

CIDADE CRIATIVA COMO ALTERNATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO DE TAQUARA(*)

LA CIUDAD CREATIVA COMO ALTERNATIVA AL DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE TAQUARA

Fabiane Luiz Oliveira

Advogada, Mestra em Desenvolvimento Regional – PPGDR das Faculdades Integradas
de Taquara - FACCAT, Diretora do Serviço Social do Comércio de Taquara/RS

Dilani Silveira Bassan

Doutora em Desenvolvimento Regional, Professora no Programa de Pós-Graduação em
Desenvolvimento Regional - PPGDR, nas Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa que teve por finalidade investigar se o conceito de cidade criativa pode ser utilizado estrategicamente para alavancar o desenvolvimento econômico, social e cultural do município de Taquara, no Rio Grande do Sul. O estudo se caracteriza como uma pesquisa básica de natureza exploratória e com abordagem qualitativa. Historicamente as administrações municipais buscam soluções para os diversos problemas cotidianos que uma cidade apresenta. Foi abordado o conceito de quádrupla hélice e como os atores sociais se organizam nesse modelo, no intuito de colaborar em promover ações de melhoria da cidade. Como resposta a essa realidade, os autores que abordam a temática, defendem que o conceito de cidade criativa é um modelo a ser adotado. O tema pode ser um dos caminhos possíveis para o desenvolvimento integral de uma cidade, propiciando a valorização da cultura local, a busca por melhoria na qualidade de vida, inovação e tecnologia. A cidade precisa identificar suas potencialidades, mas sem esquecer suas raízes, para promover um ambiente que estimule a colaboração, a sinergia e, que seja um

(*) Trabalho apresentando no VII Workshop da Rede Ibero-americana de Observação Territorial (RIDOT), realizado nos dias 27 a 29 de março de 2023, em Curitiba, Brasil, no eixo temático 4 -O território e seu ordenamento na agenda política.

RESUMEN

Este artículo presenta los resultados de un estudio destinado a investigar si el concepto de ciudad creativa puede ser utilizado estratégicamente para impulsar el desarrollo económico, social y cultural del municipio de Taquara, en Rio Grande do Sul. El estudio se caracteriza por ser una investigación básica de naturaleza exploratoria, con enfoque cualitativo. Históricamente, las administraciones municipales han buscado soluciones a los diversos problemas cotidianos que presenta una ciudad. Se abordó el concepto de quádrupla hélice y cómo los actores sociales se organizan en este modelo para colaborar en la promoción de acciones de mejora de la ciudad. Como respuesta a esta realidad, los autores que abordan el tema sostienen que el concepto de ciudad creativa es un modelo a adoptar. El tema puede ser uno de los caminos posibles para el desarrollo integral de una ciudad, fomentando la valorización de la cultura local, la búsqueda de mejoras en la calidad de vida, la innovación y la tecnología. La ciudad necesita identificar su potencial, pero sin olvidar sus raíces, para promover un entorno que fomente la colaboración, la sinergia y

(*) Ponencia presentada en el VII Taller de la Red Iberoamericana de Observación del Territorio (RIDOT), celebrado del 27 al 29 de marzo de 2023 en Curitiba, Brasil, en el eje temático 4 - El territorio y su ordenación en la agenda política.

espaço onde haja convergência entre os objetivos culturais, econômicos e sociais.

Palavras-chave: Cidade Criativa. Desenvolvimento. Quádrupla hélice. Atores sociais.

ABSTRACT

This article presents the results of a research that aimed to investigate whether the concept of creative city can be strategically used to leverage the economic, social and cultural development of the municipality of Taquara, in Rio Grande do Sul. The study is characterized as basic exploratory research with a qualitative approach. Historically, municipal administrations have sought solutions to the various everyday problems that a city presents. The concept of the quadruple helix was discussed and how social actors are organized in this model, to collaborate in promoting actions to

Keywords: Creative City. Development. Quadruple helix. Social actors.

1. INTRODUÇÃO

O tema principal abordado nessa pesquisa é o conceito de cidades criativas e como suas características podem ser aplicadas no intuito de promover o desenvolvimento do município de Taquara.

O conceito de cidade criativa vem inspirando centenas de cidades ao redor do mundo, reunindo uma abordagem ampla e significativa para a comunidade, no que tange a sensibilização do olhar para temas como inclusão social, criatividade, inovação, qualidade de vida e oportunidades de geração de emprego e renda. Nas cidades criativas, a criatividade é encarada de maneira multidisciplinar, aplicada de forma transversal às atividades econômicas e, estrutural às políticas de desenvolvimento, abrangendo todos os setores presentes na cidade, com o objetivo de responder aos seus desafios (Landry & Bianchini, 1994).

un espacio donde converjan objetivos culturales, económicos y sociales.

Palabras clave: Ciudad creativa. Desarrollo. Cuádruple hélice. Actores sociales.

improve the city. As a response to this reality, the authors who address the issue argue that the concept of a creative city is a model to be adopted. The theme can be one of the possible ways for the integral development of a city, promoting the valorizations of the local culture, the search for improvement in the quality of life, innovation and technology. The city needs to identify its potential, but without forgetting its roots, to promote an environment that stimulates collaboration, synergy and, which is a space where there is convergence between cultural, economic and social objectives.

1 INTRODUCCIÓN

El tema principal abordado en esta investigación es el concepto de ciudades creativas y cómo sus características pueden aplicarse para promover el desarrollo del municipio de Taquara.

El concepto de ciudad creativa ha inspirado a centenares de ciudades de todo el mundo, reuniendo un enfoque amplio y significativo para la comunidad, en términos de concienciación sobre cuestiones como la inclusión social, la creatividad, la innovación, la calidad de vida y las oportunidades de generación de empleo e ingresos. En las ciudades creativas, la creatividad se contempla de forma multidisciplinar, aplicada transversalmente a las actividades económicas y estructuralmente a las políticas de desarrollo, abarcando todos los sectores presentes en la ciudad, con el objetivo de responder a sus retos (Landry & Bianchini, 1994).

O foco desse estudo é demonstrar como o conceito de cidade criativa pode ser aplicado ao município de Taquara, o principal município do Vale do Paranhana, no Rio Grande do Sul, que viu seu território diminuir ao longo dos anos, quando cedeu espaço à emancipação de São Francisco de Paula (1889), Canela (1954), Sapiranga (1954), Três Coroas (1959), Igrejinha (1964) e Parobé (1982). Com as emancipações, perdeu indústrias também, ocasionando uma diminuição considerável de sua arrecadação (Philereno & Arend, 2015).

O município vem implementando ações visando atrair novas empresas, para aumentar a geração de emprego e renda. Contudo esbarra em uma concorrência acirrada dos municípios vizinhos, que apresentam uma política de incentivo fiscal mais atrativa. Diante das circunstâncias apresentadas, o estudo sobre cidades criativas pode vir a contribuir como uma alternativa de desenvolvimento para o município de Taquara.

Devido à finalidade deste estudo de demonstrar como a utilização do conceito de cidades criativas e, também verificar quais são as condições que Taquara apresenta para tornar-se uma, buscou-se investigar o seguinte problema: Como o conceito de cidade criativa pode ser aplicado no município de Taquara, com o objetivo estratégico de melhorar o desenvolvimento econômico, social e cultural?

O objetivo principal da pesquisa foi demonstrar como o conceito de cidade criativa pode ser aplicado ao município de Taquara, como estratégia para melhorar o desenvolvimento econômico, social e cultural. Para isso foi necessário verificar também quais condições que Taquara apresenta para tornar-se uma cidade criativa, além de investigar os conceitos trazidos pelos principais autores do tema.

O presente artigo está organizado da seguinte forma: a seção 2 apresenta os procedimentos

El foco de este estudio es demostrar cómo el concepto de ciudad creativa puede aplicarse al municipio de Taquara, el principal municipio del Valle del Paranhana, en Rio Grande do Sul, que ha visto su territorio reducirse a lo largo de los años al dar paso a las emancipaciones de São Francisco de Paula (1889), Canela (1954), Sapiranga (1954), Três Coroas (1959), Igrejinha (1964) y Parobé (1982). Con las emancipaciones, también perdió industrias, causando una disminución considerable de sus ingresos (Philereno & Arend, 2015).

El municipio ha estado aplicando medidas encaminadas a atraer nuevas empresas con el fin de aumentar la generación de empleo y de renta. Sin embargo, se enfrenta a la dura competencia de los municipios vecinos, que cuentan con una política de incentivos fiscales más atractiva. Dadas estas circunstancias, el estudio de las ciudades creativas podría contribuir como alternativa de desarrollo para el municipio de Taquara.

