradas por referências da culinária local;
- e. Valorização das matriarcas detentoras de saberes culinários.

IV. Festival Nacional de Dança Eslava (bianual)

- a. Promover ação conjunta dos grupos folclóricos Ucraniano e Polonês;

- b. Convidar grupos folclóricos nacionais de origem eslava para apresentações remuneradas;
- c. Estruturar empreendimento privado com fins lucrativos;
- d. Dar visibilidade à dança folclórica como atividade séria e profissional e que oferece ao público espetáculos com cobrança de ingressos;
- e. Remunerar os dançarinos, figurinistas, cenógrafos, operadores de som e vídeo, produtores e demais profissionais ligados à execução do festival;
- f. Inverter a lógica atual dos festivais de dança folclórica, nos quais quem viabiliza o evento são os próprios grupos folclóricos com o pagamento de inscrições;
- g. Atrair um público pagante e qualificado para o evento/cidade: admiradores da música, da dança e do folclore;
- h. Estimular a produção local de Artesanatos e Souvenirs para comercialização no evento.
- i. Promover a cidade e a arte da dança folclórica nas redes sociais e meios de comunicação virtuais.

V. Concurso e exposição de Pinturas e Aquarelas inspiradas no Patrimônio Histórico de Itaiópolis (anual com aulas paralelas)

- a. Estimular as artes visuais;
- b. Formar artistas visuais;
- c. Viabilizar a exposição e a venda das obras;
- d. Dar visibilidade ao patrimônio histórico local.

VI. Escola Nacional da Arte Eslava de Pintar Ovos (contínuo)

- a. Estimular o repasse de conhecimentos e manutenção da tradição Ucraniana e Polonesa da pintura em ovos (pêssankas);
- b. Convidar pessoas de renome nacional e internacional para workshops e cursos pagos;
- c. Promoção da técnica e da arte nas redes sociais e nas mídias digitais;
- d. Venda de materiais para artesãos e peças prontas para consumidores;
- e. Ser um local de referência nacional da técnica;
- f. Promover concursos e exposições em nível nacional.

4.1.3.2 Educação, Formação e Capacitação Empreendedora

O Ministério da Educação contabilizou que Itaiópolis possuía, em 2016, 5.128 alunos matriculados na educação infantil, ensino fundamental, médio, profissionalizante e na educação de jovens e adultos. Não contava com instituições de ensino técnico

profissionalizante e de ensino superior, os quais eram ofertados pelas cidades vizinhas. Apesar de diversas pessoas estarem realizando cursos a distância, não existem dados oficiais que indiquem o volume de alunos nesta categoria de ensino.

A proporção de analfabetos em Itaiópolis em 2010 era de 5% da população adulta (com 15 anos ou mais), quando o Estado de Santa Catarina apresentava 4% e o Brasil 10%. No *ranking* dos municípios do Estado, Itaiópolis detém a 96ª menor taxa de analfabetismo nesta faixa da população. Em relação à média estadual, a população adulta com mais de 25 anos apresenta uma menor proporção de pessoas com ensino médio e superior completo. O município é o 81º colocado catarinense em termos percentuais de população adulta com ensino superior completo.

O percentual de adultos com ensino fundamental completo foi 35% em 2010, contra 11% em 1991, ainda abaixo do Estado no que se refere ao ano de 2010. No ensino médio completo os resultados da população adulta com 25 anos ou mais são menores que em relação ao ensino fundamental completo.

O município conta com 6 Centros de Educação Infantil, 4 Pré Escolas, 4 Escolas Municipais, 5 Escolas Rurais (prés até o quinto ano), 6 Estaduais, uma particular do ensino médio, um polo local de EAD (Educação à Distância) da UNINTER, curso de Menor Aprendiz do SENAI em espaço da PMC, Embraco e JBS e EJA em parceria com o Estado no espaço da PMC, convênio no ensino técnico agrícola com Mafra, convênio com o SENAR (manutenção, manejo motosserras, conservas, artesanato, pães e biscoitos), salas de informática, cursos de polônês, oficinas de pêsankas, corte costura, violão, teclado, acordeão, capoeira, etc.

