

9. APÊNDICE II

PLANO DE TURISMO CRIATIVO DE CAMPO GRANDE 2020-2025

**passos para sua criação e
implementação**

Elaborado por:

**Vanessa Pancheri Teixeira da Silva
& Elcio Gustavo Benini**

24 de junho, 2019

Resumo Executivo

Tendo como objeto de pesquisa a Economia Criativa enquanto política pública, o objetivo geral deste trabalho é analisar a situação atual de sua institucionalização em Campo Grande, propondo um plano de ação para alavancar seu desenvolvimento por meio de seus diversos atores. O campo empírico-particular da pesquisa foi constituído pela análise de documentos oficiais disponíveis no Diário Oficial de Campo Grande/MS, no Diário Oficial do estado de Mato Grosso do Sul, sítios oficiais das instituições analisadas e pela realização de entrevistas semiestruturadas com os principais atores envolvidos com a temática no município. Por meio da pesquisa qualitativa, mediante a análise documental e de conteúdo, identificou-se as ações já desenvolvidas e seus potenciais de desenvolvimento, bem como os atores públicos e privados envolvidos na constituição dessa política, para que Economia Criativa na administração pública estadual possa ganhar destaque no panorama nacional.

Descrição da situação-problema

Este trabalho buscou responder a seguinte pergunta: Qual a situação da institucionalização da Economia Criativa como política pública no estado de Mato Grosso do Sul? De maneira mais detalhada, esta pesquisa procurou entender qual tem sido o papel do governo (sobretudo em sua capital, Campo Grande) e de seus diversos atores no processo de introdução e difusão da Economia Criativa nesse estado, que tem visto grande crescimento de seu PIB ao longo dos últimos anos, mas que no levantamento apresentado pela FIRJAN ainda possui o seu PIB Criativo estimado em 1,3% (2015), comparado à São Paulo com 3,9% para o mesmo período, ou seja, número ainda relativamente baixo.

Entendida preliminarmente como “setores cuja origem de geração de valor econômico está na criatividade, no conhecimento e no talento individual e coletivo que possuem potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e exploração de ativos criativos” (PACHECO, 2016, p. 14), poucos conceitos foram mais debatidos, menos definidos, mais traduzidos e reinterpretados para países com contextos culturais, sociais e econômicos distintos (REIS, 2008, p. 11), do que Economia Criativa.

Assim, o estudo do tema se torna relevante não somente pela ampliação do debate dentro e fora do país, como também pelo demonstrado no levantamento

realizado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2016), que apontou que as Indústrias Criativas geraram uma riqueza de 155,6 bilhões para o país em 2015, correspondendo a um aumento de 2,56% para 2,64%, de 2013 a 2015, em participação dos setores de Economia Criativa no PIB brasileiro.