Dado que el objetivo de este estudio es demostrar cómo se puede utilizar el concepto de ciudades creativas y también ver qué condiciones tiene Taquara para convertirse en una, buscamos estudiar el siguiente problema: ¿Cómo se puede aplicar el concepto de ciudad creativa en el municipio de Taquara, con el objetivo estratégico de mejorar el desarrollo económico, social y cultural?

El objetivo principal de la investigación fue demostrar cómo el concepto de ciudad creativa puede aplicarse al municipio de Taquara como estrategia para mejorar el desarrollo económico, social y cultural. Para ello, también fue necesario averiguar qué condiciones tiene Taquara para convertirse en una ciudad creativa, así como investigar los conceptos planteados por los principales autores sobre el tema.

Este artículo está organizado como sigue: la sección 2 presenta los procedimientos metodo-

metodológicos; a seção 3, a revisão da literatura e o cenário; e, a seção 4 conclui o estudo.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Conforme o entendimento de Marconi e Lakatos (2019) pesquisar não é encontrar verdades, mas sim respostas, utilizando sempre os métodos científicos para esse fim. Toda pesquisa deve passar pela elaboração de passos metodológicos que irão conferir grau de confiabilidade nos resultados obtidos. Partindo desse pressuposto, este estudo se caracteriza como uma pesquisa básica de natureza exploratória quanto à sua finalidade.

Para a coleta e análise dos dados utilizou-se a abordagem qualitativa, a qual permite descrever a complexidade do contexto examinado, possibilitando dessa forma, a compreensão das especificidades envolvidas e a significação dos fenômenos observados (Diehl, 2004, Silva et al., 2005).

O estudo se deu por meio de uma análise bibliográfica que buscou elucidar o conceito e as características das cidades criativas, bem como alguns dos modelos reconhecidos. A pesquisa bibliográfica é feita com base em dados existentes e que já receberam tratamento analítico, ou seja, é baseada em materiais como artigos científicos e livros, já publicados (Gil, 2019). Foram utilizados também, dados secundários, obtidos no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e site oficial da Prefeitura Municipal de Taquara.

Também foi realizada coleta de dados primários, que ocorreu através da aplicação de questionários com perguntas abertas e fechadas, em forma de censo aos integrantes da sociedade civil e empresários associados a um Clube de Serviços cujo propósito é trabalhar voluntariamente pelo desenvolvimento do mu-

lógicos; la sección 3, la revisión bibliográfica y el escenario; y la sección 4, conclusión del estudio.

2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Según entienden Marconi y Lakatos (2019), la investigación no consiste en encontrar verdades, sino respuestas, utilizando siempre para ello métodos científicos. Toda investigación debe pasar por la elaboración de pasos metodológicos que confieran un grado de confiabilidad a los resultados obtenidos. Partiendo de este supuesto, el presente estudio se caracteriza por ser una investigación básica de carácter exploratorio en cuanto a su finalidad.

Para la recogida y el análisis de los datos se utilizó un enfoque cualitativo, que permite describir la complejidad del contexto examinado, posibilitando de esa forma, comprender las especificidades implicadas y el significado de los fenómenos observados (Diehl, 2004, Silva et al., 2005).

El estudio se realizó a través de un análisis bibliográfico que buscó dilucidar el concepto y las características de las ciudades creativas, así como algunos de los modelos reconocidos. La investigación bibliográfica se basa en datos existentes ya analizados, es decir, se basa en materiales como artículos científicos y libros ya publicados (Gil, 2019). También se utilizaron datos secundarios, obtenidos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), de la Federación de Industrias del Estado de Río de Janeiro (FIRJAN) y del sitio web oficial de la Municipalidad de Taquara.

También se realizó la recogida de datos primarios mediante la aplicación de cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, en forma de censo a miembros de la sociedad civil y empresarios asociados a un Club de Servicios cuya finalidad es trabajar voluntariamente por el desarrollo del municipio de Taquara. El

nício de Taquara. O questionário foi aplicado para todos os vinte e três associados:

Quanto ao registro das informações prestadas, o questionário foi enviado por *e-mail* aos participantes, e foi preenchido eletronicamente por meio da ferramenta *Google Forms*. Como forma de organização dos dados obtidos, foi elaborado um banco de dados, composto pelas múltiplas fontes, que facilitou na busca e na comparação, durante a análise, bem como o encadeamento das evidências observadas, como sugere Yin (2001). Ainda conforme esse autor, a utilização do questionário como instrumento de coleta de dados é decorrente das possibilidades que ele proporciona a obtenção de informações que não estariam disponíveis em outros materiais, possibilitando uma maior precisão nas respostas, e o elevado número de informações que é possível obter (Yin, 2001).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Conceitos e principais características de uma Cidade Criativa

A concentração da população mundial em cidades vem crescendo ao longo dos anos e, com isso, observa-se o aumento da complexidade de soluções para suprir as demandas da sociedade (Stoffel, 2018). Conforme o Relatório Mundial das Cidades 2022, publicado pela Organização das Nações Unidas – ONU, 68% da população mundial será urbana, até 2050, embora tenha ocorrido uma desaceleração no ritmo da urbanização durante a pandemia. Essa situação impõe às cidades um crescente desafio de encontrar novas alternativas para responder às necessidades que se apresentam.

Diante desse cenário, “as cidades são uma organização dinâmica, viva e complexa”, segundo Stoffel (2018). Toda cidade é de alguma forma criativa e inovadora.

cuestionario se aplicó a los veintitrés miembros asociados.

En cuanto al registro de la información proporcionada, el cuestionario se envió por correo electrónico a los participantes y se rellenó electrónicamente utilizando la herramienta *Google Forms*. Como forma de organizar los datos obtenidos, se creó una base de datos compuesta por múltiples fuentes, lo que facilitó la búsqueda y comparación durante el análisis, así como la vinculación de las evidencias observadas, como sugiere Yin (2001). Según este autor, el uso del cuestionario como herramienta de recogida de datos se debe a las posibilidades que ofrece para obtener información que no estaría disponible en otros materiales, permitiendo una mayor precisión en las respuestas, y a la gran cantidad de información que se puede obtener (Yin, 2001).

3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Conceptos y principales características de una Ciudad Creativa

La concentración de la población mundial en las ciudades ha ido creciendo a lo largo de los años y, como consecuencia, ha aumentado la complejidad de las soluciones para satisfacer las demandas de la sociedad (Stoffel, 2018). Según el Informe sobre las Ciudades del Mundo 2022, publicado por las Naciones Unidas, el 68% de la población mundial será urbana en 2050, aunque el ritmo de urbanización se ha ralentizado durante la pandemia. Esta situación impone a las ciudades el reto creciente de encontrar nuevas alternativas para responder a las necesidades que surjan.

En este contexto, “las ciudades son una organización dinámica, viva y compleja”, según Stoffel (2018). Todas las ciudades son creativas e innovadoras de alguna manera.

O conceito de cidade criativa ainda está em construção, pois se trata de um tema relativamente novo. Segundo Reis (2011) em um cenário em constante transformação, surgem oportunidades para o aparecimento de novos modelos de percepção e organização do mundo. Na corrida pela competitividade, o ativo mais precioso passa a ser aquele capaz de conceber bens e serviços diferenciados, que geram maior valor agregado e menor possibilidade de cópia.

Dos setores da economia que se enquadram nessa situação, as chamadas indústrias criativas, que integram a pulsante economia criativa, ganham evidência os ativos menos facilmente transferíveis no cenário global. Com isso, cada vez mais a criatividade está no foco, por ser capaz de reordenar os elementos de um problema, encontrar soluções e inovar constantemente (REIS, 2011).

Landry (2013) diz que as cidades enfrentam uma crise crescente que não pode ser resolvida por uma atitude de “conformidade”. Ela deve abranger o desafio de conviver com uma grande diversidade, ser capaz de pensar em sustentabilidade e repensar o seu papel com objetivo de equilibrar as agendas econômica, cultural e social, frente a uma grande complexidade. Para Soares e Vieira (2019) as cidades que investem em conexões, cultura, inovações, tecnologia e criatividade possuem um diferencial competitivo frente às demais. As cidades que reúnem tais características têm sido denominadas como “cidades criativas”.

O termo “cidade criativa” tem sido amplamente abordado, por vezes de forma equivocada, pois sua utilização dá a conotação de modernidade e, ocorre de ser aplicado sem a devida fundamentação. Num mundo tão dinâmico, vale lembrar que a criatividade é uma poderosa ferramenta para buscar soluções inovadoras para os problemas recorrentes de uma cidade. A cidade criativa se destaca por valorizar as ca-

El concepto de ciudad creativa aún está en construcción, ya que se trata de un tema relativamente nuevo. Según Reis (2011), en un escenario en constante cambio, surgen oportunidades para la aparición de nuevos modelos de percibir y organizar el mundo. En la carrera por la competitividad, el activo máspreciado pasa a ser aquel capaz de crear bienes y servicios diferenciados, que generen mayor valor añadido y sean menos posibilidades de ser copiados.