Na faixa etária potencial para o desenvolvimento de novos empreendimentos criativos deve-se salientar que Itaiópolis conta com um contingente de cerca de 50% da população que possui entre zero e 29 anos. O grande desafio na área educacional será cada vez mais ampliar a oferta de cursos que sejam atrativos para os jovens em termos de sua retenção no município, ou seja, realização pessoal e profissional local.

Os baixos investimentos necessários para a implantação de negócios criativos e a existência de pessoas criativas devido às tradições culturais são alavancas promissoras para o desenvolvimento local da Economia Criativa. No entanto, a **CAPACIDADE EMPREENDEDORA E GERENCIAL** precisa avançar no sentido de ganhar um volume cada vez maior de pessoas qualificadas para criar e gerenciar negócios de mais alto valor agregado.

Assim sendo, as diretrizes listadas abaixo buscam encaminhar esforços nessa direção e devem ser implantadas por meio de parcerias públicas e privadas, na dimensão Educação, Formação e Capacitação Empreendedora:

VII. Escola de Capacitação de Empreendedores

- a. Envolver parceiros públicos e privados (SEBRAE, Fecomércio, FIESC, etc);
- b. Capacitar jovens e adultos para desenvolverem habilidades empreendedoras;

- c. Estimular o empreendedorismo local;
- d. Capacitar empreendedores culturais e criativos;
- e. Capacitar empreendedores já atuantes.

VIII. Espaço de *Coworking* com Mentorias Empresariais

- a. Oferecer aos cidadãos espaço com infraestrutura ideal para o início de um novo empreendimento e *startups*;
- b. Viabilizar a ação através de parcerias público-privadas;
- c. Selecionar através de edital empreendedores para utilizarem *coworkers*;
- d. Promover encontros e troca de experiências entre os *coworkers*;
- e. Viabilizar a mentoria dos novos empreendedores com profissionais e empresários já consolidados nas respectivas áreas.

IX. Cursos de Formação Técnica

- a. Fazer parcerias públicas e privadas para realização de cursos técnicos em áreas que possuem afinidade com a Economia Criativa: Gastronomia, Confeitaria, Restauração, Fotografia, Vídeo, Pintura, Marcenaria, Arte, Artesanato, Souvenirs, Design Gráfico, Moda (com referência na cultura local), Jardinagem, Paisagismo, Línguas, beleza pessoal, promoção de eventos, informática, games, software, entre outros;
- b. Qualificar a mão de obra local para atender a demanda empresarial local impedindo que estes busquem nas cidades vizinhas tais profissionais;
- c. Oferecer outros conhecimentos técnicos e gerenciais em parceria com entidades afins (SENAI, SESC, SENAR, SEBRAE, etc) que podem ser a base para a criação de novos empreendimentos locais.

X. Desenvolver a Educação Criativa no Ensino Básico

- a. Estimular a criatividade como ferramenta para solução de problemas.
- b. Ampliar o incentivo à criatividade associada a todas as disciplinas e não apenas às artes.
- c. Promover ações interdisciplinares.
- d. Utilizar brinquedos e outros materiais pedagógicos para o estímulo da criatividade.

4.1.3.3 Economia e Instrumentos de Desenvolvimento

Conforme descrito no item de Leitura da Realidade, relativo à economia municipal, à partir dos três documentos elaborados pelo SEBRAE-SC em 2017 e 2018 citados na bibliografia apresentam dados econômicos do município sintetizados a seguir. Itaiópolis registrou em

2014 um PIB de R\$ 646,4 milhões, colocando-se na 63ª posição estadual. Entre 2010 e 2014, seu PIB apresentou uma taxa média de crescimento de 15,8% ao ano, bem acima da média estadual que foi de 12,2% do Brasil, 10,4%. Em 2014, o PIB per capita alcançou o valor de R\$ 30.580, o 98º maior do estado. Descontado o valor adicionado dos impostos e da administração pública, 34,4% do PIB municipal se origina do setor primário, 36,3% do secundário e 29,3% do terciário.