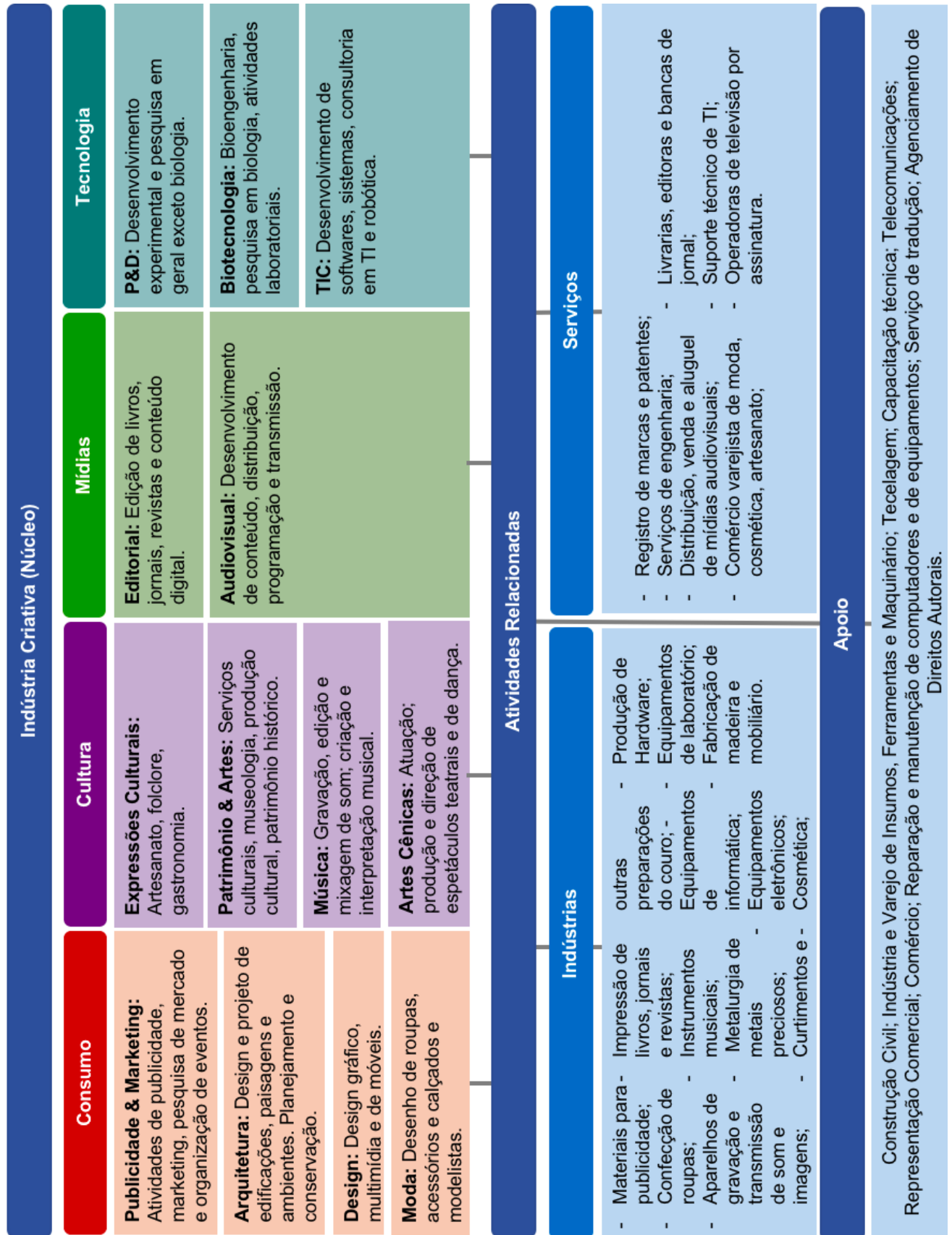
Para deixar um pouco mais claro o entendimento do tema foco desta pesquisa, segundo o *Relatório de Economia Criativa*, publicado em 2010 pela UNCTAD, as Indústrias Criativas (UNCTAD, 2010, p.8):

- São ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários;
- Constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual;
- Constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado;
- Posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos de serviços e industriais; e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial.

O mesmo documento traz as seguintes afirmações para o que seria a Economia Criativa (UNCTAD, 2010, p.10):

- A “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.
- Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.
- Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.
- É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral.
- É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.
- No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.

Seguindo a mesma visão da UNCTAD para a cadeia produtiva das indústrias criativas, o levantamento da FIRJAN (um dos estudos mais utilizados sobre Economia Criativa no Brasil) divide as indústrias criativas em 13 segmentos, compondo quatro grandes áreas: Consumo, Cultura, Mídia e Tecnologia (FIRJAN, 2016, p.8). Assim, dentro do escopo da EC, estão os seguintes setores:



Fonte: Adaptado pela autora (FIRJAN, 2016, p. 10).

Análise da Situação-problema

A partir do levantamento de documentos oficiais dos órgãos públicos responsáveis pela EC no estado de Mato Grosso do Sul (Governo do Estado de MS e Prefeitura Municipal de Campo Grande) foi realizado um estudo da situação atual da área enquanto política pública.