De los sectores de la economía que entran en esta situación, las llamadas industrias creativas, que forman parte de la palpitante economía creativa, son los activos menos fáciles de transferir en el escenario mundial. Por ello, la creatividad está cada vez más en el punto de mira, ya que es capaz de reordenar los elementos de un problema, encontrar soluciones e innovar constantemente (REIS, 2011).

Landry (2013) afirma que las ciudades se enfrentan a una crisis creciente que no puede resolverse con una actitud de “conformidad”. Deben asumir el reto de convivir con una gran diversidad, ser capaces de pensar en la sostenibilidad y replantearse su papel para equilibrar las agendas económicas, culturales y sociales ante una gran complejidad. Para Soares y Vieira (2019), las ciudades que invierten en conexiones, cultura, innovación, tecnología y creatividad tienen una ventaja competitiva sobre las demás. Las ciudades que combinan estas características han sido etiquetadas como “ciudades creativas”.

El término “ciudad creativa” ha sido muy utilizado, a veces erróneamente, porque su uso da una connotación de modernidad y a menudo se aplica sin la debida justificación. En un mundo tan dinámico, conviene recordar que la creatividad es una poderosa herramienta para encontrar soluciones innovadoras a los problemas recurrentes de una ciudad. La ciudad creativa destaca por valorizar las capacidades urbanas y

pacidades urbanas e cidadãs nesse processo transformacional (Depiné, 2021).

Reis (2011) defende que cada cidade precisa definir o seu próprio caminho, com base nas suas raízes, na cultura local. Não basta aplicar o modelo utilizado por outra cidade, pois isso não fará sentido para aquela comunidade e não produzirá o efeito esperado. A referida autora faz uma crítica ao mimetismo, que seria a aplicação literal de um modelo já utilizado por outra cidade. A alternativa plausível é a utilização de um caso de sucesso como inspiração, respeitando as características do local.

Contudo, algumas características definem uma cidade criativa, tais como: diversidade, inclusão, singularidade, identidade cultural, integração das estratégias cultural, social e econômica, além de estar em constante transformação (Landry, 2013). Para esse autor, o que é mais relevante são os fatores que tornam determinada cidade única, resultado de um conjunto de elementos distintivos.

Richard Florida (2011) também faz a associação de diversidade com criatividade, vinculadas ao local em que essas expressões ocorrem. Ele defende que a criatividade encontra solo fértil em um ambiente aberto e diversificado. É dele a Teoria dos 3 Ts – Talentos, Tolerância e Tecnologia, como condições para o reconhecimento de uma cidade criativa. O autor diz que “cada uma dessas condições é necessária, mas sozinha é insuficiente, para atrair indivíduos criativos, gerar inovação e estimular o crescimento econômico”. Para ele, um lugar precisa reunir os três aspectos em conjunto (FLORIDA, 2011, p. 249).

Segundo essa teoria, o crescimento econômico regional é impulsionado por pessoas criativas. Essa categoria de pessoas prefere lugares tolerantes, abertos a novas ideias e diversificado. Para Florida (2011) a diversidade atrai os indivíduos criativos. Lugares que proporcionam a conexão tendem a estimular que novas com-

ciudadanas en este proceso de transformación (Depiné, 2021).

Reis (2011) sostiene que cada ciudad necesita definir su propio camino, basado en sus raíces y en la cultura local. No basta con aplicar el modelo utilizado por otra ciudad, ya que no tendrá sentido para esa comunidad ni producirá el efecto esperado. El autor critica el mimetismo, que es la aplicación literal de un modelo ya utilizado por otra ciudad. Una alternativa plausible es la utilización de un caso de éxito como inspiración, respetando las características locales.

Sin embargo, algunas características definen a una ciudad creativa, tales como: diversidad, inclusión, singularidad, identidad cultural, integración de estrategias culturales, sociales y económicas, además de estar en constante transformación (Landry, 2013). Para este autor, lo más relevante son los factores que hacen única a una determinada ciudad, resultado de un conjunto de elementos distintivos.

Richard Florida (2011) también asocia la diversidad con la creatividad, vinculada al lugar donde se producen estas expresiones. Sostiene que la creatividad encuentra suelo fértil en un entorno abierto y diverso. Suya es la Teoría de las 3 T - Talentos, Tolerancia y Tecnología, como condiciones para reconocer una ciudad creativa. El autor afirma que “cada una de estas condiciones es necesaria, pero por sí sola es insuficiente, para atraer a individuos creativos, generar innovación y estimular el crecimiento económico”. Para él, un lugar necesita reunir los tres aspectos (FLORIDA, 2011, p. 249).

Según esta teoría, el crecimiento económico regional está impulsado por las personas creativas. Esta categoría de personas prefiere lugares tolerantes, abiertos a nuevas ideas y diversos. Para Florida (2011), la diversidad atrae a las personas creativas. Los lugares que proporcionan conexión tienden a fomentar la aparición

inações criativas surjam. Na visão do autor, a aliança de diversidade, conexões e pessoas criativas acelera a capacidade de inovar, de criar negócios, de gerar empregos e da cidade crescer economicamente.

Na concepção teórica de Florida (2011), para gerar uma mentalidade ou ambiente favorável à criatividade, basta criar facilidades e incentivos com o objetivo de atrair talentos externos. Porém na prática, para que essa cultura organizacional, esse *mindset* criativo se estabeleça, é necessária uma conjuntura de fatores mais profundos. Entre eles a educação alicerçada na construção do saber e do desenvolvimento integral do indivíduo, no acesso às diversas manifestações culturais, na urbanização e na tolerância à diversidade. Isso, partindo-se do princípio de que as necessidades básicas já estejam atendidas (Reis, 2011).

Com a reunião das características citadas pelos autores estudados, seria possível melhorar a qualidade de vida de um lugar e, consequentemente, o seu desempenho econômico. Contudo é preciso cautela para que não haja, conforme Vivant (2012) a banalização da cidade criativa. Parece que a visão de Reis (2011) faz mais sentido, quando diz que a valorização da criatividade encarada como ativo socioeconômico, em um mundo cujos produtos e serviços mostram-se crescentemente pasteurizados devido à globalização, é uma alternativa de desenvolvimento local.

3.1. Os Atores Sociais da Cidade Criativa

Em 1995, Etzkowitz e Leydesdorff trouxeram a importância da interação entre universidade, empresas e governo, para o desenvolvimento da cultura de inovação, a chamada Tríplice Hélice. Nesse conceito, a universidade atua no desenvolvimento do conhecimento, as empresas são responsáveis pela aplicação prática e o governo desenvolve políticas públicas para financiar e

de nuevas combinaciones creativas. En opinión del autor, la alianza de diversidad, conexiones y personas creativas acelera la capacidad de la ciudad para innovar, crear empresas, generar empleo y crecer económicamente.

En la concepción teórica de Florida (2011), para generar una mentalidad o entorno favorable a la creatividad basta con crear facilidades e incentivos con el objetivo de atraer talento externo. Sin embargo, en la práctica, para que esta cultura organizacional, esta *mentalidad* creativa se establezca, es necesaria una combinación de factores más profundos. Entre ellos, la educación basada en la construcción del conocimiento y el desarrollo integral del individuo, el acceso a diversas manifestaciones culturales, la urbanización y la tolerancia a la diversidad. Todo ello partiendo del supuesto de que las necesidades básicas ya están atendidas (Reis, 2011).

Reuniendo las características mencionadas por los autores estudiados, sería posible mejorar la calidad de vida de un lugar y, en consecuencia, sus resultados económicos. Sin embargo, según Vivant (2012), es necesario actuar con cautela para no banalizar la ciudad creativa. Parece que la opinión de Reis (2011) tiene más sentido cuando afirma que valorar la creatividad como activo socioeconómico en un mundo en el que los productos y servicios están cada vez más pasteurizados debido a la globalización es una alternativa para el desarrollo local.

3.1 Los Actores Sociales de la Ciudad Creativa

En 1995, Etzkowitz y Leydesdorff destacaron la importancia de la interacción entre las universidades, las empresas y el gobierno para desarrollar una cultura de la innovación, la llamada Triple Hélice. En este concepto, las universidades desarrollan el conocimiento, las empresas son responsables de la aplicación práctica y el gobierno desarrolla políticas públicas para financiar y minimizar las dificultades

minimizar as dificuldades para a implantação da inovação (Etzkowitz & Leydesdorff, 1995).

Da vulnerabilidade em relação à cooperação dos atores sociais, surge a quádrupla hélice proposta por Carayannis e Campbell (2009). Esta quarta hélice relaciona a sociedade à classe criativa. Na Quádrupla Hélice, as políticas e estratégias de conhecimento e inovação devem reconhecer o importante papel da sociedade civil organizada para a obtenção das metas e objetivos (Mineiro & Castro, 2020).