De acordo o Ministério do Trabalho e Emprego, em 2015, Itaiópolis contava com 973 empresas, as quais geravam 4.214 empregos formais. As empresas de micro e pequeno porte representavam 99,6% dos estabelecimentos e geravam 37% dos postos formais de trabalho. Em Itaiópolis 9,6% dos estabelecimentos estão ligados à agropecuária, 16,1% à indústria, 36,7% ao comércio e 37,6% são do setor de prestação de serviços. Considerando os trabalhadores com carteira assinada, o setor agropecuário é o que mais emprega (40,9%), seguido pela prestação de serviços com 22,1% e a indústria com 21,1%.

O Valor Adicionado Fiscal (VAF) do município em 2016 foi de R\$ 584,40 milhões o que corresponde a 0,32% do VAF do estado e coloca o município em 58º no ranking estadual. A maior representatividade é a indústria de transformação (52,4% sendo 38,5% na produção alimentícia), seguida de comércio em geral e serviços automotivos. A fabricação de produtos alimentícios de Itaiópolis é a principal atividade da região em termos de VAF, representando 22,0% da arrecadação de ICMS da região, com 128 empresas. Em termos de empregos, a fabricação de produtos alimentícios gera na região 678 postos de trabalho.

Em termos de produção agropecuário, em 2015, os principais cultivos eram o de fumo com a 2ª maior produção estadual e valor estimado da produção em R\$107,6 milhões; cultivo de soja com a 5ª produção estadual e valor estimado da produção em 2015 de R\$63 milhões e milho com a 6ª produção estadual e valor estimado da produção de R\$21,7 milhões.

Na comparação com os dados de 2015 com aqueles contidos no Censo Agropecuário de 2017 (IBGE), houve a melhoria na classificação hierárquica estadual de Fumo (de 2º para 1º lugar) e Alho (de 5º para 4º lugar).

Apesar de Itaiópolis ser a maior produtora estadual de Tangerina, essa produção representa menos de 1% da produção em toneladas no município, enquanto a soja e o milho em grãos representam 45% e 32% respectivamente. O fumo que se destaca na produção estadual representa 7% da produção agrícola total.

A pecuária do município também é expressiva no contexto estadual com pelo menos 11 produtos de destaque, sendo que quatro estão entre os mais produzidos em Santa Catarina. A produção de leite de vaca representa a maior participação na produção local com 73,7% do valor da produção pecuária do município, seguida pela produção da tilápia com 10,1%.

A receita arrecadada de Itaiópolis em 2018 foi de R\$ 69,6 milhões e uma despesa de R\$ 59,8 milhões. As Receitas de Transferência da União representaram 28,0% do total, com um montante de R\$ 19,5 milhões, e as receitas tributárias (impostos e taxas) R\$ 6,7 milhões (9,6%

do total). Para cada R\$ 1,00 oriundo de transferências intergovernamentais, o município conseguiu gerar somente R\$ 0,34 de receita própria.

Destaca-se a seguir alguns pontos econômicos, sociais e tributários que afetam o desenvolvimento da Economia Criativa de Itaiópolis:

- Um importante indicador para analisar o grau de desenvolvimento econômico e social de um território é o Índice de Gini, pois ele mede o seu grau de concentração de renda (a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos). Itaiópolis apresentou Índice de Gini de 0,53 em 1991, 0,48 em 2000 e 0,49 em 2010, uma pequena evolução em vinte anos. O nível do Índice de Gini também é relevante para contribuir na expansão da Economia Criativa de um território, tanto pelo lado da demanda - capacidade média de consumo dos habitantes e tamanho do mercado local -, quanto pelo lado da oferta - quantidade e qualidade dos empreendedores e produtores locais;
- O Ministério do Trabalho e Emprego indicou que em 2015 a média salarial dos empregados com carteira assinada em Itaiópolis era de R\$ 1.589,00, abaixo da média catarinense (R\$ 2.243,00) e nacional (R\$ 2.451,00). Ocupando então a 199ª posição estadual. Além disso, segundo dados do IBGE de 2010, 30,3% da população tem rendimento nominal mensal per capita de até ½ salário mínimo;
- Das receitas tributárias municipais de 2015 (R\$ 3,7 milhões) somente R\$ 1,3 milhão originou-se do ISS (Impostos sobre Serviços). Vale lembrar que a maioria dos negócios criativos está classificada no setor de serviços e por isso são potencialmente geradores de receitas municipais. Não é por acaso que os municípios em todo o mundo estão cada vez mais apoiando a criação de empresas criativas. A riqueza da Economia Criativa é gerada localmente, arrecada impostos localmente e faz a economia circular localmente. Os negócios criativos são uma promissora alavanca para o desenvolvimento das cidades brasileiras cujos demais impostos gerados em seus territórios (ICMS, IPI, etc) têm sido drenados diretamente para seus respectivos governos estaduais e para a União.