A primeira vez que o termo aparece nos documentos oficiais do município data do dia 20/01/2014, onde a Economia Criativa é elencada como um dos objetivos do “Plano Plurianual do Município de Campo Grande para o Quadriênio de 2014 a 2017”, sendo relacionada à promoção de atividades voltadas a povos indígenas e comunidades tradicionais. Em seguida, a Economia Criativa é almejada na meta "criar e estruturar o programa de economia solidária, visando buscar a geração de renda e a economia criativa", constantes na terceira página da Lei nº 5.599, de 6 de agosto de 2015 e da Lei nº 5.716, de 29 de julho de 2016, que dispõem sobre as “Diretrizes para a Elaboração da Lei Orçamentária do Município” para os anos de 2016 e 2017, respectivamente. Contudo, a primeira vez que vemos a Prefeitura participando na realização de uma ação específica para o fomento da Economia Criativa no município é em junho de 2017, através do “Seminário Economia Criativa – Novos Desafios para o Setor”. Elaborado pela Sectur, a Economia Criativa também está presente no *Plano Municipal de Turismo 2017-2027*, onde a EC é esperada como um resultado do Plano de Ação referente ao objetivo de *Encantar o Turista*.

No estado de Mato Grosso do Sul, a primeira vez que o termo Economia Criativa aparece nos documentos oficiais disponíveis no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul é em 19 de agosto de 2013 por meio da Portaria de n. 44, onde a Economia Criativa aparece como uma das temáticas da III Conferência Estadual de Cultura de Mato Grosso do Sul, a ser discutida como uma estratégia de desenvolvimento sustentável. Embora não se trate ainda de sua institucionalização naquela época, a sua escolha como uma das temáticas do evento corrobora com um certo interesse do governo do estado pela Economia Criativa. Um importante marco para a institucionalização da Economia Criativa no estado ocorre quase dois anos depois da III Conferência, onde por intermédio do Decreto n. 14.169, de 27 de abril de 2015, é estabelecida a Superintendência de Economia Criativa na estrutura básica da Secretaria de estado de Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação.

Sobre a institucionalização da Economia Criativa enquanto política pública em Campo Grande, podemos dizer que ela tem caminhado para isso, sendo foco de eventos (Feira Arte da Gente), editais e mencionada em planos (como do Plano Municipal de Turismo e o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental de Campo Grande). Entretanto, ainda falta um projeto ou programa voltado especificamente para a Economia Criativa, fato que ainda não ocorreu. Quanto ao estado, tivemos o início de uma institucionalização com a criação da Superintendência de Economia Criativa em 2015 (alterada para Coordenadoria de Economia Criativa em 2017), mas com a sua extinção ao final de 2018 concluímos que a Economia Criativa ainda não está institucionalizada em Mato Grosso do Sul, muito menos em sua capital.

Recomendações de intervenção

Este trabalho identificou quatro principais atores relacionados ao fomento e institucionalização da Economia Criativa em Mato Grosso do Sul, sendo dois governamentais e dois não governamentais, que formaram a lista prévia de entrevistados e que se constituem nos *atores relevantes*¹ para a implementação do plano de ação. São eles: SECTUR (Secretaria Municipal de Cultura e Turismo), FCMS (Fundação de Cultura de Mato Grosso do Sul), Sebrae MS (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas de Mato Grosso do Sul) e SESC MS (Serviço Social do Comércio de Mato Grosso do Sul).

Por meio da análise dos documentos, sites institucionais e entrevistas pudemos constatar uma série de ações que vêm sendo realizadas com enfoque na Economia Criativa, a partir da articulação entre potenciais atores, como podemos ver na abaixo:

¹ “os atores relevantes em um processo de política pública são aqueles que têm capacidade de influenciar, direta ou indiretamente, o conteúdo e os resultados da política pública” (SECCHI, 2016, p. 99).

