

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
BACHARELADO EM PRODUÇÃO CULTURAL

RAFAELA MARSICO DOS SANTOS

**“És tu Paraty amado”:
diálogos entre cultura, território e economia criativa**

Niterói
2021

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

S237* Santos, Rafaela Marsico dos
"Es tu Paraty amado": : Diálogos entre cultura, território
e economia criativa / Rafaela Marsico dos Santos ; Luiz
Augusto Fernandes Rodrigues, orientador. Niterói, 2021.
50 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção
Cultural)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e
Comunicação Social, Niterói, 2021.

1. Economia Criativa. 2. Territórios Criativos. 3. Cultura.
4. Paraty. 5. Produção intelectual. I. Rodrigues, Luiz
Augusto Fernandes, orientador. II. Universidade Federal
Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III.
Título.

CDD -

Bibliotecário responsável: Debora do Nascimento - CRB7/6368

RAFAELA MARSICO DOS SANTOS

**“És tu Paraty amado”:
diálogos entre cultura, território e economia criativa**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal Fluminense como requisito
necessário à obtenção do título de Bacharel em
Produção Cultural.

Orientador:
Prof. Dr. Luiz Augusto Rodrigues

Niterói
2021



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE PRODUÇÃO
CULTURAL

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO E DEFESA DE TRABALHO FINAL II

Ao décimo dia do mês de Maio de 2021, às quatorze horas, realizou-se de forma remota (online), excepcionalmente, em conformidade com a Decisão Nº. 100/2020 de 21/05/2020, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade Federal Fluminense, a sessão pública de arguição e defesa do Trabalho Final II intitulado “**És tu Paraty amado**”: **diálogos entre cultura, território e economia criativa**”, apresentado por **Rafaela Marsico dos Santos**, matrícula 216033085, sob orientação do(a) Prof(a). Dr. Luiz Augusto Rodrigues.

A banca examinadora foi constituída pelos seguintes membros:

- 1º Membro (Orientador(a)/Presidente): Dr. Luiz Augusto Rodrigues
- 2º Membro: Bac. Cristina Maseda
- 3º Membro: Drª. Marina Frydberg

Após a apresentação do(a) candidato(a), a banca examinadora passou à arguição pública. O(a) discente foi considerado(a):

Aprovado Reprovado

Com nota final após arguição:

10,0

E para constar do respectivo processo, a coordenação de curso elaborou a presente ata que vai assinada pelo presidente da banca:

Presidente da Banca

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer profundamente à minha família, em especial à minha mãe, Renata, meu pai, Gilson e às minhas irmãs, Gabriela e Daniela por me apoiarem em todas as minhas decisões, sempre aconselharem nos momentos que foram necessários e por estarem ao meu lado. Serei eternamente grata pela família que tenho e que tanto me orgulha!

Em segundo lugar gostaria de agradecer a todos que fizeram parte e foram importantes nesses cinco anos que se passaram desde que me mudei para Niterói em 2016 e ingressei na UFF: Cristina, Sérgio e Eduardo Lima, pessoas que me ajudaram e me acolheram em um momento de muita dificuldade. À Bárbara Ramos e seu pai, José Alberto, à Jeniffer Moulaz e ao professor Lustosa, integrantes do grupo de pesquisa em gestão cultural, onde pude participar e aprender com cada um deles. Ao professor Luiz Augusto, que pude conhecer antes mesmo de ingressar na UFF e com quem aprendi muito durante as aulas ministradas por ele no decorrer da graduação, além disso, agradeço-o pela orientação nessa pesquisa. Agradeço também à Eduarda Camargo, que me apoiou e me incentivou em boa parte da minha jornada nos últimos dois anos.

Gostaria de agradecer também à Feira da Agricultura Familiar de Paraty, à Secretaria de Cultura de Paraty e a todas as pessoas que muito me ajudaram e possibilitaram a realização da pesquisa de campo, que foi fundamental para este trabalho, são elas: Luiz Eduardo Fares, Yara Ercolin, Padre Milton e equipe, Clara Melo, Mareska, Lu Marinho, Paula Fabricante, Edith Rizzo. Aos meus amigos de longa data: Ian Calixto, Isadora Rosa, Estela Prado e Roberta Oliveira. Às incríveis pessoas que tive a honra de entrevistar: César Vieira, Luís da Mata, Zé Rodrigues, Bruno Michel, Ana Bueno, Titia Sueli, Angeli Nascimento, Domingos Oliveira, Tadeu Melchiades.

Agradecimento especial também às convidadas da banca: Cristina Maseda, que pude conhecer ainda adolescente, e fez/faz parte da minha formação e construção enquanto profissional, tornando-se um exemplo para mim. À Marina Frydberg por aceitar o convite e pelo grande aprendizado durante as aulas de Economia da Cultura, disciplina onde pude desenvolver o meu primeiro artigo, que posteriormente fora publicado.

Por fim, gostaria de agradecer a todas as instituições, incluindo os educadores, professores e funcionários que estão e estiveram nesses espaços e fizeram parte da minha formação: Colégio Paraty Objetivo, Casa Azul, Flipinha, FlipZona, Sesc Paraty, Casa da Cultura de Paraty, Solar do Jambeiro, FAPERJ, Cia. Bachiana Brasileira, Instituto de Artes e Comunicação Social e Universidade Federal Fluminense.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	8
1. CAPÍTULO 1: ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITOS NORTEADORES	11
1.1 Contextualização	11
1.2 Economia da Cultura e Economia Criativa	12
1.3 Indústria Cultural e Indústria Criativa	13
1.4 Espaços e Territórios Criativos	16
1.4.1 Cidades criativas	18
1.4.2 Polos criativos	20
2. CAPÍTULO 2: PRINCIPAIS POLÍTICAS PÚBLICAS E O PROGRAMA CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO	23
2.1 Observatório da Economia Criativa no Rio de Janeiro (OBEC-RJ)	23
2.2 Mapeamento das Indústrias Criativas- FIRJAN	24
2.3 Rio Criativo	26
2.4 A Rede de Cidades Criativas da UNESCO	27
3. CAPÍTULO 3: PARATY – CIDADE CRIATIVA PELA GASTRONOMIA	29
3.1 Elementos de identificação e desenvolvimento de uma Cidade Criativa	30
3.2 Entrevistas	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS	48

APRESENTAÇÃO

“Paraty cidade à beira mar, meu cantinho adorado, tens o céu coberto de estrelas, és tu Paraty amado”. Ensejada pela letra de autoria de Aldmar Gomes Duarte Coelho, que em 1980 tornou-se hino oficial do município de Paraty, início aqui esta apresentação, contando um pouco da minha trajetória, que muito tem a ver com o caminho percorrido até chegar à escolha deste objeto de pesquisa.

Como a maioria das pessoas, que têm o privilégio de conhecer e vivenciar Paraty me encantei pela cultura, pela história e pelas belezas da cidade. Aos sete anos de idade, mudei-me com minha família definitivamente para Paraty e não poderia imaginar que lá, criaria raízes e vínculos que jamais seriam esquecidos. Não me lembro exatamente onde iniciei minha trajetória no campo da cultura, já que é tradição na cidade os alunos de escolas participarem desde cedo da Flipinha, um dos braços mais importantes da Festa Literária Internacional de Paraty, com apresentações musicais, teatrais, exposições de trabalhos, etc. Mas certamente, uma experiência que me marcou profundamente, foi participar da primeira FlipZona, em 2009 - projeto dedicado à jovens do município - , o qual participei por muitos anos. A partir disso, fui me entrelaçando cada vez mais à vida cultural da cidade, fazendo oficinas, cursos, ouvindo debates, palestras, me envolvendo em projetos, lutas coletivas e conhecendo pessoas que muito me ensinaram nessa trajetória.

Acredito que, essas experiências, percorridas em toda minha infância e adolescência em Paraty, possibilitaram hoje eu estar aqui, me graduando em uma das mais importantes universidades do país, em um curso que muito me orgulha, Produção Cultural. E, durante a minha trajetória acadêmica, agarrei-me a todas as possibilidades e oportunidades que surgiram. E foi em 2018, que pude ingressar em um projeto de pesquisa, chamado “Economia Criativa - Potencialidades para o Estado do Rio de Janeiro” vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Administração (Grupo de Pesquisa em Gestão e Política Cultural). E como bolsista de iniciação científica da FAPERJ, pude realizar uma pesquisa teórica, durante todo o ano, sobre o fenômeno da Economia Criativa e dos chamados Territórios Criativos. Dentro da pesquisa de iniciação científica, busquei conhecer algumas políticas e ações que vinham sendo realizadas por instituições nacionais e internacionais acerca da Economia Criativa.

Desde o início da graduação, tinha o desejo de pesquisar algum tema relacionado à cultura paratiense, que considero tão rica em suas histórias e sujeitos que a constroem. E Paraty, fora a primeira cidade do Estado do Rio de Janeiro a receber a chancela de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO em 2017, portanto, não poderia deixar de fora este dado, e foi então que comecei a desenvolver o presente trabalho de conclusão de curso:

Ao aprofundar na pesquisa de iniciação científica, percebi a importância do desenvolvimento da gastronomia paratiense como instrumento de manutenção das práticas culturais tradicionais e reinvenções contemporâneas. Com o recebimento da chancela, que fora um marco para o município, percebi a importância de entender e analisar, quais impactos essa política trouxe para a cidade, a partir de uma diversidade de olhares, falas e perspectivas.

Destaquei então três conceitos-chave que são e serão fundamentais nesse processo: a cultura, o território, e a economia criativa. Portanto, pretende-se, articular um diálogo entre estes três elementos, de forma que possamos analisar qualitativamente quais impactos gerados na cidade, após o recebimento do título, a partir dos sujeitos inseridos neste circuito. Parti da hipótese de que a inclusão de Paraty na rede de Cidades Criativas da UNESCO fortalece, sobretudo, os agentes que já se beneficiam do capital turístico local, restando pouca inserção para categorias sociais mais subalternizadas e seus territórios mais periféricos. Para comprovar, ou não, tal afirmativa, buscamos responder a algumas perguntas, tais quais: Quais agentes estão inseridos neste circuito? Quais impactos têm sido gerados, a partir da perspectiva dos produtores locais e agentes culturais de Paraty, após o recebimento do título? Que ações vêm sendo realizadas na cidade, que articulem as dimensões econômica, simbólica e cidadã do campo cultural?

Metodologia

A primeira fase da pesquisa consistiu-se na realização de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema Economia Criativa. As plataformas de busca utilizadas foram o Google Acadêmico e o Scielo. Os textos selecionados serviram de base para a construção deste trabalho e sua fundamentação. Para melhor compreensão destes conceitos, esta primeira etapa foi dividida em dois capítulos. O primeiro, “Economia Criativa: Conceitos norteadores”, o qual busca historicizar o surgimento da Economia Criativa no mundo, também são explicitados os debates entre os conceitos de

Economia da Cultura X Economia Criativa, Indústria Cultural X Indústria Criativa. Além disso, busquei compreender os Espaços e os Territórios Criativos e suas subdivisões.