Para Mineiro e Castro (2020), a combinação das quatro perspectivas, universidades, empresas, governo e sociedade civil organizada, aponta para a implementação dos ecossistemas de inovação e empreendedorismo com crescimento inteligente e sustentável. A quádrupla hélice trouxe uma melhor explicação para a importância da colaboração dos cidadãos para criar inovação.

tades de aplicación de la innovación (Etzkowitz & Leydesdorff, 1995).

De la vulnerabilidad en relación con la cooperación de los actores sociales surge la quádruple hélice propuesta por Carayannis y Campbell (2009). Esta cuarta hélice vincula a la sociedad con la clase creativa. En la quádruple hélice, las políticas y estrategias de conocimiento e innovación deben reconocer el importante papel de la sociedad civil organizada en la consecución de metas y objetivos (Mineiro y Castro, 2020).

Para Mineiro y Castro (2020), la combinación de las cuatro perspectivas -universidades, empresas, gobierno y sociedad civil organizada- apunta a la puesta en marcha de ecosistemas de innovación y emprendimiento con un crecimiento inteligente y sostenible. La quádruple hélice ha permitido explicar mejor la importancia de la colaboración ciudadana para crear innovación.

Figura 1. Representação da Quádrupla Hélice
Figura 1. Representación de la Cuádruple Hélice



Fonte: Autoras (2022).

A articulação entre todos os atores é essencial para a consecução dos objetivos sociais, econômicos e culturais, que possibilitarão o reconhecimento de uma cidade como criativa. Cada esfera tem o seu papel na criação de um ambiente favorável à criatividade e à inovação. O conceito de cidade criativa, apesar de provocado pela dimensão econômica, é estritamente ligado a componentes mais subjetivos e intangíveis da mesma, como cultura, tradição e identidade (Landry, 2013).

A criatividade é uma habilidade que pode ser usada como ferramenta para encontrar soluções inovadoras. Para isso o poder público, a academia, as empresas e a sociedade civil precisam passar por uma mudança de mentalidade, como afirma Landry (2013), criando uma dinâmica fluida em linhas de concordância.

3.2. Cidades Criativas como Alternativa ao Desenvolvimento

A administração pública municipal enfrenta cotidianamente diversos problemas estruturais. Conforme os pensamentos de Landry (2013) e Reis (2011), na tentativa de solucionar as dificuldades encontradas, são realizadas inúmeras ações. Porém, na maior parte das vezes, trata-se de iniciativas isoladas, que não estão conectadas entre si. Ao tratar dessa questão, Lerner (2011, p. 41) ressalta a importância de “engendrar equações de corresponsabilidade – unindo o governo, o setor privado e os esforços da sociedade civil – o que possibilitará as soluções”. Nessa perspectiva, o maior desafio é de definir uma agenda positiva, fomentando o processo de construção de um sonho coletivo, dar-lhe foco e demonstrar como esse cenário poderá se tornar real (Lerner, 2011).

Os autores citados no parágrafo anterior sugerem ser raro encontrar gestores municipais que tenham uma estratégia clara para o desenvolvimento local a médio e longo prazo, visto que as soluções apresentadas são momentâneas,

La coordinación entre todos los agentes es esencial para alcanzar los objetivos sociales, económicos y culturales que permitirán que una ciudad sea reconocida como creativa. Cada esfera tiene su papel en la creación de un entorno favorable a la creatividad y la innovación. El concepto de ciudad creativa, a pesar de estar impulsado por la dimensión económica, está estrictamente vinculado a componentes más subjetivos e intangibles de la misma, como la cultura, la tradición y la identidad (Landry, 2013).

La creatividad es una habilidad que puede utilizarse como herramienta para encontrar soluciones innovadoras. Para ello, las autoridades públicas, la academia, las empresas y la sociedad civil deben experimentar un cambio de mentalidad, como afirma Landry (2013), creando una dinámica fluida a lo largo de líneas de acuerdo.

3.2 Ciudades creativas como alternativa al desarrollo

La administración pública municipal se enfrenta diariamente a una serie de problemas estructurales. Conforme a las ideas de Landry (2013) y Reis (2011), se emprenden numerosas acciones para intentar resolver las dificultades encontradas. La mayoría de las veces, sin embargo, se trata de iniciativas aisladas que no están conectadas entre sí. Al abordar esta cuestión, Lerner (2011, p. 41) subraya la importancia de “engendrar ecuaciones de corresponsabilidad -uniendo el gobierno, el sector privado y los esfuerzos de la sociedad civil- que hagan posibles las soluciones”. Desde esta perspectiva, el mayor reto es definir una agenda positiva, fomentando el proceso de construcción de un sueño colectivo, dándole enfoque y demostrando cómo este escenario puede hacerse realidad (Lerner, 2011).

Los autores citados en el párrafo anterior sugieren que es raro encontrar gestores municipales que tengan una estrategia clara para el desarrollo local a medio y largo plazo, ya que las soluciones que ofrecen son momentáneas,

pensando na satisfação imediata dos anseios da população, ou no máximo pensadas com o horizonte de um mandato. Com base nessa necessidade de resposta imediata aos problemas identificados, nem sempre as soluções encontradas são as melhores, do ponto de vista do desenvolvimento social, cultural e econômico. Não gerando políticas públicas duradouras e eficientes para o município.

Sob essa ótica e entendendo que vivemos hoje na Era do Conhecimento, que é caracterizada pela valorização do conhecimento, criatividade, inovação e colaboração, em contraponto à Era Industrial, caracterizada pela valorização das máquinas, o conceito de cidade criativa, como sendo o espaço onde convergem os objetivos culturais, econômicos e sociais começa a fazer sentido (Landry, 2013).

Não se pode desprezar a economia tradicional, mas é necessário que as cidades tenham um olhar apurado para a nova economia, baseada em conhecimento, pois conforme Landry (2013) é esta que trará resultados mais expressivos nos campos social e cultural. Nesse contexto, cidades de qualquer tamanho podem percorrer o caminho da criatividade de forma genuína (IJL, 2021).

John Howkins (2013) traz o conceito de economia criativa, como sendo aquela que consiste nas transações contidas em produtos criativos. Já para Victor Mirshawka (2016), a economia criativa tem a criatividade, a arte e a cultura como sua matéria-prima e está relacionada aos direitos de propriedade intelectual. Moisés dos Santos (2006) fala que a economia criativa pode se tornar uma estratégia fundamental para promover o desenvolvimento econômico sustentável.

Reis (2011) traz uma reflexão importante, quando diz que:

No momento em que os gestores públicos conseguem implantar políticas pú-

destinadas a la satisfacción inmediata de los deseos de la población o, como mucho, están pensadas para la duración de un mandato. Partiendo de esta necesidad de dar una respuesta inmediata a los problemas detectados, no siempre las soluciones encontradas son las mejores, desde el punto de vista del desarrollo social, cultural y económico. No generan políticas públicas duraderas y eficaces para el municipio.

Desde esta perspectiva y entendiendo que hoy vivimos en la Era del Conocimiento, que se caracteriza por la valoración del conocimiento, la creatividad, la innovación y la colaboración, frente a la Era Industrial, caracterizada por la valoración de las máquinas, empieza a cobrar sentido el concepto de ciudad creativa como espacio donde convergen objetivos culturales, económicos y sociales (Landry, 2013).

No se puede ignorar la economía tradicional, pero es necesario que las ciudades tengan muy presente la nueva economía basada en el conocimiento, ya que según Landry (2013), es la que aportará los resultados más significativos en los ámbitos social y cultural. En este contexto, las ciudades de cualquier tamaño pueden seguir realmente el camino de la creatividad (IJL, 2021).

John Howkins (2013) plantea el concepto de economía creativa como la constituida por las transacciones contenidas en los productos creativos. Para Victor Mirshawka (2016), la economía creativa tiene la creatividad, el arte y la cultura como materia prima y está relacionada con los derechos de propiedad intelectual. Moisés dos Santos (2006) afirma que la economía creativa puede convertirse en una estrategia fundamental para promover el desarrollo económico sostenible.

Reis (2011) hace una reflexión importante cuando dice que:

En el momento en que los gestores públicos consigan aplicar políticas públicas

blicas que favorecem a eclosão da criatividade urbana e promover a resolução de problemas estruturais, especialmente quando as cidades se voltam cada vez mais para seus diferenciais, estará redirecionando a cidade para si e, ao mesmo tempo, dotando-a de novas características (p. 20).