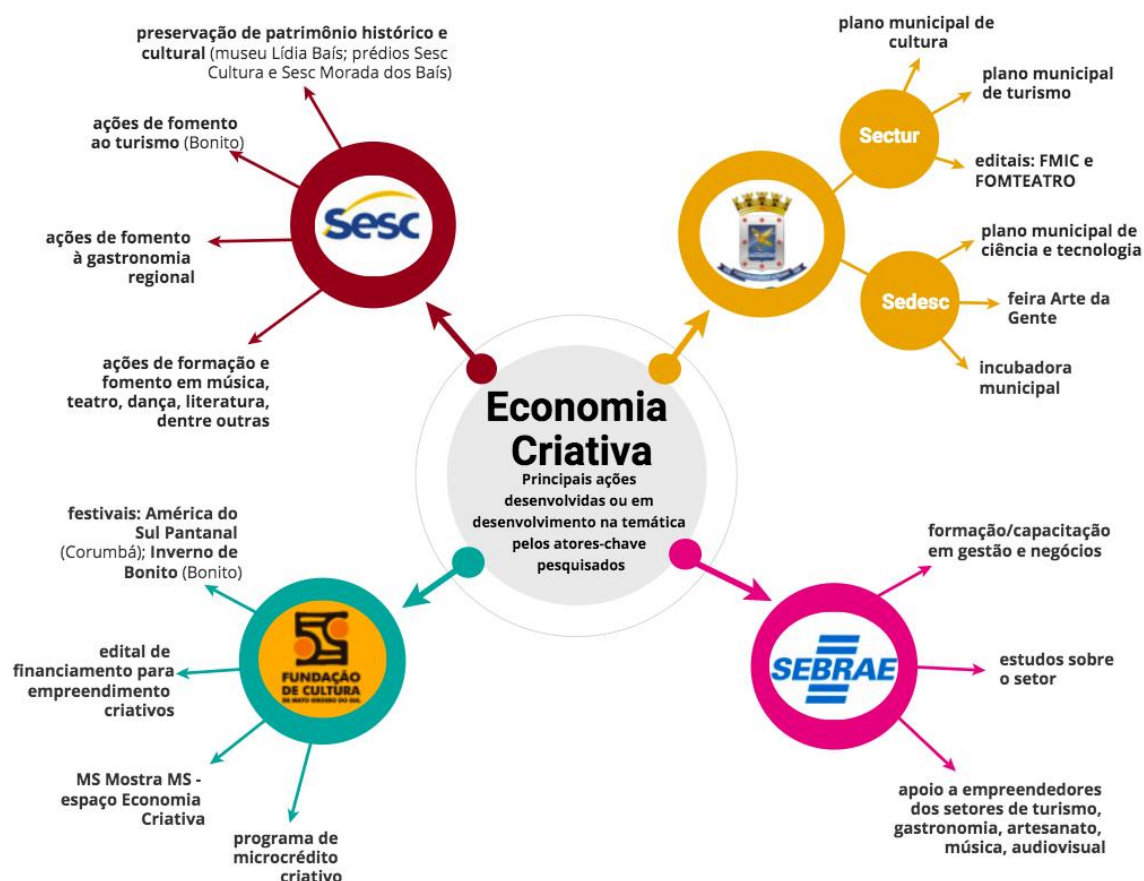


Figura 1: Principais ações realizadas ou em desenvolvimento pelos atores relevantes

Também foi possível identificar como cada ator relevante poderia contribuir para alavancar a Economia Criativa em MS, apresentado resumidamente na Figura 2. Cabe destacar aqui que a pesquisa também indica a inclusão de um quinto ator relevante, a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), tendo papel fundamental na formação, pesquisa e avaliação dos setores criativos.