Já o segundo capítulo, consiste na apresentação das principais políticas públicas desenvolvidas no âmbito da Economia Criativa no Estado do Rio de Janeiro, e mais especificamente, na Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Na segunda etapa deste trabalho foi realizada uma pesquisa de campo com diversos agentes locais no município de Paraty. Nesta fase, o objetivo consistia em entrevistar produtores de diferentes locais; donos de restaurantes e agentes governamentais que estivessem engajados com as ações da chancela “Cidade Criativa”. O resultado dessa pesquisa, você poderá ler no terceiro e último capítulo, intitulado “Paraty, Cidade Criativa da Gastronomia”.

CAPÍTULO 1: ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITOS NORTEADORES

1.1 Contextualização

Durante a Revolução Industrial o ser humano foi cindido entre pensar, agir e sentir. Dentro da lógica de produção da época, as pessoas eram reduzidas à mão de obra, em que o importante era produzir, gerar escala e baratear produtos idênticos. Foi então, que no início da década de 90, viveu-se no mundo um processo que acabaria por revolucionar toda a lógica de produção mundial. A chamada *globalização* trouxe inúmeras mudanças no funcionamento da indústria. Segundo a autora Ana Carla Fonseca Reis (2012) alguns fatores contribuíram para a transição da ideia de produtividade desde a Revolução Industrial até a contemporaneidade: o primeiro deles consiste na fragmentação das cadeias de produção em escala planetária; os produtos devem oferecer um diferencial ao mercado, algo que os difere da concorrência. O segundo fator, sendo a padronização crescente dos bens e serviços da economia; o design, a marca e a imagem tornam-se fundamentais nesse processo. E o terceiro, a velocidade da transferibilidade de pilares tradicionais de competitividade, pensando a tecnologia um ativo de fácil transferência, o que neste caso, não seria tão facilmente transferível? a criatividade.

Essas mudanças no contexto global permitiram uma aproximação da economia e da cultura, com a relevância dos elementos de ordem simbólica na formação dos preços e a nova estrutura do capitalismo. Marcado por uma crescente culturalização da economia, o que acarretou em mudanças no padrão de consumo e no avanço do trabalho intelectual. Se para os economistas clássicos, a cultura era algo relacionado ao luxo da nobreza e, portanto algo “irracional”, ou apenas “capricho”, para a modernidade, essas transformações vão trazer um grande impacto social.

Nota-se, portanto, cada vez mais a importância de se pensar a economia ligada à cultura. Através da pesquisa bibliográfica, o objetivo deste capítulo é resgatar as definições de autores já consagrados na literatura acerca dos conceitos de: Economia da Cultura e Economia Cultura, Indústria Cultural e Indústria Criativa, Espaços e Territórios Criativos.

1.2 Economia da Cultura e Economia Criativa

Para a Economia da Cultura, o estudo de B.Baumol e W.Bowen (1966), foi pioneiro ao falar sobre a categoria teatral e os espetáculos ao vivo da Broadway, dando relevância ao trabalho do setor cultural. O que abriu caminho para que posteriormente e principalmente na década de 1970 surgissem outros estudos acerca da Economia da Cultura. Podemos destacar Lancaster (1991), Becker (1978) e Stigler (1961), que escreveram trabalhos a respeito dos gastos culturais através dos gostos e manias. Mas, sobretudo nos anos 1990, houve uma aceleração no que diz respeito à aproximação desses dois termos. Com a importância das discussões realizadas em diversos países acerca das questões culturais. Passou-se então, a perceber a relevância da economia nos processos de produção cultural, que para o Estado poderia servir como estratégia de política pública e para o setor privado, como forma de oferecer meios para as empresas financiarem projetos culturais. Reis (2006) destaca:

“Por outro lado, a economia da cultura se refere ao uso da lógica econômica e de sua metodologia no campo cultural. A economia passa assim a ser instrumental, emprestando seus alicerces de planejamento, eficiência, eficácia, estudo do comportamento humano e dos agentes do mercado para reforçar a coerência e a consecução dos objetivos traçados pela política pública.(...)” (REIS, 2006, p. 23)

Esses elementos contribuíram para que emergisse o conceito de Economia Criativa na Austrália em 1994, vista como estratégia de política pública e marcando a ideia de se pensar no desenvolvimento de forma mais sustentável. O projeto intitulado de “Creative Nation” tinha como objetivo a preservação do patrimônio cultural, além de incentivar o desenvolvimento de setores das novas tecnologias.

Posteriormente, em 1997 no Reino Unido, a ideia de Economia Criativa foi utilizada como resgate da bandeira criativa que o país ostentara no tempo dos Beatles, do pop e do design; e como estratégia diferencial para o parque manufatureiro britânico.

Outro marco importante nesse processo foi o relatório da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), em 2008, em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), que divide a Economia Criativa através de quatro núcleos: 1 patrimônio (material e imaterial); 2 artes (performáticas e visuais); 3 mídias e audiovisual, e 4 a criatividade aplicada. O relatório também destaca a importância da Economia Criativa para uma melhor qualidade de vida e para o desenvolvimento dos países.

No Brasil, a criação da Secretaria de Economia Criativa em 2012, pelo Ministério da Cultura, veio institucionalizar a importância do tema da Economia Criativa para o país. Que tinha por objetivo, pensar a cultura e a criatividade como elementos fundamentais na formulação de um projeto nacional de desenvolvimento. Dando importância à preservação e ampliação do patrimônio cultural através do processo criativo. Partindo de quatro elementos, o plano da SEC enfatiza a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social como princípios norteadores. Assim, a SEC define como setores criativos: “todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica.” (Ministério da Cultura, 2011, p. 22)

Resgatando uma definição mais ampla, o Ministério da Cultura destaca: A economia criativa pode ser considerada como um conjunto de atividades ou serviços culturais que possuem natureza tanto econômica quanto cultural. Assim, os setores criativos são as atividades produtivas que apresentam como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento este base na formação do preço e que irá resultar na produção de riqueza cultural e econômica. A categoria, portanto, abrange mais que apenas setores culturais ligados à produção artística. Compreende também outras atividades relacionadas às novas mídias, à nova formação da indústria de conteúdo, etc. (Ministério da Cultura, 2011).

Podemos perceber que a ideia de Economia Criativa vem cada vez mais tomando pauta das discussões mundiais, principalmente, ao se pensar em uma nova estratégia de desenvolvimento tornando-se como importantes fontes de riqueza e trabalho.

1.3 Indústria Cultural e Indústria Criativa

A indústria cultural baseia-se na existência de uma economia em que há uma sociedade que consome bens e produtos culturais. Segundo Teixeira Coelho (1993), a porta de entrada para entendermos a Indústria Cultural é relacioná-la com a ideia de “meios de comunicação de massa” e “cultura de massa”. Fenômenos estes, fruto do processo de industrialização:

“É esta, através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho humano, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral”. (TEIXEIRA COELHO, 1993, p. 6).

Ainda segundo o autor, a Indústria Cultural funciona dentro da lógica do capitalismo liberal e da economia de mercado. Em que os produtos - culturais - são feitos como a norma geral em vigor, industrialmente, para alcançar maior público consumidor, finalizando em troca por dinheiro.

Já pela definição da UNESCO (2006): o termo indústria cultural refere-se às indústrias que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos criativos que são intangíveis e de natureza cultural.

Neste momento, podemos destacar a menção aos “conteúdos criativos intangíveis”, que à posteriori serão tratados dentro da cadeia da Indústria Criativa. Conceito este, que muitos autores e instituições de referência incluem como subconjunto da Indústria Cultural. Segundo a FIRJAN (2016), a Indústria Criativa divide-se e qualifica-se como:

- **Indústria Criativa (núcleo):** é formada por atividades profissionais e/ou econômicas que utilizam as ideias como insumo principal para geração de valor.
- **Atividades Relacionadas:** constituída por profissionais e estabelecimentos que proveem bens e serviços à Indústria Criativa. Representadas, em grande parte, por indústrias e empresas de serviços, fornecedoras de materiais e demais elementos, considerados fundamentais para o funcionamento do núcleo criativo.
- **Apoio:** constituída por ofertantes de bens e serviços, de forma indireta, à Indústria Criativa.

(FIRJAN, 2019, p.8)

Observa-se através dessa divisão que a Indústria Criativa engloba inúmeros setores de produção, não só os artísticos, que se constituem como o núcleo - mas também aqueles bens e serviços que são ferramentas para a produção cultural.

De forma que facilite o entendimento da relação entre Indústria Cultural e Indústria Criativa, proponho aqui nesta pesquisa, a formulação de uma “linha do tempo”, com alguns marcos percorridos pela história:

- **1947-** Theodor Adorno e Max Horkheimer - mencionam pela primeira vez o termo Indústria Cultural, no qual criticam o processo de massificação e mercantilização da arte.
- **1978-** Augustin Girard - Há “indústria cultural toda vez que a representação de uma obra é transmitida ou reproduzida por técnicas industriais” (Ministério da Cultura, 2011, p. 88 apud Girard, 1978).
- **1979-** Golding - “a indústria cultural é a invasão do campo cultural pelo modo de produção capitalista”. (Ministério da Cultura, 2011, p. 88 apud Golding, 1979)
- **1980-** O Greater London Council começou a utilizar o termo indústrias culturais para englobar atividades culturais que operavam como atividades comerciais.
- **1982-** UNESCO - Existe indústria cultural quando os bens e serviços culturais se produzem, reproduzem, conservam e difundem segundo critérios industriais e comerciais.
- **1987-** Evrard- “Os bens culturais são, do ponto de vista da indústria cultural, os produtos do processo de criação artística, assim como os suportes necessários para sua difusão.” (Ministério da Cultura, 2011, p. 88 apud Evrard, 1987)
- **1993 -** Saravia - A indústria cultural é a essência que se constitui em três dinâmicas: o ato de criação, o suporte tecnológico para sua difusão e o seu lançamento no mercado. (Ministério da Cultura, 2011, p. 88 apud Saravia, 1993)
- **1997-** O Ministério da Cultura Britânico define como atividades da indústria criativa: do conceito de indústria criativa: a propaganda, a arquitetura, o mercado de arte e antiguidades, os artesanatos, design, design de moda, filme e vídeo, software de lazer interativo, música, artes cênicas, publicações, software e jogos de computador, televisão e rádio.
- **2004-** Relatório da UNCTAD - Conceito de Indústrias Criativas é usado para representar um cluster de atividades que têm criatividade como um componente essencial, estão diretamente inseridas no processo industrial e sujeitas à proteção de direitos autorais. São “os

ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários” (Secretaria da Economia Criativa/Minc, 2012, p. 8).

- **2008**- FIRJAN- lança estudo pioneiro “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”.
- **2014** - FIRJAN- Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil manteve o olhar sobre a produção e sobre os profissionais e fez retrospectiva de 10 anos de Indústria Criativa no país estruturando os 13 segmentos criativos em quatro grandes áreas.

A FIRJAN, desde 2014, tem realizado o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, que aponta dados importantíssimos para a valorização dos setores criativos como fonte de renda e melhoria na qualidade de vida do país. Como por exemplo, a participação do PIB Criativo para o PIB brasileiro, que subiu de 2,56% para 2,64% de 2013 a 2015. Além também, dos dados acerca do mercado de trabalho da Indústria Criativa, composto por 851,2 mil profissionais formais em 2015.