Soares e Vieira (2018), afirmam que iniciativas nessa linha fizeram com que muitas cidades do mundo se destacassem. Como consequência, o acesso a serviços públicos qualificados favorece a qualidade de vida da população, contribuindo para a atração de pessoas para fixar residência, especialmente profissionais que se interessam por cidades com essas características, pois conforme Landry (2013), o desenvolvimento promovido por valores tornou-se muito importante.

Aqui, considera-se importante ressaltar que a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, criada em 2004, para promover a cooperação com e entre cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento regional urbano serve como uma plataforma internacional de intercâmbio e colaboração entre cidades para a implementação dos dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 das Nações Unidas, principalmente o Objetivo 11 que trata sobre cidades e comunidades sustentáveis. Atualmente a Rede é composta por duzentas e quarenta e seis cidades, em sete áreas criativas: artesanato e arte folclórica, design, cinema, gastronomia, literatura, mídia e música (UNESCO, 2021).

As cidades da Rede estão espalhadas ao redor do mundo, inclusive no Brasil. Essa visibilidade internacional confere à cidade maiores oportunidades de atração tanto de talentos, quanto de empresas do setor criativo (Soares & Vieira, 2018). Nessa perspectiva, conforme Soares e Vieira (2018) as cidades que conseguem esta-

que favorezcan el surgimiento de la creatividad urbana y promuevan la solución de los problemas estructurales, especialmente cuando las ciudades se vuelcan cada vez más en sus diferencias, estarán reorientando la ciudad hacia sí mismas y, al mismo tiempo, dotándola de nuevas características (p. 20).

Soares y Vieira (2018) afirman que iniciativas en esta línea han hecho que muchas ciudades del mundo se destaquen. Como resultado, el acceso a servicios públicos cualificados favorece la calidad de vida de la población, contribuyendo a atraer personas para fijar su residencia, especialmente profesionales que se interesan por ciudades con estas características, pues según Landry (2013), el desarrollo promovido por valores se ha vuelto muy importante.

Aquí, se considera importante señalar que la Red de Cidades Creativas de la UNESCO, creada en 2004 para promover la cooperación con y entre ciudades que han identificado la creatividad como un factor estratégico para el desarrollo regional urbano, sirve como plataforma internacional de intercambio y colaboración entre ciudades para la implementación de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, especialmente el Objetivo 11, que trata de ciudades y comunidades sostenibles. Actualmente, la Red está formada por doscientas cuarenta y seis ciudades en siete áreas creativas: artesanía y arte popular, diseño, cine, gastronomía, literatura, medios de comunicación y música (UNESCO, 2021).

Las ciudades de la Red están repartidas por todo el mundo, incluido Brasil. Esta visibilidad internacional confiere a la ciudad mayores oportunidades de atraer tanto talento como empresas del sector creativo (Soares y Vieira, 2018). Desde esta perspectiva, según Soares y Vieira (2018), las ciudades que logran establecer un

belecer um caminho na economia criativa, testemunham a geração de empregos e a atração de profissionais altamente capacitados, aumentando assim, a captação de impostos de consumo de produtos, dos serviços gerados por essa economia e por outros setores, pois a média dos salários é bem expressiva.

É possível constatar esse fato, por meio dos dados publicados pela FIRJAN (2019), conforme mostra a Quadro 1.

camino en la economía creativa presencian la generación de empleos y la atracción de profesionales altamente capacitados, aumentando así la captación de impuestos provenientes del consumo de productos y servicios generados por esta economía y por otros sectores, ya que los salarios medios son muy significativos.

Esto se puede constatar en los datos publicados por FIRJAN (2019), como se muestra en el Cuadro 1.

QUADRO 1. Vínculos empregatícios por área da Indústria Criativa entre 2017 e 2020

CUADRO 1. Relaciones laborales por área de la Industria Creativa entre 2017 y 2020

Segmento / Sector	Empregos / Empleos			Variação		Composição do Núcleo Criativo		
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019	2017	2019	2020
Total Mercado de Trabalho	47.281.590	46.716.492	46.236.176	-0,10%	-1,03%	---	---	---
Núcleo Criativo / Núcl. Creativo	837.206	919.010	935.314	11,7%	1,8%	100,0%	100,0%	100,0%
Cultura	64.853	68.423	60.166	-7,2%	-12,1%	7,7%	7,4%	6,4%
Expressões Culturais / Expresiones Culturales	28.403	32.958	30.621	7,8%	-7,1%	3,4%	3,6%	3,3%
Artes Cênicas / Artes Escénicas	10.802	9.852	7.930	-26,6%	-19,5%	130,0%	1,1%	0,8%
Música	11.478	11.961	10.369	-9,7%	-13,3%	1,4%	1,3%	1,1%
Patrimônio e Artes	14.170	13.652	11.246	-20,6%	-20,6%	1,7%	1,5%	1,2%
Tecnologia	310.439	338.053	350.330	12,8%	3,6%	37,1%	36,8%	37,5%
Tecn.Inform. e Comunic.(TIC) / Tecn. Informac. y Comunicac.	123.415	137.695	146.263	18,5%	6,2%	14,7%	15,0%	15,6%
Biotecnologia	31.012	34.880	38.044	22,7%	9,1%	3,7%	3,8%	4,1%
Pesquisa & Desenvolvimento / Investigación y Desarrollo	156.012	165.478	166.023	6,4%	30,0%	18,6%	18,0%	17,8%
Consumo	366.352	419.949	439.517	20,0%	4,7%	43,8%	45,7%	47,0%
Publicidades & Marketing	150.794	199.491	223.497	48,2%	12,0%	18,0%	21,7%	23,9%
Design / Diseño	76.090	81.666	81.458	7,1%	-30,0%	9,1%	8,9%	8,7%
Arquitetura	94.801	97.317	97.424	2,8%	10,0%	11,3%	10,6%	10,4%
Moda	44.667	41.475	37.138	-16,9%	-10,5%	5,3%	4,5%	4,0%
Mídia / Medios comunicación	95.562	92.585	85.301	-10,7%	-7,9%	11,4%	10,1%	9,1%
Editorial / Edición	54.678	51.680	46.815	-14,4%	-9,4%	6,5%	5,6%	5,0%
Audiovisual	40.884	40.905	38.486	-5,9%	-5,9%	4,9%	4,5%	4,1%

Fonte: FIRJAN (2020).

Conforme os dados trazidos pela FIRJAN (2019), a média salarial da economia criativa é maior do que a de outros segmentos. Isso, de certa maneira, dá subsídios documentais para sugerir que cidades que possuem uma economia criativa forte, terão menor índice de desemprego, levando em conta que o perfil do trabalhador criativo é de quem busca mais aperfeiçoamento acadêmico. Florida (2011), acrescenta que esse tipo de cidade tem mais condições de enfrentar as crises.

Seria possível se basear no modelo de cidades criativas para redirecionar cidades ameaçadas pelo declínio industrial e pela acirrada competição entre as metrópoles no âmbito da globalização?. Essa pergunta é trazida por Vivant (2012) que continua sua narrativa, observando que as cidades dispõem de ferramentas, como incentivos fiscais, infraestrutura e oferta imobiliária comercial, porém essas ferramentas são comuns à maioria das cidades, o que as torna ineficazes. Dessa forma, as ações focadas no desenvolvimento urbano de uma maneira ampliada, observando as questões econômicas aliadas aos assuntos sociais e culturais, constituem vantagem competitiva na atração de investidores e empresas.

Conforme Depiné (2021), a cidade criativa é uma das diversas novas tipologias aplicadas ao espaço urbano, como as cidades inteligentes, as cidades sustentáveis, cidades digitais, cidades educadoras, entre outras. O principal fator de diferenciação é a criatividade, um recurso intangível que é o núcleo desse conceito. Dessa forma, o principal ativo de uma cidade criativa é o seu povo.

A cidade criativa pode ser uma alternativa para o desenvolvimento de municípios como Taquara, visto que promove um ambiente que estimula a colaboração, a sinergia e um entendimento comum sobre onde se quer chegar. É um espaço onde convergem os objetivos culturais, econômicos e sociais. A cidade que se pre-

Según datos de FIRJAN (2019), el salario medio en la economía creativa es más alto que en otros sectores. Esto, de alguna manera, proporciona evidencia documental para sugerir que las ciudades con una fuerte economía creativa tendrán menores tasas de desempleo, teniendo en cuenta que el perfil del trabajador creativo es el de alguien que busca un mayor desarrollo académico. Florida (2011) añade que este tipo de ciudades son más capaces de hacer frente a las crisis.

¿Podría utilizarse el modelo de las ciudades creativas para reconducir las ciudades amenazadas por el declive industrial y la feroz competencia entre metrópolis en el contexto de la globalización?. Esta pregunta es planteada por Vivant (2012), quien continúa su relato observando que las ciudades disponen de herramientas como los incentivos fiscales, las infraestructuras y la oferta inmobiliaria comercial, pero estas herramientas son comunes a la mayoría de las ciudades, lo que las hace ineficaces. De este modo, las acciones centradas en el desarrollo urbano de forma más amplia, contemplando las cuestiones económicas combinadas con las sociales y culturales, constituyen una ventaja competitiva para atraer a inversores y empresas.