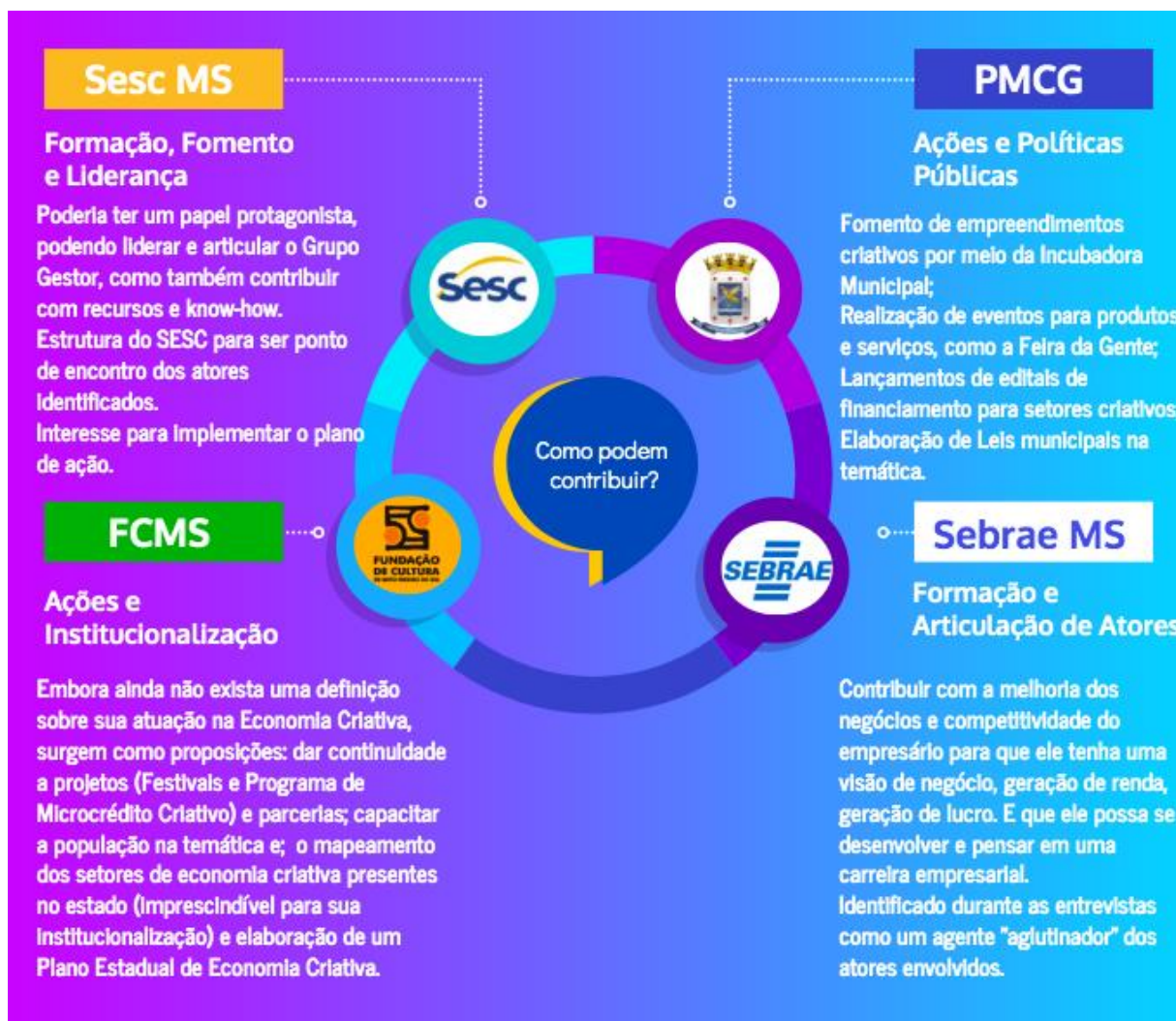


Figura 2: Possíveis contribuições de cada ator relevante para o fomento da Economia Criativa

Assim, com o intuito de fortalecer as iniciativas e Planos já em andamento na capital do estado, prevendo uma maior integração entre os atores relevantes e propondo novas ações a fim de favorecer a consolidação e o fomento da Economia Criativa enquanto política pública no estado de Mato Grosso do Sul com foco em música, gastronomia e artesanato, este trabalho propõe passos para a criação e implementação do **Plano de Turismo Criativo de Campo Grande para o período de 2020-2025**.