A partir desta análise resumida seguem as diretrizes econômicas e tributárias:

XI. Índices e indicadores

- a. Incluir o Índice de Gini, a média salarial e outros indicadores econômicos locais e regionais nos estudos de viabilidade de projetos da Economia Criativa quando forem implantados em Itaiópolis.

XII. Desenvolver um Manual de Indicadores de Desenvolvimento para o município de Itaiópolis (a ser atualizado periodicamente).

XIII. Polo de processamento de frutas

- a. Estudar instrumentos de estímulos públicos e privados a criação de novas empresas agroindustriais que processem frutas (a exemplo da única empresa existente no município), principalmente simplificando a burocracia para criá-las. Envolver os órgãos certificadores;
- b. Dar vazão com maior valor agregado à grande produção local fruticultífera;
- c. Gerar emprego e arrecadação de impostos, com inclusão na formalidade, com micro e pequenas indústrias;
- d. Estimular a produção diversificada de produtos processados tais como compotas, frutas secas, cristalizadas, poupa congelada, geleias, licores, sucos concentrados, e outros.

XIV. Estímulos público e privado para agroindústria

- a. Estudar instrumentos de estímulos públicos e privados a novas empresas agroindustriais que processem leite e tilápia, considerando o volume gerado localmente;
- b. Dar vazão com maior valor agregado à grande produção local;
- c. Gerar emprego e arrecadação de impostos, com inclusão na formalidade, com micro e pequenas indústrias;
- d. Estimular a diversidade de produtos finais processados.

XV. Atração de Investimentos

- a. Lançar um pacote de incentivos fiscais e não fiscais - desburocratização de atendimento aos empreendedores através de um local especialmente criado para atendimento aos empresários, que sintetize todos os procedimentos necessários- a atração de investimentos e investidores, em regime de parcerias públicas (municipais, estadual e federal) e privadas, similares as que estão sendo implantadas em outros municípios brasileiros, nos segmentos da Economia Criativa;
- b. Incluir, além do ISS, o IPTU, tendo em vista que a restauração e valorização do patrimônio histórico é um elemento importante dos projetos urbanos da Economia Criativa.

XVI. Cluster Criativo

- a. Estudar a implantação de um Cluster Criativo no município, considerando a criatividade, cultura e competências técnicas e empreendedoras locais, para otimizar a alocação de recursos públicos e privados no território.

4.1.3.4 Turismo Cultural e Criativo

O Plano Estratégico para o Setor de Turismo de Santa Catarina e suas respectivas regiões foi realizado em 2016 pela FIESC/FECOMERCIO/SEBRAE para o horizonte de 2022. Itaiópolis está inserida neste documento juntamente com 32 cidades do Vale do Contestado, região catarinense que possui um grande valor histórico em função da Guerra do Contestado, ocorrida no início do século XX.

O conjunto das atividades econômicas de comércio, serviço e turismo representa para Itaiópolis 13,5% do Valor Adicionado Fiscal. O setor terciário do município contava, em 2015, segundo o MTE, com 36,7%, de empresas relacionadas ao comércio e 37,6% de empresas da prestação de serviços. São os setores mais representativos em termos de quantidade de empresas, ainda que não empreguem a maior força de trabalho do município. O comércio emprega 671 pessoas (15,9%) e serviços emprega 932 pessoas (22,1%), incluindo serviços de turismo, conforme o MTE no ano de 2015.