Según Depiné (2021), la ciudad creativa es una de diversas nuevas tipologías aplicadas al espacio urbano, como las ciudades inteligentes, las ciudades sostenibles, las ciudades digitales, las ciudades educativas, entre otras. El principal factor diferenciador es la creatividad, un recurso intangible que está en el centro de este concepto. De esa forma, el principal activo de una ciudad creativa es su gente.

La ciudad creativa puede ser una alternativa para el desarrollo de municipios como Taquara, ya que promueve un entorno que fomenta la colaboración, la sinergia y un entendimiento común de hacia dónde queremos ir. Es un espacio donde convergen objetivos culturales, económicos y sociales. Una ciudad que quiere ser

tende criativa precisa identificar suas potencia-
lidades, mas sem esquecer suas raízes.

3.3. Caracterização do Município de Ta- quara/RS

Taquara, considerada a cidade-mãe do Vale do Paranhana, foi colonizada predominantemente por alemães e sua emancipação aconteceu em 17 de abril de 1886, conforme dados obtidos no site da Prefeitura Municipal. Ao longo dos anos, seu território deu origem a outros sete municípios: São Francisco de Paula, Canela, Gramado, Sapiranga, Três Coroas, Igrejinha e Parobé (Philereno & Arend, 2014).

O município sempre foi reconhecido como polo regional desde o seu nascimento, principalmente por causa dos setores de comércio e serviços que continuam sendo referência, mesmo com o passar dos anos. Segundo Philereno e Arend (2014), uma possibilidade para o não crescimento/desenvolvimento de Taquara nas últimas décadas, seria a falta de conhecimento do potencial regional e má aplicação de seus recursos humanos, estruturais, tecnológicos e/ou naturais, gerando como consequência políticas públicas equivocadas e a perda de território.

Em estudo realizado por Facio, Corrêa e Paiva (2020), fica claro que o município de Taquara ainda é considerado um polo regional, principalmente pela oferta de serviços de saúde e educação e também, pelo comércio diversificado. Contudo, segundo os autores, ainda há oportunidades para o fortalecimento da indústria de alimentos aliada ao meio rural.

O IBGE registra dados coletados no último censo, realizado em 2010, onde é possível observar que Taquara possui a maior população do Vale do Paranhana, bem como, a maior extensão territorial (IBGE, 2010). (Quadro 2)

Conforme dados demonstrados abaixo, Taquara apresenta o melhor Índice de Desenvolvi-

creativa necesita identificar su potencial, pero sin olvidar sus raíces.

3.3 Caracterización del Municipio de Taquara/RS

Taquara, considerada la ciudad madre del valle del Paranhana, fue colonizada predominantemente por alemanes y su emancipación tuvo lugar el 17 de abril de 1886, según datos obtenidos de la página web del Ayuntamiento. Con el paso de los años, su territorio dio origen a otros siete municipios: São Francisco de Paula, Canela, Gramado, Sapiranga, Três Coroas, Igrejinha y Parobé (Philereno & Arend, 2014).

El municipio siempre ha sido reconocido como un polo regional desde su creación, principalmente por sus sectores de comercio y servicios, que siguen siendo una referencia incluso con el paso de los años. Según Philereno y Arend (2014), una explicación para la falta de crecimiento/desarrollo de Taquara en las últimas décadas, sería el desconocimiento del potencial de la región y la mala aplicación de sus recursos humanos, estructurales, tecnológicos y/o naturales, lo que ha conducido a políticas públicas equivocadas y a la pérdida de territorio.

En un estudio realizado por Facio, Corrêa y Paiva (2020), queda claro que el municipio de Taquara sigue siendo considerado un polo regional, principalmente por la oferta de servicios de salud y educación y también por su comercio diversificado. Sin embargo, según los autores, aún existen oportunidades para fortalecer la industria alimentaria combinada con el medio rural.

El IBGE registra datos recogidos en el último censo, realizado en 2010, donde se puede observar que Taquara tiene la mayor población del Valle del Paranhana, así como la mayor extensión territorial (IBGE, 2010). (Cuadro 2)

Según los datos que se muestran a continuación, Taquara tiene el mejor Índice de Desa-

Quadro 2. Indicadores do Vale do Paranhana

Quadro 2. Indicadores del Valle de Paranhana

INDICADOR	Ano dos dados	Taquara	Parobé	Igrejinha	Três Coroas	Rolante	Riozinho	Total Vale do Paranhana
População / Población	2010	54.643	51.502	31.606	23.848	19.485	4.330	185.414
Área da unidade territorial (km²) / Superficie de la unidad territorial	2021	452.572	108.707	138.303	165.285	296.090	239.090	1.400.047
Índice Desenvolvimento Humano Municipal Índice Desarrollo Humano Municipal (IDHM)	2010	0,73	0,70	0,72	0,71	0,69	0,66	0,70
Establecimientos ensino (fundamental e médio) Escuelas primaria y secundaria	2010	48	26	19	11	18	10	132
Taxa de escolarização (6 a 14 anos) / Tasa de escolarización (6 a 14 años)	2010	97,10%	96,60%	97,30%	98,90%	96,90%	96,50%	97,20%
Taxa população ocupada/ Tasa de población ocupada	2020	23,80%	25,40%	37,10%	29,10%	34,10%	29,70%	29,90%
Salário médio mensal (salários mínimos) / Salario medio mensual (salarios mínimos)	2020	1,9	1,8	2,0	1,7	1,6	1,7	1,8
PIB per capita (R\$) /	2019	24.898,78	23.180,55	52.771,02	31.690,01	30.611,38	27.982,83	31.855,76
Establecimientos de saúde / Establec. de salud	2009	19	12	19	9	24	3	86

Fonte: IBGE (2022).

mento Humano Municipal (IDHM) da região, chamando atenção o número de estabelecimentos de ensino, representando 36% da região. O IDHM é uma medida composta de indicadores de três dimensões do desenvolvimento: longevidade, educação e renda.

Conforme dados do mapeamento da economia criativa apresentados, verifica-se que os municípios de Igrejinha e Parobé, respectivamente, são os líderes em número de profissionais vinculados a empresas dessa economia no Vale do Paranhana. Porém o município de Taquara apresenta uma maior concentração de profissionais nos segmentos Tecnologia da Informação e Comunicação em comparação com a região (Quadro 3).

Outra reflexão que pode ser feita a partir das informações levantadas, é de que os profissionais que atuam nos municípios vizinhos sejam residentes de Taquara, ou que tenham obtido formação educacional, principalmente nos níveis técnico e superior no município, uma vez que a maior concentração da rede de ensino encontra-se lá.

rollo Humano Municipal (IDHM) de la región, y destaca el número de centros de enseñanza, que representa el 36% de la región. El IDHM es una medida compuesta por indicadores de tres dimensiones del desarrollo: longevidad, educación e ingresos.

Según los datos presentados sobre el mapeo de la economía creativa, los municipios de Igrejinha y Parobé, respectivamente, lideran el número de profesionales vinculados a empresas de esta economía en el Valle del Paranhana. Sin embargo, el municipio de Taquara presenta una mayor concentración de profesionales en el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación en comparación con el resto de la región (Cuadro 3).

Otra reflexión que se puede hacer a partir de la información recogida, es que los profesionales que trabajan en los municipios vecinos son residentes de Taquara, o han obtenido su formación, especialmente en los niveles técnico y superior en el municipio, ya que la mayor concentración de la red educativa se encuentra allí.