Estruturado em 5 eixos estratégicos e constituindo-se em uma iniciativa dos 5 atores relevantes identificados nesta pesquisa, a saber: Prefeitura Municipal de Campo Grande, Fundação de Cultura de Mato Grosso do Sul, Serviço Social do Comércio de Mato Grosso do Sul, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Mato Grosso do Sul e Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (denominado a partir daqui de Grupo Gestor), o Plano tem como meta elevar acima da média (2,61%

em 2019)² a participação da Indústria Criativa no PIB de Mato Grosso do Sul. Assim, a fim de demonstrar como os eixos estratégicos convergem para a meta proposta, foi elaborada uma Teoria da Mudança para o Turismo Criativo em Campo Grande/MS:

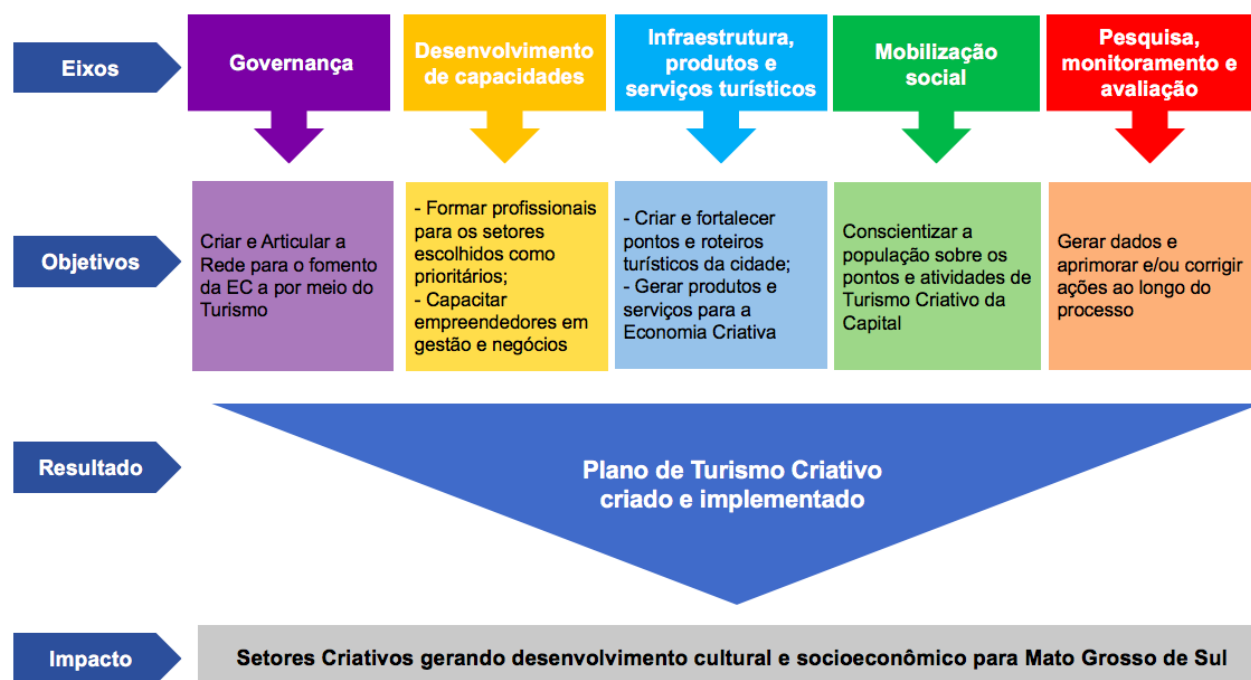


Figura 3: Teoria da Mudança para o Turismo Criativo em Campo Grande/MS

De maneira resumida, a execução do Plano segue o seguinte fluxo, em 5 eixos com seus respectivos passos:

² Segundo o *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil* lançado em fevereiro de 2019, “estima-se que as maiores participações da Indústria Criativa nos PIBs estaduais ocorreram em São Paulo (3,9%), Rio de Janeiro (3,8%) e Distrito Federal (3,1%), todos acima da média nacional de 2,61%”. Mato Grosso do Sul fica com a marca de 1,4% (Firjan, 2019, p. 11).

Estrutura de Governança		
Objetivo		
Criar e Articular a Rede para o fomento da EC		
Passos	Possíveis Parceiros	Prazo
PASSO 1: GRUPO GESTOR	Prefeitura de Campo Grande, Fundação de Cultura MS, SESC-MS, SEBRAE-MS, UFMS	Curto
PASSO 2: FORMAR COMITÊ GESTOR MUNICIPAL	Representantes do Grupo Gestor, Conselhos Municipais, lideranças locais, Ong's, associações, dentre outros	Curto
PASSO 3: AVALIAÇÃO DE LINHA DE BASE	UFMS e IPF	Curto
PASSO 4: LANÇAMENTO DO PLANO DE TURISMO CRIATIVO	Prefeitura Municipal de Campo Grande	Curto
PASSO 5: CANDIDATURA À REDE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO	Grupo Gestor	Médio a longo

Desenvolvimento de Capacidades		
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> - Formar profissionais para os setores escolhidos como prioritários; - Capacitar empreendedores em gestão e negócios 		
Passos	Possíveis Parceiros	Prazo
PASSO 6: FORMAÇÃO	SESC-MS e SENAC-MS	Médio a longo
PASSO 7: CAPACITAÇÃO	UFMS e SEBRAE	Curto, médio e longo

Infraestrutura, Produtos e Serviços Turísticos		
Objetivo		
- Criar e fortalecer pontos e roteiros turísticos da cidade; - Gerar produtos e serviços para a Economia Criativa		
Passos	Possíveis Parceiros	Prazo
PASSO 8: ROTEIRO CRIATIVO	Prefeitura e SESC	Curto a médio

Mobilização Social		
Objetivo		
Criar e Articular a Rede para o fomento da EC		
Passos	Possíveis Parceiros	Prazo
PASSO 9 – CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO	Canais de mídias da cidade	Todo o plano
PASSO 10 – CALENDÁRIO ANUAL DE EVENTOS, FESTAS, FEIRAS E CONGRESSOS	Comitê Gestor Municipal	Curto
PASSO 11 – MAPA DO ROTEIRO CRIATIVO	Prefeitura	Médio
PASSO 12 – APLICATIVO CAMPO GRANDE CRIATIVA	Edital público para seleção de <i>Startup</i>	Curto
PASSO 13- REDE WIFI GRATUÍTA	Prefeitura	Médio

Pesquisa, Monitoramento e Avaliação		
Objetivo		
Gerar dados e aprimorar e/ou corrigir ações ao longo do processo		
Passos	Possíveis Parceiros	Prazo
PASSO 14 – CRIAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA	UFMS	Todo o plano

Referências

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2016. Disponível em <http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>. Acesso em: 10 dez. 2017.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2019. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2019.

PACHECO, Adriano Pereira de Castro. **Economia Criativa e os Pontos de Cultura: Uma Agenda de Cooperação para o Desenvolvimento Local**. Campo Grande: Escola de Administração e Negócios, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Dissertação de Mestrado, 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p. Disponível em: < <http://www.itaucultural.org.br/economia-criativa-como-estrategia-de-desenvolvimento-uma-visao-dos-paises-em-desenvolvimento>>. Acesso em: 29 dez. 2018.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Relatório de Economia Criativa 2010**. Disponível em: < https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: jan. de 2019.