1.4 Espaços e Territórios Criativos

Com a tomada e a relevância da Indústria Criativa fez-se presente o surgimento de um novo termo, o qual traz à tona o pensar e refletir sobre o espaço/território em que estão inseridas essas indústrias, “as Cidades Criativas”. Como escreveu Cláudia Leitão, no lançamento do Plano da Secretaria de Economia Criativa:

“(…) esse desenvolvimento se fundamentaria na valorização das éticas e das expressões culturais locais, necessárias à consolidação de práticas cooperativas, ao crescimento da confiança entre indivíduos e grupos, além da proteção ao patrimônio cultural e ambiental dos territórios envolvidos.” (Ministério da Cultura, 2011, p. 14)

Nesse sentido, podemos entender que a Economia Criativa poderá gerar um desenvolvimento mais sustentável para território, em que sejam valorizadas as expressões artístico-culturais locais. Por isso a importância de se pensar, a partir da perspectiva do território em que a criatividade se desenvolve, seja ela por meio de bairros, cidades, ou aglomerações. No presente item deste capítulo, procuro trazer definições de diferentes autores e instituições, que servirão como subsídios para hierarquização dos chamados “territórios criativos”.

Para o Plano Nacional de Cultura (2010), “territórios criativos são bairros, cidades ou regiões que apresentam potenciais culturais criativos capazes de promover o desenvolvimento integral e sustentável, aliando preservação e promoção de seus valores culturais e ambientais.” (Plano Nacional de Cultura – Meta 08, 2010).

Para os autores Lisiane Quadrado Closs, Sidinei Rocha de Oliveira, Patrícia Rodrigues de Azevedo, Christian Tirelli, o território criativo constitui-se como:

“(...) ao espaço ocupado por manifestações criativas materiais e simbólicas que integra pessoas que vivem como residentes, comerciantes, produtores, consumidores ou frequentadores que se ligam ao lugar pelo elo afetivo estabelecido no decorrer de sua trajetória de vida. Para tanto, considera-se para compreensão deste território: a história das manifestações criativas, como surgem e se alteram ao longo do tempo; a relação estabelecida entre aspectos sociais, culturais e econômicos no direcionamento das manifestações criativas daquele espaço; a diversidade de criatividade apresentadas pelos integrantes deste lugar; a relação de continuidades e descontinuidades estabelecidas entre estas formas criativas e os contextos nacional e internacional.” (CLOSS, OLIVEIRA, AZEVEDO, TIRELLI, 2014, p. 13)

Para o projeto Prospecção e Capacitação em Territórios Criativos: desenvolvimento de potenciais comunitários a partir das práticas culturais nos territórios Cariri (CE), Madureira, Quilombo Machadinho e Paraty (RJ), territórios criativos definem-se:

“A partir dos seus agenciamentos, podemos reconhecer que esses territórios “criativos” se definem, com mais propriedade, como “territórios expressivos”, ou seja, como espaços e/ou configurações, sempre em recomposição, que se estabelecem a partir das forças e ressonâncias que neles operam ou incidem.” (Ministério da Cultura, 2017).

Podemos entender o território criativo como uma categoria mais ampla e genérica da Economia Criativa. E que através deste surgem outras subcategorias, cada qual com suas especificidades e graus de formação e desenvolvimento.

1.4.1 Cidades criativas

Para Florida (2003) a Cidade Criativa define-se como “(...) uma cidade com elevada presença ou capacidade de atrair a Classe Criativa” (CLOSS, OLIVEIRA, AZEVEDO, TIRELLI, 2014, p. 3 apud FLORIDA, 2003).

Martinell (2003) apresenta quatro elementos que servirão como subsídios para o desenvolvimento de Cidades Criativas:

“O primeiro elemento é entender a cidade como espaço de criatividade transferível, de liberdade criativa. Um espaço de troca entre o cidadão e o de fora, o habitante e o imigrante, o que tem papéis e o que não tem. O segundo elemento: atuar sobre os nós da informação. Converter as cidades em grandes nós de informação, em produtoras e receptoras de informação e de notícias do mundo e para o mundo. O terceiro é o trabalho em rede, entender a cidade em rede, para encontrar e aproveitar as experiências alheias. O quarto elemento já é mais difícil de explicar a utilização da cidade como um laboratório para experiências de coesão social, como um lugar de testes para a coesão social.” (LIMA, 2013, p. 5 apud MARTINELL, 2003, p. 103).

Pratt (2008) também vai entender que, para uma cidade ser criativa, ela precisa trabalhar em rede “não pode ser fundada como uma catedral no deserto: ela necessita estar ligada e ser parte de um ambiente cultural existente. Necessitamos apreciar interdependências complexas, e não simplesmente usar uma para explorar a outra” (CLOSS, OLIVEIRA, AZEVEDO, TIRELLI, 2014 apud PRATT, 2008, p.35).

Já Pareja-Eastway (2010) identificou as principais características para o desenvolvimento da Economia Criativa em determinado local: “qualidades pessoais, vontade e liderança, diversidade humana e acesso a talento variado, cultura organizativa, identidade local, espaços urbanos e equipamentos, bem como dinâmicas de redes” (CLOSS e OLIVEIRA, 2018, p. 214 apud PAREJA-EASTWAY).

Jakob (2010) esboça algumas ideias para que as políticas públicas para as Cidades Criativas possam avançar:

“desenvolver a educação artística, levar artistas para as escolas, organizar workshops criativos públicos para a transferência de conhecimentos e para propiciar que residentes

excluídos possam integrar uma comunidade artística, bem como aprender novas habilidades”. (CLOSS, OLIVEIRA, AZEVEDO, TIRELLI, 2014, p. 5 apud JAKOB, 2010)

Para Campos e Pitombo (2010) “as cidades, entendidas aqui como lócus onde se desenvolve uma complexa trama de relações sociais desiguais, constituem-se em terreno fértil para o desabrochar dos processos criativos humanos e de experiências de coesão social singulares”. (LIMA, 2013, p. 5 apud CAMPOS e PITOMBO, 2010, p. 35)

Para Landry (2011), 10 elementos são base para a identificação das Cidades Criativas:

“1) contexto político e público; 2) distinção, diversidade, vitalidade e expressão; 3) abertura, confiança, tolerância e acessibilidade; 4) empreendedorismo, exploração e inovação; 5) liderança estratégica, agilidade e visão; 6) talento e perspectiva de aprendizagem; 7) comunicação, conectividade e redes; 8) o lugar e o placemaking (relacionado ao planejamento, desenho e gestão do espaço público); 9) habitabilidade e bem estar; 10) profissionalismo e efetividade”. (CLOSS e OLIVEIRA, 2018, p. 213 apud LANDRY, 2011).

Comunian (2011) afirma que “A aceção do conceito de Indústrias Criativas implicou em uma interpretação da Cidade Criativa como um local que concentra e apoia Indústrias Criativas”. (CLOSS e OLIVEIRA, 2018, p. 213 apud COMUNIAN, 2011).

Para Borén e Young (2013) as Cidades Criativas estão relacionadas a “apreciação de formas de criatividade que apresentem caráter local ou regional; a utilização de índices que associam criatividade com habitabilidade e sustentabilidade; a abordagem de questões relativas à igualdade”. (CLOSS e OLIVEIRA, 2018, p. 215 apud BORÉN e YOUNG, 2013).

Ana Carla Fonseca afirma:

“Para entendermos a criatividade no território urbano, é preciso antes de tudo salientar que a cidade é um ser vivo. Geograficamente localizado, fisicamente assentado em um traçado viário, administrativamente autônomo mas, acima de tudo, em constante mutação. Afinal, a cidade é formada por pessoas e suas relações físicas, sociais, culturais e econômicas”. (REIS, p. 1)

Para a Agenda 21:

“Cidades e os espaços locais são um marco privilegiado da elaboração cultural em constante evolução e constituem os âmbitos da diversidade criativa, onde a perspectiva do encontro de tudo aquilo que é diferente (procedências, visões, idades, gêneros, etnias e classes sociais) faz possível o desenvolvimento humano integral. O diálogo entre identidade e diversidade, indivíduo e coletividade, revela-se como a ferramenta necessária para garantir tanto uma cidadania cultural planetária como a sobrevivência da diversidade linguística e o desenvolvimento das culturas”. (LIMA, 2013, p. 5 apud AGENDA 21, Princípio 7).

Torna-se de suma relevância para esta pesquisa as diversas abordagens dos autores acima mencionados, cada qual com seu ponto de vista em diferentes períodos da história. A partir de 1995, Landry e Bianchini, já escreveram a respeito deste conceito de Cidades Criativas relacionando-os ao contexto de desenvolvimento urbano da Inglaterra. Alguns autores apresentaram as características dessas Cidades e destacaram os elementos que serviram de subsídios para o desenvolvimento da criatividade nesses territórios como a sustentabilidade, o trabalho em rede, o caráter social desses espaços, etc. Já outros autores relacionam as Cidades Criativas com a formação das Indústrias Criativas e a capacidade de atrair a Classe Criativa.

1.4.2 Polos criativos

Para Lima (2013) Polos Criativos constituem-se em “espaços de convivência urbana que possuem uma dinamização funcional, reunindo em sua geografia distintos grupos e pessoas com uma identidade cultural singular, com a realização de variadas atividades de dimensões simbólicas”. (LIMA, 2013, p. 6).

Lima (2013) também destaca alguns elementos para implantação e identificação de territórios criativos.

Estímulo e/ou implantação de Polos Criativos no Brasil:

- a) Iniciativa da Sociedade Civil- característica cultural como fator chave de identidade, construção de um ambiente coletivo.
- b) Iniciativa do Poder Público- estratégia de desenvolvimento local.

Identificadores de território criativo (campos de atuação):

- a) Campo da economia e da gestão: desenvolvimento da atividade econômica local, convergências de atuação, concentração setorial de iniciativas, adensamento empresarial.
- b) Campo da identidade e da cultura: construção da imagem coletiva, valor agregado intangível.
- c) Campo das relações sociais: formas de governança próprias, desenvolvimento de tecnologias, sustentabilidade ambiental e social.

Segundo a Secretaria de Economia Criativa, SEC (2011): “O conjunto de empreendimentos criativos geograficamente próximos e circunscritos a um território de pequena dimensão” (Ministério da Cultura, 2011, p.66), cabendo-nos neste documento buscar uma melhor percepção do que sejam estes aglomeramentos, principalmente a partir dos conceitos e das práticas já estabelecidas junto aos Arranjos Produtivos Locais (APLs) e, ainda como podemos em uma primeira visão, identificá-los com o intuito de potencializar as iniciativas já existentes, bem como auxiliar na implantação de novas experiências no território nacional.

CAPÍTULO 2: PRINCIPAIS POLÍTICAS PÚBLICAS E O PROGRAMA CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO

Procuro aqui neste capítulo, explicitar algumas experiências sobre Economia Criativa no Estado do Rio de Janeiro, trazendo dados que possam comprovar o seu potencial para o desenvolvimento do Estado. O critério de seleção foi buscar pesquisas de instituições já consagradas, de renome nacional e internacional. Para tanto foram selecionados: O Observatório de Economia Criativa (OBEC) no Rio de Janeiro; O Mapeamento das Indústrias Criativas realizado pela FIRJAN e a experiência do Rio Criativo. Por fim, e mais especificamente, falaremos sobre a Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

2.1 Observatório da Economia Criativa no Rio de Janeiro (OBEC-RJ)

O Observatório Brasileiro da Economia Criativa foi criado em 2012 sob a gestão de Ana e Holanda na Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura. O objetivo do projeto é de promover a pesquisa e a difusão de informações qualitativas e quantitativas sobre a Economia Criativa no Brasil. Através da criação de Redes estaduais dos Observatórios, também chamados de OBEC's, foram realizadas parcerias com a iniciativa privada e com universidades públicas, que têm papel fundamental nesse processo.