Quadro 3. Mapeamento da Economia Criativa no Vale do Paranhana

Quadro 3. Cartografía de la Economía Creativa en el Valle de Paranhana

SEGMENTO / SECTOR		Taquara	Parobé	Igrejinha	Três Coroas	Rolante	Riozinho	Total Vale do Paranhana
Profissionais economia critica Profesionales economía creativa		158	256	280	106	83	2	884
Arquitetura	Profissionais	11	7	7	3	5	0	33
	Salário médio	2.845,01	4.093,95	4.176,57	3.839,34	5.326,60		
Artes cênicas Artes escénicas	Profissionais	0	0	0	0	0	0	0
	Salário médio	----	----	----	----	----	----	
Audiovisual	Profissionais	12	6	11	1	6	0	36
	Salário médio	1.642,66	928,78	1.279,86	1.090,02	962,00	----	
Biotecnología	Profissionais	6	4	10	3	1	0	24
	Salário médio	4.072,94	3.160,29	2.625,69	3.181,13	2.755,84	----	
Design /Diseño	Profissionais	14	49	42	13	3	1	121
	Salário médio	1.969,61	3.698,10	2.775,15	2.073,89	1.586,81	6.608,90	
Editorial	Profissionais	8	5	10	2	1	0	26
	Salário médio	2.667,51	2.745,51	1.796,70	916,84	807,08	----	
Expressões culturais Manifestaciones culturales	Profissionais	2	3	5	0	0	0	10
	Salário médio	1.000,88	2.104,85	1.811,94	----	----	----	
Moda	Profissionais	36	134	78	73	53	0	374
	Salário médio	1.240,26	4.848,00	3.256,88	2.072,75	1.220,56	----	
Música	Profissionais	3	0	0	0	0	0	3
	Salário médio	1.686,99	----	----	----	----	----	
Patrimônio e artes Patrimonio y artes	Profissionais	0	0	0	0	0	0	0
	Salário médio	----	----	----	----	----	----	
Pesquisa e desenvolvimento Investigación y desarrollo	Profissionais	8	19	11	2	2	0	42
	Salário médio	3.898,59	10.993,18	8.116,32	5.334,04	3.684,64	----	
Publicidade y marketing Publicidad y marketing	Profissionais	26	17	84	6	8	0	141
	Salário médio	2.166,47	4.263,09	3.947,73	2.672,59	3.292,76	----	
Tecnol.inform. e comunic.(TIC) Tecnol. inform. y comunic.	Profissionais	32	12	22	3	4	1	74
	Salário médio	3.003,76	5.362,33	3.844,98	2.826,25	1.146,82	11.773,95	

Fonte: FIRJAN (2020)

Salario medio en reales brasileños (R\$). 100 R\$ = 19 euros aproximadamente

Ao analisar os dados acima, algumas questões vêm à tona, como por exemplo não há registro de profissionais das artes cênicas na região. Será que realmente não existem ou aqueles que trabalham nessa atividade estão trabalhando formalmente em outro segmento da economia?. Isso pode ser explicado pela falta de um mapeamento cultural efetivo e de políticas públicas que fortaleçam a cultura, como um segmento forte da economia criativa.

Al analizar los datos anteriores, se me ocurren algunas preguntas, como el hecho de que no haya ningún registro de profesionales de las artes escénicas en la región. ¿Será que realmente no los hay, o que quienes se dedican a esta actividad trabajan formalmente en otro segmento de la economía?. Esto podría explicarse por la falta de una cartografía cultural eficaz y de políticas públicas que refuercen la cultura como segmento fuerte de la economía creativa.

Outra análise que demonstra a antiga vocação coureiro-calçadista do município, é de que o segmento moda corresponde a 22%. No entanto, ao compararmos esse número com as cidades de Parobé, Igrejinha, Três Coroas e Rolante, Taquara possui menos profissionais desse segmento, demonstrando que o setor é mais pujante naqueles municípios. Isso nos traz novamente para a necessidade de que Taquara volte seu olhar para outras possibilidades que possam alavancar sua economia.

3.4. Percepção dos Participantes da Pesquisa

A seguir serão apresentados os dados obtidos por meio de questionário aplicado aos associados do Clube de Serviços composto por moradores de Taquara/RS. Este é um clube de interesse específico, que busca congregar ações de voluntariado voltadas para o desenvolvimento do município. Conta com associados de diferentes segmentos profissionais, que doam seu tempo para planejar e operacionalizar ações voltadas para as áreas econômica, social e cultural.

Para entender melhor a identidade desse grupo social, foram inseridas três perguntas no formulário, conforme resultados demonstrados abaixo:

Em se tratando de gênero, este grupo é formado na sua maioria pelo público masculino (65,2%) em relação ao feminino (34,8%). No que se refere à faixa etária, trata-se de um grupo heterogêneo, porém com uma maior concentração de indivíduos entre 50 e 59 anos (34,8%). A heterogeneidade do grupo possibilita uma maior amplitude nas percepções, visto que a idade está diretamente relacionada com as experiências profissionais e o testemunho de momentos diferentes pelos quais o município de Taquara passou.

Em relação à escolaridade, os indivíduos relataram estarem entre o ensino médio e o nível de

Otro análisis que demuestra la antigua vocación del municipio por el cuero y el calzado es que el segmento de la moda representa el 22%. Sin embargo, cuando comparamos esta cifra con las ciudades de Parobé, Igrejinha, Três Coroas y Rolante, Taquara tiene menos profesionales en este segmento, lo que demuestra que el sector es más fuerte en esos municipios. Esto nos lleva de nuevo a la necesidad de que Taquara busque otras posibilidades que puedan dinamizar su economía.

3.4 Percepciones de los participantes en la encuesta

A continuación se presentan los datos obtenidos a través de un cuestionario aplicado a los miembros del Club de Servicios, formado por residentes de Taquara/RS. Se trata de un club de intereses específicos, que busca reunir acciones voluntarias dirigidas al desarrollo del municipio. Cuenta con miembros de diferentes perfiles profesionales que donan su tiempo para planear y ejecutar acciones dirigidas a las esferas económica, social y cultural.

Para comprender mejor la identidad de este grupo social, se añadieron tres preguntas al formulario, de acuerdo con los resultados que se muestran a continuación:

En cuanto al género, la mayoría de este grupo está integrado por hombres (65,2%) frente a mujeres (34,8%). Por lo que se refiere a la edad, se trata de un grupo heterogéneo, pero con una mayor concentración de personas de entre 50 y 59 años (34,8%). La heterogeneidad del grupo permite un mayor abanico de percepciones, dado que la edad está directamente relacionada con las experiencias profesionales y el testimonio de los diferentes momentos por los que ha pasado el municipio de Taquara.

En cuanto a la escolaridad, los individuos declararon tener entre el bachillerato y la maestría,

mestrado, porém grande parte está em nível de pós-graduação. Essa característica demonstra que é um grupo com bom grau de instrução, diferentemente dos dados nacionais que dizem que apenas 17,4% da população possui ensino superior (IBGE, 2021).

No Quadro 4 estão compiladas as respostas às perguntas que questionaram a percepção dos participantes em relação aos principais aspectos positivos nas áreas social, econômica e cultural do município de Taquara. Uma característica chama a atenção, pois foi citada por 40% dos participantes: a localização privilegiada do município. Essa característica possibilitaria pensar em várias frentes de atuação, voltadas para o desenvolvimento de Taquara.

pero la mayoría tiene nivel de posgrado. Esta característica muestra que se trata de un grupo con un buen nivel de educación, a diferencia de los datos nacionales que dicen que sólo el 17,4% de la población tiene educación superior (IBGE, 2021).

El Cuadro 4 recoge las respuestas a las preguntas que indagaban sobre la percepción de los participantes acerca de los principales aspectos sociales, económicos y culturales positivos del municipio de Taquara. Una característica se destaca, ya que fue mencionada por el 40% de los participantes: la localización privilegiada del municipio. Esta característica permitiría pensar en varios frentes para el desarrollo de Taquara.

Quadro 4. Principais pontos positivos apontados pelos participantes no questionário

Cuadro 4 Principales puntos positivos señalados por los participantes en el cuestionario

Social	Econômica	Cultural
Ampla rede de saúde <i>Amplia red de salud</i>	Localização geográfica favorável (perto da capital, da serra e do litoral) <i>Situación geográfica favorable (cerca de la capital, la montaña y la costa)</i>	População unida em prol do bem comum <i>Población unida a favor del bien común</i>
Espaços públicos (praças e parques) <i>Espacios públicos (plazas y parques)</i>	Vocação para serviços e comércio <i>Vocación para los servicios y el comercio</i>	Diversidades de eventos culturais <i>Diversidad de eventos culturales</i>
Sociedade civil engajada com o poder público em prol da segurança <i>Sociedad civil comprometida con los poderes públicos en favor de la seguridad</i>	Polo Educacional <i>Foco educacional</i>	Patrimônio histórico
Possui diversas organizações e clubes de serviços que se mobilizam em prol do bem comum <i>Cuenta con varias organizaciones y clubes de servicio que colaboran por el bien de la comunidad.</i>	Potencial turístico	Município que acolhe direntes culturas: Italiana, Germânica e Portuguesa <i>Municipio que acoge diferentes culturas: italiana, alemana y portuguesa</i>
	Disponibilidade de imóveis comerciais <i>Disponibilidad de locales comerciales</i>	Acceso facilitado à educação <i>Acceso fácil a la educación</i>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Após analisar os pontos positivos com maior recorrência nos questionários, é possível perceber que o município de Taquara reúne diversas características defendidas pelos autores citados anteriormente, que estão presentes em cidades criativas. Tais características pos-

Después de analizar los puntos positivos más mencionados en los cuestionarios, es posible constatar que el municipio de Taquara posee varias de las características preconizadas por los autores mencionados anteriormente, presentes en las ciudades creativas. Estas caracte-

sibilitariam a adoção do conceito de cidade criativa como norteador para a elaboração de projetos e políticas públicas, com enfoque no redirecionamento do município, para uma outra dinâmica econômica, aproximando-o da nova economia.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar os desafios atuais enfrentados pelas administrações municipais, na busca de soluções para os problemas comuns à maioria das cidades e, pela população, na busca por melhor qualidade de vida, o conceito de cidade criativa se encaixa como um modelo a ser adotado. O tema pode ser um dos caminhos possíveis para o desenvolvimento integral de uma cidade no atual cenário, onde se percebe uma maior valorização da cultura local, a busca por melhoria na qualidade de vida, a inovação e a tecnologia.