O turismo tem pequeno destaque no município, e segundo dados do MTUR/2016 a cidade situava-se como Categoria D, que representa um ponto médio-baixo entre os mais de cinco mil municípios avaliados pelo fluxo turístico e número de empregos e estabelecimentos no setor de hospedagem. A estimativa de turistas estrangeiros em Itaiópolis, no ano de 2016, foi nula, enquanto a estimativa de turistas nacionais foi de aproximadamente 27 mil pessoas.

Em 2016, segundo o RAIS/CAGED do MTE, na cidade de Itaiópolis, as atividades econômicas alimentação (55 empresas e 63 empregos), alojamento (uma empresa e oito empregos), agências de viagens, operadores turísticos e serviços de reservas (uma empresa) e atividades esportivas e de recreação e lazer (19 empresas e dois empregos) somaram, juntas, 76 empresas e 73 empregos.

Considerando especificamente os potenciais turísticos para alavancar o desenvolvimento da Economia Criativa destacam-se, em Itaiópolis, as dimensões Históricas e Culturais, o Artesanato, a Gastronomia, os Eventos Étnicos e Religiosos e o Turismo em Áreas Naturais.

Assim sendo, seguem a seguir as diretrizes consideradas mais dinamizadoras do Turismo Cultural e Criativo:

XVII. Plano Integrado de Desenvolvimento Turístico Cultural

- a. Elaboração de um plano com metas a curto, médio e longo prazo;
- b. Atrair o turista qualificado com foco na preservação dos atrativos e riquezas locais e não um turismo massificado.

XVIII. Programa de qualificação de mão de obra e em gestão de negócios turísticos

- a. Qualificar a mão de obra local nas áreas de hospedagem, gastronomia, atendimento ao turista, guias, etc.;
- b. Programa de capacitação em gestão e empreendedorismo em turismo.

XIX. Calendários permanentes de Cultura Popular

- a. Compilar as principais festas e demais manifestações artísticas locais em um calendário anual municipal único, harmonizado e constante;
- b. Divulgar de forma coordenada por meio das redes sociais e demais meios de comunicação digital.

XX. Organizar roteiros de alto valor agregado

- a. Desenvolvimento de “experiências” culturais com valor agregado visando atrair turistas nacionais e internacionais de alto poder aquisitivo e boa formação intelectual.
- b. Profissionalizar e ampliar os pontos de venda de artesanato e souvenir;
- c. Implantar lojas de moda com referências na cultura local (roupas com materiais e modelagens atuais com estampas e detalhes inspirados nos trajes típicos);
- d. Ampliar o comércio varejista de produtos locais (feiras e lojas de mercadorias produzidas ou cultivadas localmente por produtores artesanais e caseiros).

XXI. Estimular toda a cadeia relacionada ao turismo

- a. Hotéis, campings, hostels e pensões para diferentes públicos e níveis de preço e exclusividade, que promovam a experiência cultural local na decoração e estilo de receber;
- b. Restaurantes temáticos, cultural, regionalista (oferecer alimentação de qualidade, feitas com produtos locais, com constância e variedade);
- c. Confeitarias e Cafeterias típicas (doces e sobremesas típicas, feitas com produtos locais, qualidade e variedade);
- d. Agência de turismo especializada em promover pacotes que contemplem os atrativos locais (pacotes para turismo religioso, turismo rural, turismo de aventura, turismo cultural e outros);
- e. Agências de transporte com veículos adaptados ao terreno local para passeios e tours por áreas remotas do município.

4.1.3.5 Internet, Mídias Sociais e Audiovisual

Não existe empresa na atualidade que possa sobreviver e ser competitiva fora do mundo virtual, mesmo que estas novas ferramentas sejam úteis somente como uma vitrine virtual de suas vendas.

Os negócios criativos tradicionais, tais como o artesanato, a gastronomia étnica, as danças tradicionais, as confecções artísticas e religiosas podem ser potencializados, sem perder suas características únicas a partir da utilização das novas plataformas virtuais. Por exemplo, aulas de artesanato, gastronomia e danças podem ser ofertadas por meio de EAD. Da mesma forma, a 'Escola Eslava de Itaiópolis', com instrutores locais, pode ser constituída exclusivamente em uma plataforma virtual.