Em 2014, é inaugurado o Observatório da Economia Criativa no Rio de Janeiro (OBEC-RJ) e é uma parceria da Universidade Federal Fluminense com o Ministério da Cultura. Sob a coordenação do professor Mário Pragmácio, o OBEC-RJ, teve suas pesquisas voltadas para três eixos: economia dos processos e práticas culturais; direitos culturais e políticos; e territorialidade, arranjos expressivos e práticas sociais. A cerimônia oficial de lançamento do Observatório da Economia Criativa no Estado do Rio de Janeiro aconteceu no dia 28 de maio de 2015, na Sala Interartes do Instituto de Artes e Comunicação Social da UFF e contou com a presença do então Vice-reitor da UFF, Sidney Luiz de Matos Mello; do Secretário da Economia Criativa do MinC, Marcos André Carvalho; do Diretor do IACS, Leonardo Caravana Guelman e do Coordenador do OBEC/RJ, Mário Ferreira de Pragmácio Telles além de professores e alunos do instituto. Neste mesmo ano, é realizada uma chamada pública para Seleção de Projetos de Pesquisadores Docentes para o OBEC-RJ. É importante destacar que o objetivo deste edital foi de contribuir para o desenvolvimento da pesquisa científica sobre Economia Criativa na região fluminense e as

propostas deveriam se enquadrar em um dos três eixos acima citados. Sendo assim, dois projetos são aprovados neste processo: A Proteção ao Trabalhador da Cultura no Rio de Janeiro: uma leitura sobre efetividade das políticas culturais e seus aspectos contraditórios de Alexandre Hees de Negreiros e o projeto Bases Conceituais para o estabelecimento de metodologias para identificação e diagnóstico de territórios criativos de Frederico Lustosa da Costa.

Em setembro de 2014 é realizado o II Seminário Interno OBEC-RJ que reuniu agentes do Ministério da Cultura, pesquisadores, professores e alunos do IACS, com o objetivo de debater e apresentar pesquisas que vêm sendo elaboradas na área da Economia Criativa no Rio de Janeiro. Em novembro do mesmo ano, é criado o I Seminário de interiorização das ações do OBEC-RJ, realizado no Polo Universitário de Rio das Ostras da UFF. Também com o objetivo de fomentar a discussão sobre a Economia Criativa, mas dessa vez, levando o debate para outros campi, descentralizando o debate e o acesso à informação.

Outra chamada pública também fora realizada em 2014, desta vez, com o intuito de atrair os discentes para participar do projeto do OBEC-RJ. E no ano de 2015, o Observatório já contava com a participação de 20 pesquisadores. Segundo Pragmácio, “o Rio de Janeiro é um estado onde o mercado da cultura é grande, mas não há muitos dados sobre ele. - É necessário produzir dados e conhecimentos a fim de desenvolver melhor o conceito de Economia Criativa.” (O Globo, 2015).

No final do ano de 2015, é lançada a primeira publicação resultado das pesquisas que vinham sido desenvolvidas pelo OBEC-RJ. Intitulado Dimensões Econômicas da Cultura- Experiências no campo da Economia Criativa no Rio de Janeiro, o livro contou com a coordenação da professora Flávia Lages e do professor Mário de Pragmácio e da pesquisa de mais 12 autores, além dos coordenadores. A publicação foi dividida em 7 capítulos: Bases teóricas e metodológicas para identificação, mapeamento e planejamento de territórios criativos; O Porto Maravilha e a ênfase cultural dos novos projetos urbanos; Sustentabilidade das manifestações tradicionais e o ethos devocional: aproximações com as Folias de Reis na Baixada Fluminense; Cultura, território e economia – estudos do Caminho Niemeyer em Niterói/RJ; Direitos culturais e política: as relações entre economia criativa e patrimônio cultural imaterial a partir do caso da Rede Fitovida; “O abre alas, que eu quero passar”: Contribuições para Pensar a Economia da

Festa através do Carnaval dos Blocos de Rua na Cidade do Rio de Janeiro; Festivais Audiovisuais Fluminenses - Um mapeamento do setor.

Atualmente sem verba para sua manutenção o Observatório da Economia Criativa-RJ encontra-se desativado. As últimas ações a que se tem notícia foram no ano de 2017, em que foram realizadas uma Série de Entrevistas Abertas na Sala Interartes e o Colóquios em Gestão da Cultura. No entanto, enquanto esteve ativo, o projeto cumpriu com o objetivo de fomentar o debate e a pesquisa sobre Economia Criativa no Rio de Janeiro. Tema este, ainda pouco estudado no Brasil, mas que vêm demonstrando grau de relevância na economia do país.

2.2 Mapeamento das Indústrias Criativas- FIRJAN

No ano de 2008, a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, lança um estudo pioneiro no país o: Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil. Desde então, essa pesquisa vêm sendo realizada a cada dois anos e nos traz importantes dados sobre o desenvolvimento da Economia Criativa brasileira. Utilizando como base informações oficiais divulgadas pelo Ministério do Trabalho, o setor é abordado sob a ótica de dois eixos: áreas de atuação do profissional criativo e o valor de produção gerado pelos estabelecimentos criativos. Como já explicitado neste capítulo, a FIRJAN, qualifica a Indústria Criativa através de:

a) Indústria Criativa (núcleo)

Consumo- publicidade, arquitetura e design; **Cultura**-expressões, patrimônio, música, artes cênicas; **Mídias**-editorial, audiovisual; **Tecnologia**-P&D, biotecnologia ,TIC.

b) Atividades Relacionadas e de Apoio

Serviços e Indústrias.

c) Apoio

Construção civil; Indústria e varejo de insumos, ferramentas e maquinário; tecelagem; capacitação técnica; telecomunicações; representação comercial; comércio; reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos; serviços de tradução e agenciamento de direitos autorais.

Considera-se para esta pesquisa o último Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil divulgado em fevereiro de 2019. Segundo a FIRJAN:

Viabilizando novos processos produtivos, buscando novos mercados e promovendo a eficiência, a Economia Criativa renova a capacidade estratégica das empresas. A conquista de mais espaço implica a existência de mais empresas com foco em inovação e a maior demanda por trabalhadores criativos, além do incremento de uma rede secundária de atividades de manutenção (FIRJAN, 2019, p.10).

O Mapeamento também revela que apesar da importância que os setores criativos vêm tendo na economia nacional, o cenário de reorganização da economia do país acarretou em uma estabilização, com pequenas oscilações, da participação da cadeia criativa no PIB brasileiro. Se em 2015, a indústria criativa representava 2,64% do PIB nacional, em 2017 há uma baixa nesses dados, representando 2,61%. Contudo, a pesquisa também demonstra que, o PIB Criativo, gerou para a economia brasileira o total de R\$171,5 bilhões, valores estes bem significativos.

Realizando o recorte pertinente para o presente estudo traremos aqui os dados referentes ao Estado do Rio de Janeiro, demonstrados pela FIRJAN em 2019. Segundo a pesquisa, o RJ obtém a segunda maior participação do PIB Criativo do país com 3,8%. Comparado ao demonstrativo de 2015, há algumas baixas do setor em alguns gráficos como, por exemplo, nos dados referentes aos Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Consumo por UF no qual houve uma variação de -15,9% referente à porcentagem de empregos e -4,5% da média salarial. Outro dado que revelou uma baixa oscilação foi o de Distribuição dos Empregados Formais da Área Criativa de Mídias por UF, que fechou o ano de 2017 com -8,2% de empregos. No entanto, houve uma alta significativa da média salarial da área, de 8,7%.

Apesar dos dados demonstrarem algumas oscilações negativas da área criativa no Estado se comparadas ao ano de 2015, é importante ressaltar que o Rio do Janeiro apresenta números bem significativos indicados pelo Mapeamento comparados às outras UF's. Destacamos aqui que o Estado apresenta a maior Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos do país, com a média de R\$10.667,00 e a maior Participação dos Profissionais de Tecnologia na Indústria Criativa dos Estados com 44,9%.

Por fim, o Mapeamento da Indústria Criativa da FIRJAN indica o Número de Profissionais Criativos por Segmentos e Unidade da Federação e a Remuneração Média Mensal da Classe

Criativa por Segmento e Unidade da Federação. Destaque para as Classes de Pesquisa e Desenvolvimento e Publicidade e Marketing, que detêm o segundo maior número de empregos do país com 25.782 e 15.429, respectivamente. Já no que diz respeito à Remuneração desses profissionais, a classe de Pesquisa e Desenvolvimento no Rio de Janeiro representa a maior média salarial deste setor no país, com R\$18.134,00. Já a segunda maior média salarial do Estado pertence às Artes Cênicas com R\$11.362,00 e disparada a maior média salarial deste setor no Brasil

Foi de suma importância para o desenvolvimento deste estudo analisar o Mapeamento da Indústria Criativa realizado pela FIRJAN, no qual são apresentados dados quantitativos muito pertinentes para a pesquisa da área da Economia Criativa no país. Concluímos que, apesar do cenário de crise que o Estado vem enfrentando a Classe Criativa vêm tomando destaque na economia e como locus de desenvolvimento territorial. A Economia Criativa tem grande potencial como válvula de escape à conjuntura atual do Estado, se for bem conduzida pelas políticas e pela gestão pública.

2.3 Rio Criativo

A criação da incubadora Rio Criativo provém de ações realizadas em 2008, pela Secretaria de Estado de Cultura/SEC-RJ, através do Escritório de Apoio à Produção Cultural que tiveram destaque no Estado como, a capacitação de agentes para a Rede de Pontos de Cultura e uso da Lei de Incentivo à Cultura e que acaba culminando em 2010, na criação da Coordenadoria de Economia Criativa e do Rio Criativo. Neste ano, 2019, a Secretaria expande sua atuação transformando-se em Secretaria do Estado de Cultura e Economia Criativa, constituindo o projeto RJ Criativo. O objetivo da incubadora é promover um espaço de formação, difusão e inovação fomentando a economia e o empreendedorismo no Estado. Em sua missão, o Rio Criativo, coloca a cultura e a criatividade como eixos centrais para desenvolvimento social e econômico local.

A incubadora realiza suas ações através de dois eixos de atuação:

- a) Empreendedorismo e Inovação: este eixo abriga os processos de coworking, processo de incubação e rede rj criativo. Os empreendimentos que participarão desses processos são selecionados através de editais e recebem auxílio para sua qualificação. Por meio de consultorias,

workshops, palestras e da dinâmica de trabalho em rede, a incubação promove o fortalecimento da gestão e impactos econômicos e sociais positivos.

b) Educação e Conhecimento: o foco deste eixo de atuação é promover a formação em empreendedorismo, inovação e gestão através de cursos e consultorias percorrendo diferentes cidades do Estado do Rio de Janeiro.

O site do Rio Criativo também disponibiliza uma série de conteúdos gratuitos como Oficinas de Branding, Inovação, Gestão de Projetos, além de webclass e palestras com temas relativos à Economia Criativa.