A cidade criativa pode ser uma alternativa para o desenvolvimento de municípios como Taquara, visto que promove um ambiente que estimula a colaboração, a sinergia e um entendimento comum sobre onde se quer chegar. É um espaço onde convergem os objetivos culturais, econômicos e sociais. A cidade que se pretende criativa precisa identificar suas potencialidades, mas sem esquecer suas raízes.

Não se trata de “vender” uma ideia comercial de que a partir de agora Taquara é o melhor lugar para se estabelecer, seja uma empresa ou uma pessoa, mas sim de adotar uma ferramenta de programação da ação política, ou seja, promover a utilização do conceito de cidade criativa, alinhada às potencialidades do município de forma intencional.

Outro ponto a desconstruir é de que uma cidade criativa só é possível num ambiente de eferescência cultural, mas sim pensar na sua viabilidade em um local onde exista mobilização

ísticas permitirían adoptar el concepto de ciudad creativa como directriz para la elaboración de proyectos y políticas públicas, con foco en la reorientación del municipio hacia una dinámica económica diferente, aproximándolo de la nueva economía.

4. CONSIDERACIONES FINALES

Al analizar los desafíos actuales a los que se enfrentan las administraciones municipales, en la búsqueda de soluciones a los problemas comunes a la mayoría de las ciudades y de la población en la búsqueda de una mejor calidad de vida, el concepto de ciudad creativa encaja como modelo a adoptar. El tema podría ser uno de los posibles caminos para el desarrollo integral de una ciudad en el escenario actual, en el que se percibe una mayor valoración de la cultura local, la búsqueda de una mejor calidad de vida, la innovación y la tecnología.

La ciudad creativa puede ser una alternativa para el desarrollo de municipios como Taquara, ya que promueve un entorno que fomenta la colaboración, la sinergia y un entendimiento común de hacia dónde queremos ir. Es un espacio donde convergen objetivos culturales, económicos y sociales. Una ciudad que quiere ser creativa necesita identificar su potencial, pero sin olvidar sus raíces.

No se trata de “vender” una idea comercial de que a partir de ahora Taquara es el mejor lugar para que se instale una empresa o un particular, sino de adoptar una herramienta para programar la acción política, es decir, promover el uso del concepto de ciudad creativa, alineado con el potencial del municipio de forma intencionada.

Otro punto a desconstruir es que una ciudad creativa sólo es posible en un entorno de eferescencia cultural, sino más bien pensar en su viabilidad en un lugar donde haya movilización

social, convergência de propósito e ações e espaço para o diálogo entre os diferentes atores da sociedade.

Para que o objetivo final de desenvolvimento seja alcançado, há que se preservar as tradições e a cultura local, para que não haja uma descaracterização da cidade e que nesse processo, a criatividade se perca. Não se trata de fabricar uma cidade criativa, mas de identificar elementos que possibilitem o incurso nesse caminho.

Com a coleta de dados primários, foram identificados nesse estudo, diversos elementos presentes no município de Taquara que oportunizariam o seu redirecionamento utilizando o conceito de cidade criativa. Contudo, esse estudo deverá ser aprofundado em pesquisas futuras para uma compreensão mais detalhada.

REFERÊNCIAS

Carayannis, E. G. & Campbell, D. F.J. (2009). 'Mode 3' and 'quadruple helix': toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*. 46(3-4), 201-234.

Carayannis, E. G., & Rakhmatullin, R. (2014). The quadruple/quintuple innovation helixes and smart specialisation strategies for sustainable and inclusive growth in Europe and beyond. *Journal of the Knowledge Economy*, 5, 212-239.

Depiné, Á. (2021a). O ambiente da cidade criativa: da arte à participação. *Via Revista – Cidades Criativas*.
<https://via.ufsc.br/download-revista/>

Depiné, Á. (2021b). Classe criativa e o desenvolvimento econômico urbano. *Via Revista Cidades Criativas*.
<https://via.ufsc.br/download-revista/>

social, convergencia de propósitos y acciones y espacio para el diálogo entre los diferentes actores de la sociedad.

Si se quiere alcanzar el objetivo último del desarrollo, hay que preservar las tradiciones y la cultura locales para que la ciudad no se descaracterice y que en ese proceso, la creatividad se pierda. No se trata de fabricar una ciudad creativa, sino de identificar los elementos que nos permitan emprender este camino.

Con la recopilación de datos primarios, este estudio identificó una serie de elementos presentes en el municipio de Taquara que permitirían reorientarlo utilizando el concepto de ciudad creativa. Sin embargo, este estudio deberá ser profundizado en futuras investigaciones para obtener un conocimiento más detallado.

Depiné, Á. (2021c). A trajetória das cidades criativas. *Via Revista Cidades Criativas*. <https://via.ufsc.br/trajetoria-cidades-criativas/>

Diehl, A. (2004). *Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas*. Prentice Hall.

Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix University-Industry-Government relations: A laboratory for knowledge based economic development. *EASST Review*. Vol.14, nº 1, 14-19

Facio, M. J., Corrêa, D., & Paiva, C. A. N. (2020). Estudo sobre a dinâmica econômica do município de Taquara/RS referenciada na metodologia do quociente locacional. *DRd-Desenvolvimento Regional em debate*, 10, 905-931.

Federação das Indústrias do Estado do Rio De Janeiro (2019). *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*. SENAI.

- Florida, R. (2011). *A ascensão da classe criativa*. L&PM.
- Gil, A. C. (2019). *Como elaborar projetos de pesquisa*. Atlas
- Howkins, J. (2013). *Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. M Books do Brasil Editora.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021). *Perfil de Taquara*. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/taquara/panorama>
- Instituto Jamie Lerner (2021). *Para pensar a Cidade: Elementos para o planejamento territorial*. Edição independente.
- Landry, C. (2013). *Origens e futuros da cidade criativa*. SESI – SP editora.
- Instituto Jamie Lerner (2021). *Para pensar a Cidade: Elementos para o planejamento territorial*. Edição independente.
- Landry, C. (2013). *Origens e futuros da cidade criativa*. SESI – SP editora.
- Landry, C. & Bianchini, F. (1994). *The Creative City. Indicators of a Creative City. A methodology for assessing urban viability and vitality. Working paper 3*. Comedia.
- Lerner, J. (2011). Qualquer cidade pode ser criativa. *Cidades Criativas - perspectiva*. Garimpo de Soluções.
- Marconi, M.A. & Lakatos, E.M. (2019). *Fundamentos de Metodologia científica*. (8a ed). Atlas.
- Mineiro, A.A.C. & Castro, C.C. (2020). A Hélice Quádrupla e sua relação com a visão de futuro dos Parques Científicos e Tecnológicos consolidados no Brasil. *Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, 6(2), 71-89.
- Mirshawka, V. (2016). *Economia Criativa: fonte de novos empregos*. DVS.
- Philereno, D. C. & Arend, S. C. (2015). A dinâmica de longo prazo e o potencial de desenvolvimento socioeconômico do município de Taquara-RS. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. 11(2).
- Prefeitura de Taquara (2021). *Taquara*. <https://www.taquara.rs.gov.br>
- Reis, A. C. F. (2011). *Cidades Criativas. Análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo*. [Tese de Doutorado]. Universidade de São Paulo.
- Reis, A. C. F. & Kajeyama, P. (2011). *Cidades Criativas - perspectiva*. Garimpo de Soluções.
- Silva, C. R., Gobbi, B. C., & Simão, A. A. (2005). O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método. *Organizações rurais & agroindustriais*, 7(1), 70-81.
- Soares, D. S. & Vieira, E. T. (2019). Conexões, cultura e inovações nas cidades criativas: diferenciais para o desenvolvimento regional. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. 15(2).
- Stoffel, H. R. (2018). *A criatividade em cidades por meio do design estratégico*. Brasil: 13º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Univille, Joinville.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2021). *Rede de Cidades Criativas*. <https://pt.unesco.org>
- Vivant, E. (2012). *O que é uma cidade criativa?* Editora Senac.