Considerando a necessidade acima lista-se a seguir algumas diretrizes inspiradas nas atividades da "Oficina DNA Itaiópolis", entrevistas e visitas locais:

XXII. Mapeamento e monitoramento da qualidade da rede da internet

- a. Assegurar a qualidade, velocidade, bom preço e segurança da internet no município visando o desenvolvimento dos negócios criativos;
- b. Incluir Itaiópolis no programa Cidades Digitais do Ministério de Ciência e Tecnologia.

XXIII. "CURTA ITAIÓPOLIS"

- a. Criar o empreendimento que promove concurso e festival de curta metragem sobre o tema história da cidade seus personagens.

XXIV. "Itaiópolis Criativa"

- a. Desenvolver a marca "Itaiópolis Criativa", a ser fortalecida principalmente por meios virtuais;
- b. Criar marcas, embalagens, rótulos e demais materiais para as empresas locais, utilizando as referências iconográficas da cidade.

XXV. "Escola Eslava de Itaiópolis"

- a. Criar uma "Escola Eslava de Itaiópolis" por meio de EAD.

XXVI. Itaiópolis Cidade Cenário

- a. Promover a cidade entre as grandes produtoras nacionais do audiovisual como locação para servir de cenário para realização de vídeos, campanhas publicitárias, novelas e mini-séries;
- b. Dar visibilidade ao patrimônio cultural local através de produções realizadas na cidade;
- c. Envolver todos os setores da sociedade na realização destas produções.

XXVII. Incluir os conteúdos criativos e culturais de Itaiópolis nas tecnologias

- a. Abrir espaço para desenvolvedores de tecnologias – aplicativos, games, etc, - criem novas imagens e vídeos e ganhem força. Assim, além dos resultados econômicos, a marca 'Itaiópolis Criativa' será cada vez mais fortalecida por meio das redes virtuais.

4.1.3.6 Governança Local da Economia Criativa

- XXVIII. Diretriz Estratégica: criar uma Governança Público-Privada local para Coordenar e Estimular o Desenvolvimento da Economia Criativa em Itaiópolis.**

4.1.4 REFERÊNCIAS

ALVAÉZ, P. e DURÁN, C. **Chilogo, íconos nacionales**. Universidad del Pacífico, 2010, Santiago.

ANDREOTTI, G. **Paisagens Culturais**. Editora UFPR, 2013, Curitiba.

BNDES. **Economia Criativa/Agendas Setoriais - Visão 2035: Brasil país desenvolvido**.

CARNIATTO, I. (Org.). **O Sol é Lindeiro: Artesanato e Identidade dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu**. Editora Parque Itaipu, 2011, Foz do Iguaçu.

EVANS, S. **'Crescendo a Economia de uma Cidade Criativa com Clusters Criativos'**, Anais do Seminário Internacional Clusters Criativos: reflexões e inspirações, Curadoria de Ana Carla Fonseca, Sesc e Fecomercio/SP, 2015, São Paulo.

FECOMÉRCIO/SC, FIESC, SEBRAE/SC: **Rotas Estratégicas Setoriais para a Indústria Catarinense 2022 – TURISMO**. Florianópolis, 2016.

FECOMÉRCIO/SP: **Índice de Criatividade das Cidades**. 2012.

FEE/AGDI: **Mapeamento das Indústrias Criativas do Rio Grande do Sul**. 2012.

FIGUEIREDO, W. (Org.) **A arte eslava de Itaipópolis**. IPHAN/CNFCP, 2014, Rio de Janeiro.

FIRJAN/RJ: **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**.

FLORIDA, R. **A Ascensão da Classe Criativa**. L&PM Editores, 2011, São Paulo.

_____. **Who's your city?** How the creative economy is making where to live the most important decision of your life. Editora Basic Books, 2008, New York.

FUNDAP/SP: **Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade**. 2011.

GEHL, J. **Cidades para Pessoas**. Editora Perspectiva, 2015, São Paulo.