Podemos perceber que o Estado vêm dando destaque a área da Economia Criativa e que as políticas culturais têm sido voltadas para este setor. Com a mudança para Secretaria do Estado de Cultura e Economia Criativa e a circulação do RJ Criativo, promovendo palestras, debates e fomento aos setores criativos do Estado, a Economia Criativa vêm tendo cada vez mais relevância no desenvolvimento territorial.

2.4 A Rede de Cidades Criativas da UNESCO

A Rede de Cidades Criativas foi criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2004. Por meio de uma de suas agendas, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). E tem por princípio promover uma rede de cooperação internacional entre as cidades que entendem a criatividade como potência para o desenvolvimento urbano sustentável. Dentre seus objetivos principais, as cidades assumem o papel de elaboração de um plano de desenvolvimento local em que estejam inseridas as Indústrias Culturais e Criativas de forma central. Além da cooperação internacional com outras cidades da Rede.

A seleção das cidades para ingressar na Rede acontece a cada dois anos. E as cidades devem apresentar um dossiê contemplando o setor criativo que lhe representa. São eles: a gastronomia, o design, o artesanato & as artes folclóricas, música, cinema, artes de mídia, literatura. A Rede de Cidades Criativas já conta com 246 cidades espalhadas em diversos países, em sete áreas criativas. No Brasil, dez cidades já compõe a Rede através de cinco categorias: Curitiba (PR) e

Brasília (DF), no design; Paraty (RJ), Belém (PA) e Florianópolis (SC), na gastronomia; João Pessoa (PB), no artesanato & artes folclóricas; Salvador (BA), na música; Santos (SP), no cinema; Belo Horizonte (BH), na gastronomia e Fortaleza (CE), no design.

A cada quatro anos, as cidades que receberem a chancela, devem apresentar à UNESCO um Relatório de Monitoramento, de acordo com a instituição, os objetivos são:

- Demonstrar seu compromisso inabalável com a implementação da Declaração de Missão da UCCN tanto em nível local quanto internacional;
- Renovar seu engajamento com a apresentação de um plano de ação para os próximos quatro anos;
- Obtenha informações sobre o impacto das designações; e
- Incentivar o desenvolvimento de pesquisas e estudos de caso sobre os conceitos e experiências das cidades criativas. (UNESCO)

Além da apresentação do Relatório de Monitoramento, a UNESCO também promove as Conferências Anuais da Rede de Cidades Criativas. É escolhida uma cidade para sediar o evento e recomenda-se a participação de todas as cidades da Rede. Os objetivos desses encontros constituem-se em promover um diálogo entre as cidades, onde as mesmas poderão trocar informações e dados das ações que vêm sendo realizadas, assim como formular novos projetos e estratégias. Ao todo já foram realizadas 13 Conferências, sendo elas em Paris (França, Sede da UNESCO) em 2008, Santa Fé (Estados Unidos da América) em 2008, Lyon (França) em 2009, Shenzhen (República Popular da China) em 2010, Seul (República da Coreia) em 2011, Montreal (Canadá) em 2012, Bolonha (Itália) em 2013, Chengdu (República Popular da China) em 2014, Kanazawa (Japão) em 2015, Östersund (Suécia) em 2016, Enghien-les-Bains (França) em 2017, Cracóvia e Katowice (Polônia) em 2018 e Fabriano (Itália) em 2019.

Através de um estudo de caso realizado no município de Paraty, integrante da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, analisaremos, no próximo capítulo, quais os impactos a chancela pode trazer para o território que a recebe. Assim como, entender, na prática, quais ações são realizadas, como fora o processo de candidatura e quais obrigações a cidade deve cumprir para manutenção do título, entre outros assuntos.

CAPÍTULO 3: PARATY CIDADE CRIATIVA PELA GASTRONOMIA

A fim de realizar o recorte necessário para esta pesquisa, examinamos o caso do município de Paraty, localizado no Estado do Rio de Janeiro que recebeu a chancela de Cidade Criativa da UNESCO pela gastronomia. Através da análise do Dossiê apresentado, das ações no município e dos encontros com a Rede, procuramos entender como a criatividade pode ser elemento propulsor do desenvolvimento sustentável local.

Figura 1 – Paraty Cidade Criativa da Gastronomia



Fonte: arquivo pessoal da autora

Além de pesquisa bibliográfica, também foi realizada uma pesquisa de campo, no período de um mês, em janeiro de 2021, no próprio município de Paraty. Com o objetivo de ouvir os agentes locais que compõem o território, foram realizadas 10 entrevistas, sendo elas, 4 com produtores rurais, 1 com agente governamental, 3 com chefs de cozinha e 2 agentes culturais, as quais apresentaremos mais adiante.

No dia 31 de outubro de 2017, o município de Paraty, localizado no Sul Fluminense do Estado do Rio de Janeiro passou a integrar a Rede de Cidades Criativas da UNESCO sob o eixo da gastronomia. Nos documentos analisados é ressaltada a importância deste setor, no que diz respeito ao seu aspecto histórico e cultural da cidade. A gastronomia local tem sido desenvolvida de forma constante nos últimos 15 anos de forma dinâmica e inovadora, mas ainda sim, conservando seus aspectos tradicionais das influências da cultura indígena, europeia e africana.

Cito aqui alguns exemplos como, a utilização de receitas antigas passadas de geração em geração com produtos regionais. A produção da cachaça nos alambiques que, desde o século XIX, é um dos principais produtos locais. A manutenção de festejos tradicionais como o típico almoço da Festa do Divino, Patrimônio Cultural Nacional. Além disso, alguns projetos tem tido bastante destaque como, a Folia Gastronômica, que movimenta o turismo cultural da cidade. A Escola de Comer, programa que qualifica a merenda escolar atendendo cerca de 6.000 alunos da rede de educação pública. Nesse projeto, é incentivada a utilização de produtos orgânicos e locais provindos do cultivo da agricultura familiar.

A Secretaria de Cultura de Paraty também apresentou nos documentos um Plano de Ação para o ano de 2019/2020, no qual prevê diversas atividades e parcerias que vêm sendo implementadas ao longo deste ano. Como um programa de desenvolvimento de formação e qualificação profissional em parceria com o SEBRAE, o fomento à criatividade integrando o design, o marketing e a gastronomia. Criação de Circuitos Gastronômicos, percorrendo diversos bairros da cidade; Promoção do turismo de base comunitária; Introdução de cardápios sustentáveis e certificados nos restaurantes; Participação de agentes culturais da cidade em eventos internacionais, levando a culinária paratiense. Destaque também para a ação que prevê o mapeamento de produtores locais e a formação/qualificação de jovens das escolas públicas da cidade.

Tendo em vista que no trabalho já realizado na primeira etapa desta pesquisa foram realizadas aproximações conceituais de termos como: Territórios Criativos, Polos Criativos, Cidades Criativas entre outros, e nele, buscamos reunir estudos de diversos autores sobre o tema. Elaboramos aqui para esta segunda etapa um conjunto de elementos que caracterizam uma Cidade Criativa, utilizando o caso do município de Paraty-RJ e tendo como referência os autores explicitados na primeira etapa.

3.1 Elementos de identificação e desenvolvimento de uma Cidade Criativa:

1) Contexto histórico-cultural e identitário:

Paraty é conhecida mundialmente pela sua riqueza natural, cultural e artística. A cidade possui alguns títulos que reconhecem a sua importância histórica e cultural. Em 1958, foi tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) pelo seu conjunto arquitetônico e

paisagístico e alguns anos depois (1974), um novo tombamento inclui o entorno desse conjunto. Paraty também recebe, no ano de 2017, o título de Cidade Criativa pela Gastronomia da UNESCO e em julho de 2019, se torna Patrimônio Mundial da UNESCO, pela cultura e biodiversidade. A diversidade cultural presente na cidade constitui-se como elemento característico de sua identidade trazendo traços da cultura europeia, indígena e africana e é parte fundamental das ações e articulações do território.

2) Presença da Classe Criativa:

Retomando o conceito de Florida (2003) “A Cidade Criativa pode ser entendida como uma cidade com elevada presença ou capacidade de atrair a Classe Criativa”. (CLOSS, OLIVEIRA, AZEVEDO, TIRELLI, 2014, p. 3 apud FLORIDA, 2003). Paraty é uma cidade que reúne diversos artistas e profissionais da Classe Criativa, músicos, artistas plásticos, fotógrafos, atores, designers, arquitetos, publicitários e etc., sendo estas pessoas nativas da cidade como também, provindos de outras cidades e até mesmo de outros países, e que se sentem atraídos pelo seu contexto cultural. Sob a chancela da UNESCO de Cidade Criativa pela gastronomia, a gestão municipal tem ressaltado a importância da Classe Criativa deste setor promovendo subsídios para o desenvolvimento do mesmo.

3) Espaço para liberdade criativa:

Relembrando Martinell (2003) escreve: “O primeiro elemento é entender a cidade como espaço de criatividade transferível, de liberdade criativa. Um espaço de troca entre o cidadão e o de fora, o habitante e o imigrante, o que tem papéis e o que não tem.” (LIMA, 2013, p. 5 apud MARTINELL, 2003, p. 103). Após uma análise do Relatório de Atividades de 2018, apresentado pela Secretaria de Cultura de Paraty à UNESCO e à população paratiense, podemos destacar a importância da criatividade nos festejos tradicionais que promovem o intercâmbio cultural e a liberdade criativa. Como por exemplo, no almoço da Festa do Divino Espírito Santo, o Festival do Camarão, a Folia Gastronômica, a Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP) entre outros.

4) Comunicação e trabalho em rede:

O trabalho em rede, nos arriscamos a dizer, é um dos elementos mais citados pelos autores que buscam caracterizar um território criativo. E essa dinâmica de rede deve ser estabelecida no âmbito local, promovendo um intercâmbio entre agentes do próprio município. E também, numa escala ainda maior, promovendo a articulação de agentes de outras redes e um ambiente de trocas de experiências. No caso de Paraty, podemos perceber que essa dinâmica vem sendo trabalhada no território.

a) Articulação local: Circuito Gastronômico da OFF FLIP, Roteiro da Folia Gastronômica, Circuito Gastronômico de Yemanjá, Palestra Cidades Criativas realizada no Cinema da Praça, a criação do Mapa do Gosto que promoveu o mapeamento de produtores locais.

b) Articulação extra-local: Encontro Internacional de Cidades Criativas na Cracóvia-Polônia, Festival Internacional de Gastronomia de Parma-Itália, Representação Paraty Cidade Criativa em Gaziantep-Turquia, I Encontro Nacional de Cidades Criativas em João Pessoa-Paraíba, Mesa Redonda de Cidades Criativas em São Paulo, Encontro de Cidades Criativas: Turismo e Gastronomia em Belo Horizonte-BH, Feira Internacional de Economia Criativa de João Pessoa-PB, 15º Festival de Gastronomia e Turismo de Cheng Du e Fórum Internacional de Gastronomia em Macau-China.

5) Formação e qualificação:

Em parceria institucional com o SEBRAE a cidade vem promovendo ações de qualificação como: Palestra Boas Práticas de higiene e manipulação de alimentos, Oficina de Produção Rural, 2º Fórum Gastronômico SEBRAE na Mesa. O Plano de Ações para 2019-2020 prevê ainda um programa de formação para jovens estudantes da rede pública com chefs, professores e detentores do saber. Manutenção do projeto Escola de Comer, que oferece qualificação da merenda escolar da rede pública.

6) Empreendedorismo e inovação:

Utilização da marca Paraty Cidade Criativa da UNESCO em adesivos, cardápios, embalagens, aventais etc. Realização do evento Paraty Cidade Criativa como desenvolvimento dos negócios locais com debates sobre gestão financeira e desenvolvimento empresarial.

7) Economia sustentável:

A sustentabilidade é um dos elementos norteadores das ações que vem sendo promovidas pela gestão que tem como referência a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da UNESCO. Podemos citar algumas atividades que já vem sendo realizadas como a Feira da Agricultura Familiar e economia criativa em Paraty, valorizando o trabalho do produtor local e a inauguração do Mercado Municipal do Peixe no bairro da Ilha das Cobras e o incentivo ao consumo de produtos orgânicos.

Figura 2 – Feira da Agricultura Familiar



Fonte: arquivo pessoal da autora

Para realização desta pesquisa utilizamos como fonte de dados o Dossiê Paraty Cidade Criativa da Gastronomia, o Relatório de Atividades 2018, o Plano de Ação 2019-2020 e o Release Paraty Cidade Criativa da Gastronomia, todos disponibilizados pela Secretaria de Cultura de Paraty. A fim de trazer um caráter mais objetivo para esta pesquisa, elencamos 7 elementos que

caracterizam uma cidade como criativa, utilizando como referência autores consagrados da literatura da área e a chancela de Paraty como Cidade Criativa da UNESCO. Listamos todas as ações que vem sendo articuladas no território que promovem a criatividade como agente propulsor do desenvolvimento local sob os eixos: contexto histórico-cultural e identitário; presença da classe criativa; espaço para liberdade criativa; comunicação e trabalho em rede; formação e qualificação; empreendedorismo e inovação; economia sustentável.

3.2 Entrevistas

Durante o processo de pesquisa, além do estudo de fontes bibliográficas, fez-se necessário e de suma importância, o processo de escuta dos agentes que estão inseridos na cultura gastronômica local e nas ações e políticas que vêm sendo implementadas e construídas desde o recebimento da chancela de Cidade Criativa. Para tanto, buscou-se, na escolha dos entrevistados, trazer uma diversidade de olhares e perspectivas a respeito deste processo. Ao todo, foram realizadas dez entrevistas e duas visitas a campo na Feira da Agricultura Familiar de Paraty. O objetivo das entrevistas consistia em, a partir do processo de escuta dessas vozes, entender quais impactos a chancela trouxe para cidade, quais mudanças foram observadas, quais demandas ainda existem, entre outros assuntos. Procurou-se também, na formulação das perguntas, articular as três dimensões da cultura, a saber: as dimensões simbólicas, cidadãs e econômicas.

Figura 3 – Cores e Sabores



Fonte: arquivo pessoal da autora

Na primeira visita a campo, durante a Feira da Agricultura Familiar de Paraty, que acontece toda semana no Mercado do Produtor Rural, ao lado da rodoviária da cidade, fui apresentada a diversos produtores locais, que ali estavam expondo e vendendo os seus produtos.

O primeiro entrevistado do dia foi César Vieira, morador do Sertão do Taquari, que começou a produzir em suas terras no ano de 2003, quando ainda atuava na sua área de formação, a educação física. Em 2010, César, junto com outros agricultores fundaram a Associação dos Orgânicos de Paraty e foi então que ele começou a trabalhar especificamente nesse ramo. Ao ser perguntado sobre o processo de produção, o entrevistado respondeu que a mesma se dá de forma direcionada, para compor o cardápio da merenda das escolas municipais, ou seja, são entregues produtos como: banana, inhame, palmito, aipim, entre outros. César contou que a consolidação dessa parceria, que existe desde 2014, faz parte de um programa federal, o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), onde 30% dos produtos consumidos na merenda escolar precisam ser comprados dos agricultores locais do município. Com relação aos impactos, após o recebimento da chancela de Cidade Criativa, César identificou algumas demandas existentes, que ainda precisam ser sanadas, como por exemplo: a dificuldade de transportar os produtos da zona rural para o centro da cidade, já que sua propriedade, como a da maioria dos agricultores, fica bem distante da zona urbana e é ali que se constituem, em grande parte, as trocas comerciais. César também destacou a importância dos donos de restaurantes e pousadas da cidade consumirem, de forma constante, ou seja, com encomendas fixas, os produtos dos agricultores locais. E, além disso, uma maior divulgação da Feira da Agricultura Familiar também os ajudaria nesse processo. Com relação ao turismo, César, apontou a ideia de um projeto de turismo sustentável na zona rural do município, onde os visitantes poderiam conhecer a diversidade da floresta, das aves e ainda conhecer o processo do plantio.

O segundo entrevistado foi Luís da Mata, nativo de Paraty, trabalha com plantação orgânica e observação de pássaros. Conheceu a agricultura ainda em criança com seus pais, mas há cerca de 10 anos produz por conta própria em seu sítio na Colônia da Barra Grande. Abordando a dimensão simbólica do campo cultural, Luís destacou a importância da manutenção das práticas da agricultura através da transmissão desses saberes de geração em geração. “Eu acredito no agricultor, eu acredito na parte de quem tá plantando é o futuro do Brasil. Quem tá plantando, colhendo e vendendo e isso nunca se acaba, sempre cresça mais e para os adolescentes de hoje,

para as crianças, vai aprendendo e vai plantando (...) Como eu era uma criança também, agora virei um agricultor e vivo disso, amo fazer isso (...)” (Luís da Mata, 2021). Do ponto de vista da comercialização, Luís, contou que esse ano está entregando produtos como aipim, abacaxi e banana, para os mercados da cidade. E que a procura dos donos de restaurantes vêm mais através da Feira da Agricultura Familiar. Perguntei a ele sobre o projeto “Mapa do Gosto”, já mencionado anteriormente, e o mesmo apontou como uma ação positiva, que têm trazido alguns benefícios para os produtores. Já com relação às demandas, Luís também mencionou o problema de transporte dos produtos, e que seria importante conseguir um caminhão que pudesse ir até o sítio buscá-los e levá-los para outros lugares, com pedidos grandes e fixos.

Figura 4 – Produção local



Fonte: arquivo pessoal da autora

O terceiro e último entrevistado dessa primeira ida a campo foi o produtor de mel, Zé Rodrigues, morador do bairro Pedras Azuis, que vive em Paraty há 16 anos e é especializado na produção de mel de abelhas nativas sem ferrão. Interessado nos saberes locais, Zé Rodrigues descobriu um “mundo novo” ao se deparar com uma colônia de abelha mirim guaçú durante uma reforma em sua casa, despertando sua curiosidade sobre o assunto. Hoje já conta com uma criação bem expressiva e comercializa produtos com mel e cera de abelha. Desde então, começou a participar de alguns movimentos como na AME-Rio (Associação de Meliponicultores do Rio de Janeiro), do Encontro Estadual de Agroecologia, da Feira da Agricultura Familiar e da Cidade Criativa da Gastronomia, através da sua inserção no Mapa do Gosto. Ao ser perguntado sobre esse último tema, especificamente, Zé Rodrigues acredita que o movimento de Cidade Criativa poderá sim trazer e garantir a ancestralidade e perpetuação desses saberes. Do ponto de vista da produção local, o entrevistado afirmou que ficou mais conhecido após o recebimento da chancela, e destacou os trabalhos realizados pelas Secretarias de Cultura, de Agricultura e de Turismo e da EMATER. “O produtor local, o produtor familiar acabou criando uma visibilidade maior, ele acabou se organizando melhor, e acabou também, em paralelo a isso, ganhando um espaço maior aqui no Mercado do Produtor.” (Zé Rodrigues, 2021).

O entrevistado também destacou a importância dessas ações nesse momento de pandemia e acredita que os produtores passaram por essa crise de forma menos danosa em função das políticas implementadas. Perguntei a ele sobre sua inserção no Mapa do Gosto e os impactos gerados sob o seu ponto de vista. Zé Rodrigues relatou que houve sim uma maior procura de pessoas interessadas na produção e no saber local como chefes de cozinha, estudantes, etc. e que essa procura acarretou também numa consequente comercialização desses produtos. Por fim, o entrevistado destacou o trabalho realizado pelo Somar de Economia Solidária, promovendo ocupações em eventos importantes da cidade, em que são valorizadas as produções locais e intercâmbios culturais entre turistas e moradores.

No segundo dia de entrevista, conversei com Tadeu Melchiades, funcionário da Secretaria de Cultura de Paraty, e também *focal-point* da Cidade Criativa da Gastronomia. No início da conversa, Tadeu contou um pouco sobre o início do processo de candidatura: as etapas de elaboração do Dossiê, a pesquisa e o mapeamento dos produtores e da gastronomia local, onde se encontrou uma riqueza de patrimônio humano imaterial. O entrevistado também falou sobre os

impactos que a chancela trouxe para a cidade, como: a divulgação de Paraty, através da participação em eventos nacionais e internacionais, onde chefes locais participam e apresentam pratos da região. Outro impacto mencionado foi a utilização da marca “Cidade Criativa” nos estabelecimentos. O incentivo ao Mercado do Produtor como base da cadeia produtiva. O reforço também de projetos como a Escola de Comer, bem como a inserção da gastronomia local nos eventos na cidade. Tadeu também falou sobre algumas ações que vêm sendo realizadas atualmente, como visitas às comunidades e costeiras para ouvir as demandas do setor, a participação de Paraty, de forma virtual, no Dia Mundial da Paella na Espanha reunindo chefes da cidade. O apoio institucional ao 2º Encontro da Gastronomia, que contou com a participação, através de vídeo, de outras cidades da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, onde é mantido um contato constante.

Figura 5 – Mercado do Produtor Rural



Fonte: arquivo pessoal da autora

O focal-point também destacou a importância da mobilização de todos os setores, seja da sociedade civil ou do serviço público, no cumprimento das atividades detalhadas no Plano de Ação. Com o recebimento da chancela, a cidade assume uma série de obrigações que deverão ser

cumpridas, através de contrato com a UNESCO, pois que, caso essas ações não sejam realizadas o título poderá ser perdido.

Contemplando a dimensão cidadã, perguntei a Tadeu, sobre como ele vê esse processo de desenvolvimento local, em benefício dos moradores e produtores: “Através da transversalidade entre gastronomia e diversas outras áreas da Economia Criativa, como por exemplo, a música, o artesanato, a gente consegue impulsionar com que novos eventos aconteçam. A gente consegue, inclusive, colocar Paraty no mapa, é uma possibilidade, é um potencial, colocar Paraty como destino gastronômico, independente de eventos “x, y, z” pontuais e específicos acontecendo. A gastronomia tá na nossa vida o tempo todo, em todos os momentos, a cadeia produtiva é muito grande, envolve muitas pessoas, muitas famílias, ela tem muita história. É um dos pontos do Dossiê, Paraty tem uma história muito rica, muito única, em relação à diversas receitas específicas (...) Isso tudo aliado a essas outras áreas da Economia Criativa é um potencial enorme tanto pra atrativo turístico como pra legado, proteção, revitalização e reafirmação de território.” (Tadeu Melchiades, 2021).