GOLDENSTEIN, L. **'Economia Criativa'**. 2010. https://catracalivre.com.br/wp-content/uploads/2010/07/ECONOMIA_CRIATIVA_LIDIA_GOLDENSTEIN.pdf

HOWKINS, J. **Economia Criativa: Como Ganhar Dinheiro com Ideias Criativas**. Ed. MBOOKS, 2012, São Paulo.

LANDRY, C. **Origens e Futuro das Cidades Criativas**. Editora SESI/SP, 2013, São Paulo.

LERNER, J. **'Every city can be a creative city'**. In Creative City Perspectives. Garimpo de Soluções e Creative City Productions, 2009, São Paulo (disponível em <http://www.garimpodesucoes.com.br>)



LYNCH, K. **A imagem da Cidade**. 3a. Edição. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011 (Coleção cidades)

MERCADER, C. **Barcelona Visual**. Lunweg Editores, 2014, Barcelona.

MINGUET, J. M. **Graphicity Barcelona**. Instituto Monsa de Ediciones, 2009, Barcelona.

MINISTÉRIO DA CULTURA/MINC: **Plano da Secretaria de Economia Criativa do Governo Federal: Políticas, Diretrizes e Ações 2011 – 2014**. 2011, Brasília.

MURATYAN, V. **Paris versus New York**. Intrínseca, 2012, Rio de Janeiro.

PALADINO, G. G. 'Economia Criativa e Novos Desafios do Desenvolvimento', In **Pinceladas de Inovação** (Org.) Pessoa, M., Vitória Gráfica Editora, 2018, Curitiba.

PALADINO, G. G. 'Cidades Criativas Inspiradoras', In **ECONOMISTAS: Revista do Conselho Federal de Economia – COFECON – Ano IX, n.28**, abril a junho de 2018, Brasília.

PARDO, J. 'Gestão e Governança nas Cidades Criativas'. In **Creative City Perspectives**. Garimpo de Soluções e Creative City Productions, 2009, São Paulo (disponível em <http://www.garimpodesolucoes.com.br>)

PINHEIRO, C.M. e MARTH, M. (Org.) **Indústrias Criativas**. Feevale, Novo Hamburgo, 2016, Rio Grande do Sul.

PORTER, M.E. **Clusters and the New Economics of Competition**. Harvard Business Review, 1998.

REIS, A.C.F. **Cidades Criativas da Teoria à Prática**. Ed. SESI, 2012, São Paulo.

_____. (Org.) **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**, Itaú Cultural.

REIS, A.C.F.; KAGEYAMA, P. (Org.) **Creative City Perspectives**. Garimpo de Soluções e Creative City Productions, 2009, São Paulo (disponível em <http://www.garimpodesolucoes.com.br>)

SEBRAE/SC. **Itaiópolis Em Números**, 2017, Florianópolis.

_____. **Levantamento de Oportunidades de Itaiópolis**, 2018, Florianópolis.

_____. **Plano de Desenvolvimento Econômico – PEDEM - Itaiópolis**, 2018, Florianópolis.

STECH, G. A: IDARG: **Identidad Argentina**. STF, 2007, Buenos Aires.

UNITED KINGDOM/DCMS: **Creative Industries Mapping Documents**, 1998.



UNITED NATIONS/UNCTAD: **Creative Economy Report: A Feasible Development Option**, 2008.

UNITED NATIONS/UNESCO: **Plano Creative Economy Report: Special Edition**, 2013.

VALIATI, L. e G. MOLLER (Org.) **Economia Criativa, Cultura e Políticas Públicas**. Ed. EFRGS/CECOV, 2016, Rio Grande do Sul.

WOOD JR, Thomaz e BENDASSOLLI, P. (Org.) **Indústrias Criativas no Brasil**. Editora Atlas, 2009, São Paulo.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar** – Turismo, planejamento e cotidiano. Editora Contexto, 2001, São Paulo.

Elaboração: Tese Tecnologia Arquitura e Cultura Ltda

Profª Drª Mirna Cortopassi Lobo
Diretora Geral