O segundo entrevistado foi Domingos Oliveira, editor do jornal Folha do Litoral da Costa Verde. Domingos, falou sobre o movimento do agroecoturismo, conceito desenvolvido pelo DLIS (Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável) em conjunto com o SEBRAE. Esse projeto trouxe um novo conceito, para que melhorasse as condições locais, de desenvolvimento integrado e sustentável. O que fez com que fosse elaborado o Plano DLIS, que incorporava o agroecoturismo das comunidades, a questão da cachaça, da gastronomia e do turismo de base comunitária. A partir desse processo, Domingos contou que em meados dos anos 2000 fora criada a Agenda 21 de Paraty, e esse planejamento teve como base o desenvolvimento de uma economia criativa, solidária, e que envolvesse as comunidades. No decorrer desse processo desenvolveram o movimento da Gastronomia Sustentável reunindo produtores rurais, onde conseguiram certificar a cachaça como primeiro produto da gastronomia, e posteriormente a farinha, com seu formato de fazer único em Paraty, o peixe seco da Praia do Sono, entre outros. Domingos identificou como demanda a importância dos municípios em se empoderar de uma economia local, para que o capital circule dentro da comunidade. Desenvolvendo a consciência da economia criativa de forma solidária, focada na produção local e das comunidades.

Figura 6 – Doces e Temperos



Fonte: arquivo pessoal da autora

No terceiro dia de entrevista, tive a oportunidade de conversar com o arquiteto e chefe de cozinha, Bruno Michel. Junto com sua esposa, Bruno criou o restaurante “Da Miroca”, um espaço que, além de servir entradas, pratos e jantares, propõe a experiência de troca entre pessoas de culturas e lugares diferentes. O chefe também mencionou que o cardápio é construído diariamente, a partir dos insumos encontrados no Mercado do Peixe e na Feira da Agricultura Familiar. Ou seja, a partir da base, é que elaboram as receitas que serão servidas.

Bruno também acredita na importância do título para a comunidade, em se pensar a gastronomia como um sistema completo, desde o plantio até a chegada do prato. Ele contou também como foi a experiência de representar Paraty no Festival Gastronômico em Phuket, na Tailândia. Antes do evento, conta que passou por uma pré-seleção, promovida pela Secretaria de Cultura, e em seguida, foi chamado para fazer a representação da cidade. O objetivo era fazer um mix entre a comida paratiense, com a utilização de insumos da Tailândia. O prato chamado “Lula Tropical Caiçara” contou com a utilização de ingredientes como: a lula, a pimenta, leite de coco e o abacaxi, além disso, o chefe também levou a cachaça e a farinha de Paraty, elementos da culinária caiçara. Bruno também comentou sobre o contato com pessoas de diferentes países no Festival. Como demanda, o cozinheiro falou sobre incentivar a agricultura, a utilização de produtos locais, através de um olhar mais centrado em Paraty. E também, a importância da sustentabilidade e do uso e descarte consciente dos insumos.

No quarto dia de pesquisa de campo, a entrevistada foi a chefe de cozinha e proprietária do restaurante Banana da Terra, Ana Bueno. A chef contou que a partir dos ingredientes tradicionais desenvolveu suas próprias receitas, e que possui uma culinária voltada para a cultura local com utilização de insumos da região. Ana também falou sobre a identidade de seu restaurante, que possui mais de 26 anos de história, vinculada à cultura local.

Ao perguntar sobre os impactos da chancela de Cidade Criativa trouxe para a cidade, Ana respondeu que acredita na gastronomia como agente transformador, na importância de pensar em toda a rede que a constrói, que tem a ver com a saúde, a educação, a agricultura, o turismo e a cultura. Ela também destacou que sempre incentivou esse movimento e se orgulha de fazer parte de algumas ações/iniciativas que fizeram parte do Dossiê de Candidatura, como por exemplo, a Folia Gastronômica. Com suas 15 edições, o projeto trouxe formação, intercâmbio cultural entre chefes de outros locais, a promoção do artesanato local e o potencial de transformar Paraty em um polo gastronômico. Ana também esteve à frente do projeto Escola de Comer, que também é um braço da Folia, onde se pensou na valorização dos produtos locais, na agricultura familiar, com mais de 100 produtores fornecendo para a merenda, com aval de nutricionistas, e envolvimento da comunidade, dos professores. A chefe também falou sobre o Mapa do Gosto, projeto que tem por objetivo, através do cadastro dos produtores e dos produtos de Paraty, estreitar a relação de compra e comercialização. Além disso, também há uma ideia de fazer desses locais de produção um ponto de visitação. A proprietária do Banana da Terra também falou do projeto Eu Reciclo, que tem relação com a coleta seletiva, e pretende, futuramente, ampliar para cidade inteira.

A sétima entrevistada desta pesquisa foi a gestora cultural Cristina Maseda, que esteve à frente nos últimos anos da Secretaria de Cultura de Paraty. Cristina contou que em 2017, foi feito um redirecionamento da política da Secretaria de Cultura, focando na Economia Criativa, pensando numa nova forma de desenvolvimento econômico e sustentável. A partir dessa reorganização, buscaram o programa da UNESCO de Cidades Criativas, acreditando no potencial de Paraty de participar, o que poderia trazer muitos benefícios para a cidade. A Secretaria em conjunto com agentes culturais da cidade, analisaram os sete eixos do programa e selecionaram qual seria o setor mais adequado para candidatura. Foi então, que identificaram a gastronomia como setor produtivo ligado ao turismo que tem o maior número de postos de trabalho, que possui maior

número de estabelecimentos, e que tem condições de incidir diretamente na melhoria da qualidade de vida das pessoas que vivem tanto na zona rural quanto na zona costeira. Onde existe toda uma cadeia produtiva envolvida: desde o que se planta, o que se pesca, até o que se descarta nos restaurantes.

Sobre as ações que vêm sendo realizadas, a gestora cultural destacou duas áreas importantes: a formação do setor, através de cursos e a representação nacional e internacional de Paraty como destino gastronômico ao longo de todo o ano, através da construção de uma política de permanência e constância. “Não é que vai criar algo novo, não. Vai potencializar, vai valorizar, colocar luz em uma prática que já existe e que de fato a gente vai caminhando cada vez mais para esse turismo de experiência, das pessoas virem à Paraty experimentar todas os potenciais ligados tanto à cultura, à gastronomia, como à natureza e a biodiversidade.” (Cristina Maseda, 2021) Cristina também destacou como impacto positivo o reconhecimento da riqueza da gastronomia local, como um importante ativo cultural e econômico.

A penúltima entrevistada desta pesquisa foi a chefe de cozinha Sueli de Lima, também conhecida como Titia. Moradora tradicional de Paraty, Titia trabalha com cozinha rural, o que é uma tradição em sua família, passando esse saber de geração em geração. Além de chefe, Titia também é agricultora familiar e vende o que produz na Feira da Agricultura Familiar de Paraty. Em sua cozinha, ela utiliza alguns dos insumos que produz e compra também de amigos e vizinhos, beneficiando os produtores rurais. Titia acredita na importância do título para a cidade e que se sente mais reconhecida pelo seu trabalho. Destaca que o recebimento da chancela, através dos eventos e ações que estão sendo realizadas, está ajudando mais as pessoas das áreas rurais, que antes, não eram vistas. A chefe falou também sobre a visibilidade dos agricultores e a importância da realização da Feira, onde há essa valorização das pessoas das zonas rurais, e observa uma mudança do foco do turismo para essas áreas. Por fim, Titia acredita que se deve continuar incentivando a agricultura familiar, trazendo os jovens também para resgatar os costumes e continuar investindo nas políticas e ações desse setor.

A última entrevistada foi a produtora Angeli Nascimento, moradora do Catimbau Barra Grande. Conhecida como Angeli Temperos, ela acredita que o título de Cidade Criativa beneficiou muito a gastronomia paratiense, destacando algumas ações que vêm sendo realizadas como: o Mapa do

Gosto e o projeto Escola de Comer, que ajudou bastante os produtores locais, com a venda dos alimentos para merenda escolar. Além de beneficiar também as crianças e os alunos, com uma alimentação mais saudável e natural. Destaca também o que está sendo feito pelo produtor rural e que, com o título e os eventos, os restaurantes estão comprando mais dos agricultores locais. Angeli também falou da Feira da Agricultura Familiar, que participa toda semana e recebe turistas e moradores de Paraty. Angeli também está inserida no Mapa do Gosto desde a primeira edição e observa que essa ação deu uma maior visibilidade para o seu produto, pois o mapa mostra o produto, o produtor e onde encontrar essas pessoas.

Figura 7 – Angeli e seus temperos



Fonte: arquivo pessoal da autora

Hoje em dia seus produtos estão em restaurantes, cachaçarias, e sendo vendidos através da internet, “É muito bacana ser reconhecida com um produto artesanal, representando a nossa cidade.” (Angeli Nascimento, 2021). Os temperos da Angeli também foram levados para chefes na Turquia, na China e em outros lugares, através da representação de Paraty em eventos nacionais e internacionais. Angeli destacou a importância do trabalho realizado pela Secretaria de Cultura, que tem o projeto de valorizar e levar cada vez mais os produtos para fora e divulgar o trabalho local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise e resgate dos conceitos de Economia da Cultura e Economia Criativa, Indústria Cultural e Indústria Criativa, Espaço e Territórios Criativos foram de suma importância para consolidar a base teórica deste estudo. As diferentes abordagens de autores e instituições contribuíram para tal objetivo. Identificamos, na primeira etapa, em qual contexto emergiu o fenômeno da Economia Criativa, abordamos o debate da Economia da Cultura, das Indústrias Cultural e Criativa, que cada vez mais vem ocupando espaço na economia global, gerando emprego e renda. E por fim, destacamos a formação dos Territórios Criativos, as suas características, elementos de desenvolvimento e subdivisões, que abarcam as Cidades Criativas, Bairros e Polos Criativos, Arranjos Produtivos entre outros.

No segundo capítulo da pesquisa foram analisadas quatro diferentes experiências que possuem como objetivo comum: promover o desenvolvimento da Economia Criativa. Pela experiência do OBEC-RJ, pudemos perceber a importância de estabelecer uma rede entre o território e a academia, promovendo pesquisas científicas para os setores criativos. Pesquisas estas que servirão como subsídios para formulação de políticas, estratégias de gestão e desenvolvimento local. Através do Mapeamento das Indústrias Criativas realizado pela FIRJAN, tivemos acesso a dados quantitativos sobre o comportamento do setor no mercado de trabalho em estudo comparativo as UF's do país. Conhecemos a Incubadora Rio Criativo, que vêm promovendo um trabalho itinerante, percorrendo diversos municípios do Estado, articulando formação, qualificação e empreendedorismo para o desenvolvimento da Economia Criativa. Por fim, falamos sobre a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, que vêm a fortalecer um conjunto de ações que visam à formação, a qualidade de vida, a economia sustentável e a diversidade cultural.

No terceiro e último capítulo, nos aprofundamos no território de Paraty, tema central da pesquisa aqui apresentada, onde se buscou analisar os impactos gerados após o recebimento da chancela de Cidade Criativa da UNESCO pela gastronomia, a partir do ponto de vista de agentes locais inseridos neste circuito. Através da promoção de um diálogo entre cultura, território e economia criativa, pretendeu-se, como já mencionado anteriormente, a partir da pesquisa de campo, articular as três dimensões da cultura: simbólica, cidadã e econômica, partindo das falas dos entrevistados.

De modo geral, todos os entrevistados apontaram como positivos, os impactos gerados na cidade após o recebimento do título. Nas falas dos entrevistados, observou-se a importância do fortalecimento de toda a cadeia produtiva que envolve o fazer gastronômico: desde o que se planta e o que se colhe, através dos agricultores e dos pescadores. O que se produz, através das receitas elaboradas pelos chefes de cozinha, ou daquelas passadas de geração em geração. Até a sua comercialização, pelo consumo dos próprios moradores da cidade, das escolas, do fomento ao turismo local, etc. Em diversos momentos também foi destacada a relevância da Feira da Agricultura Familiar no Mercado do Produtor Rural nesse processo, espaços estes onde os produtores expõem as suas mercadorias para comercialização, trazendo um maior retorno financeiro. Nesse sentido, também destaco uma das falas das entrevistadas que mencionou a relevância do título no que diz respeito à visibilidade da culinária e da produção rural.

Também fora apontada a importância da construção de Paraty como um destino gastronômico, fomentando o turismo de base sustentável durante todo o ano, não só em eventos específicos. O destaque que a cidade obteve com título também foi mencionado pelos entrevistados, seja através da presença de Paraty em eventos nacionais e internacionais - representação esta realizada por agentes culturais locais - seja pelo contato com a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, ou até mesmo pela sua divulgação na imprensa e nos meios digitais.

Uma das perguntas dirigidas aos entrevistados referia-se às ações que vinham sendo realizadas após o recebimento do título: alguns projetos importantes foram apontados como o Mapa do Gosto, mencionado pelos produtores como ação positiva e que têm trazido um bom retorno para eles. O projeto Escola de Comer, destacado pela chef Ana Bueno, com papel importante na formação, na melhoria da merenda escolar e na valorização dos produtos locais. A manutenção de eventos como o Festival Gastronômico e a utilização da marca “Paraty Cidade Criativa da UNESCO” nos restaurantes e produtos. Nesse sentido, conforme apontado faz-se necessária à articulação local entre agentes da sociedade civil e agentes governamentais para manutenção dessas ações. Sendo ela, realizada através da interseção dos vários setores da sociedade, como a cultura, a saúde, a educação, a agricultura, a economia, o turismo, o meio ambiente, entre outros.

Contudo, apesar dos diversos pontos positivos destacados pelos entrevistados, foram apontadas algumas demandas ainda existentes: melhoria na divulgação da Feira da Agricultura Familiar,

incentivo à compra de produtos locais pelos donos de pousadas da cidade, donos de restaurantes e supermercados e auxílio no transporte dos produtos das zonas rurais ao centro da cidade.

Por fim, gostaria de encerrar este trabalho falando sobre a riqueza de saberes, de vozes e trajetórias encontradas durante o percurso dessa pesquisa. Todas as entrevistas foram gravadas em vídeo e comporão o documentário de mesmo título da monografia aqui apresentada “És Tu Paraty amado”: diálogos entre cultura, território e economia criativa. Este produto foi oferecido como contrapartida a uma das chamadas públicas emergenciais da Lei Aldir Blanc no âmbito do Estado do Rio de Janeiro. Vocês já poderão conferir o *teaser* deste trabalho através do link a seguir: <https://youtu.be/nQAFyHGzgw8>

Destaco aqui também que, durante as idas a campo e nas entrevistas tive o privilégio de conhecer pessoas que são agentes transformadores e difusores da cultura local. Paraty é uma cidade encantadora pelas suas belezas naturais e pela sua arquitetura, mas não podemos esquecer a importância do seu patrimônio imaterial, que está presente também nas zonas rurais, na costeira, nas comunidades tradicionais, muitas vezes distante do centro histórico. E a gastronomia, que envolve toda a sua cadeia produtiva, faz parte desse patrimônio. E, portanto, faz-se extremamente necessário o fomento e salvaguarda desses fazeres e desses saberes, através da escuta, das ações, das políticas, de realização de projetos e de pesquisa.

Viva a cultura paratiense! Viva o patrimônio imaterial!

“Paraty cidade a beira mar
Meu cantinho adorado
Tens o céu bordado de estrelas
És tu Paraty amado.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARDOSO, Univaldo Coelho. **APL: arranjo produtivo local.** / Univaldo Coelho Cardoso, Vânia Lúcia Nogueira Carneiro, Édna Rabêlo Quirino Rodrigues. Brasília: Sebrae, 2014.

CASTRO, Flávia Lages de. TELLES, Mário F. de Pragmácio; coordenadores. **Dimensões econômicas da cultura: experiências no campo da economia criativa no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2015.

CLOSS, Q. L., de OLIVEIRA, S.R., AZEVEDO, P. R. de, TIRELLI, C. **Das Cidades aos Territórios Criativos: um Debate a Partir das Contribuições de Milton Santos.** XXXVIII ENANPAD. Rio de Janeiro, 2014.

CLOSS, Lisiane Quadrado e OLIVEIRA, Sidinei Rocha de. **Análise da Cidade Baixa como polo criativo potencial.** REAd. Rev. eletrôn. adm. Porto Alegre, 2018.

COELHO, Teixeira. **O que é a Indústria Cultural.** Editora Brasiliense, 1993.

CUNHA, Marcus Vinicius Fantucci. Makiya Ieda Kanashiro. **Cidades Criativas como modelos de desenvolvimento Econômico: cases internacionais.** X Congresso Nacional de Excelência em Gestão. 2014.

DINIZ, Sibelle Cornélio. **Análise do setor cultural nas regiões metropolitanas brasileiras.** Anais do XXXVI Encontro Nacional de Economia, ANPEC - Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação em Economia, 2008.

Dossiê Paraty Cidade Criativa da Gastronomia, Relatório de Atividades 2018, o Plano de Ação 2019-2020 e Release Paraty Cidade Criativa da Gastronomia disponibilizados pela Secretaria de Cultura de Paraty em 2019.

FERREIRA, Victor Moura Soares. **A Rede de Cidades Criativas da UNESCO: uma perspectiva das cidades brasileiras.** Dissertação de Mestrado pela UFG. Goiás, 2017.

FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil.** Rio de Janeiro, FIRJAN, 2019.

LIMA, S.M.S. **Polos Criativos- Lugares de Desenvolvimento.** IV Seminário Internacional da Casa de Ruy Barbosa. Rio de Janeiro, 2013.

LUSTOSA DA COSTA, Frederico. Cultura, **Espaço e Desenvolvimento Bases teóricas e metodológicas para identificação, mapeamento e planejamento de territórios criativos.** Observatório de Economia Criativa. Rio de Janeiro, 2015.

Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro, FIRJAN, 2016.

Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro, FIRJAN, 2019.

MASCENA, K. M.C. de, FIGUEIREDO, F. C., BOAVENTURA, J.M.G. **Clusters e APL'S: Análise bibliométrica das publicações nacionais no período de 200 a 2011.** RAE-Revista de Administração de Empresas, FGV-EAESP. São Paulo, 2013.

MELO, G.B.V. de, PAIVA, G.L. **Desenvolvimento e potencial de clusters criativos para as cidades médias brasileiras**. Nova Economia v.26 n. Especial p.1287-1315, 2016.

MIGUEZ, Paulo. **Economia criativa: uma discussão preliminar**. In: **Teorias & políticas da cultura visões multidisciplinares**. Gisele Marchiori Nussbaumer (Org.) Edufba. Salvador, 2007.

MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 1ª edição, 2011.

MINC - MINISTÉRIO DA CULTURA. **Territórios Criativos: Prospecção e Capacitação em Território Criativos**. Niterói, Universidade Federal Fluminense, 2017.

PORTUGAL, M. (2012). **Características dos Clusters Criativos e o seu Papel na Dinamização do Empreendedorismo**. O Caso Lxfactory (Dissertação de Mestrado). Lisboa: Universidade Europeia.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas, turismo cultural e regeneração urbana**. RBCM. Laboratório de Investigação do Espaço da Arquitetura. Departamento de Arquitetura e Urbanismo. Centro de Artes e Comunicação. UFPE. Recife — PE.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da Cultura**. Garimpo de Soluções, 2006.

SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA/MINC. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento**. – Brasília: São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

SERAFIM, C. M., PINHEIRO, D., JARA, E., de MELO, E.V.,AGUIAR, B.,BERNADES, J.V.,RONCONI, L., da SILVA, A., **Economia Criativa ou Indústria Criativa: Delimitação de um Conceito em Construção**. APEC, 2013.

TOLILA, P. **Cultura e economia**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

REFERÊNCIAS ONLINE

Brasil se prepara para apresentar candidaturas à Rede de Cidades Criativas da UNESCO. 17 de agosto de 2018. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/brazil_prepares_to_present_applications_to_unesco_creative_c/>

RJ Criativo: o maior portal de Economia Criativa do Brasil. Disponível em: <<http://cultura.rj.gov.br/rio-criativo/>>. Último acesso em 29 de abril de 2021.

Edital para apoio técnico à seleção de Cidades Criativas da UNESCO é publicado. Plano Nacional de Cultura. 31 de julho de 2018. Disponível em: <<http://pnc.cultura.gov.br/2018/11/19/edital-para-apoio-tecnico-a-selecao-de-cidades-criativas-da-unesco-e-publicado/>> Último acesso em 29 de abril de 2021.

Hino de Paraty. Disponível em: <<http://www.paraty.rj.leg.br/camaraparaty/hino.php>> Último acesso em 29 de abril de 2021.

Indústria Criativa: onde tem Indústria Criativa tem FIRJAN. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/industria-criativa/default.htm>> Último acesso em 29 de abril de 2021.

Ministério da Cultura lança Observatório da Economia Criativa. ANESP, 29 de maio de 2012. Disponível em: <<http://anesp.org.br/todas-as-noticias/2015/2/5/ministerio-da-cultura-lana-observatorio-da-economia-criativa>> Último acesso em 29 de abril de 2021.

Observatório da Economia Criativa é inaugurado no Rio. Governo do Brasil, 27 de maio de 2014. Disponível em: <<http://legado.brasil.gov.br/noticias/cultura/2014/05/observatorio-da-economia-criativa-e-inaugurado-no-rio>>

OBEC-RJ – Observatório de Economia Criativa. Itaú Cultura, 15 de setembro de 2016. Disponível em: <<https://www.itaucultural.org.br/obec-rj-observatorio-de-economia-criativa>> Último acesso em 29 de abril de 2021.

Rio Criativo. Disponível em: <<http://riocriativo.com/incubadora/>>

Relatórios e monitoramento. UNESCO. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/content/reporting-monitoring>> Último acesso em 29 de abril de 2021.

ROSA, Gabriel. **Observatório de Economia Criativa busca fortalecer cultura no estado.** O Globo, Rio de Janeiro, 27 de janeiro de 2015. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/observatorio-de-economia-criativa-busca-fortalecer-cultura-no-estado-15146962>> Último acesso em 29 de abril de 2021.

UNESCO. **Understanding creative industries:** statistics for public-policy making. 2006. Disponível em: <http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf>.