



MASTER PLAN



DISTRITO CRIATIVO NO CEARÁ

PROGRAMA PARA
DESENVOLVIMENTO
DA INDÚSTRIA

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. JUSTIFICATIVA.....	3
3. OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS.....	5
4. ESPECIFICAÇÃO.....	6
4.1. Requisitos.....	6
4.3. Restrições.....	6
5. MAPEAMENTO DE ATORES.....	6
6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO.....	7
7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO.....	8
8. MONITORAMENTO.....	9
9. ARTEFATOS DO PROJETO.....	9
10. CRONOGRAMA.....	10
11. REFERÊNCIAS.....	10

1. INTRODUÇÃO

A economia criativa possui papel de poderosa força transformadora na contemporaneidade, sendo um setor da economia mundial de importante crescimento. Nesse contexto, tendo em vista o grande potencial dos distritos criativos para o crescimento da economia criativa e para a condução do desenvolvimento do território, extrapolando relações econômicas e atingindo aspectos sociais e culturais, este projeto tem como objetivo: desenvolver um projeto para a criação de um distrito criativo no Ceará.

Reconhecendo a elevada importância deste tipo de indústria, a UNESCO (2002) considera que o futuro da indústria passaria pelos setores criativos e culturais que provocam efeitos consideráveis nas economias nacionais aos níveis do comércio, emprego, indústria, investimento e padrões de consumo. Nesse sentido, a valorização da cultura e da criatividade surge como importante vetor de transformação e desenvolvimento de territórios urbanos.

Os impactos deste projeto se refletirão no estabelecimento de um território de fomento à economia criativa, sendo possível, a partir disto, possibilitar combate às desigualdades e violência e atração de talentos e investimentos para revitalizar áreas degradadas. Além disso, será possível promover o desenvolvimento da economia criativa no estado, ampliando a densidade desse tipo de atividade econômica no território.

2. JUSTIFICATIVA

O Relatório de Economia Criativa, publicado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e pela Organização das Nações Unidas (ONU) para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), em 2013, informa que a economia criativa cumpre papel de poderosa força transformadora na contemporaneidade. Trata-se de um dos setores da economia mundial que mais cresce, a julgar pelos índices de geração de renda, de criação de empregos e de ganhos com exportação. O comércio mundial de bens e serviços provenientes da indústria criativa mais que dobrou entre 2002 e 2011, atingindo a cifra de US\$ 624 bilhões, em 2011, o que reflete, no setor, um crescimento de 8,8% ao ano (SEBRAE, 2015). A UNESCO (2002) considera que o futuro da indústria passaria pelos setores criativos e culturais que provocam efeitos consideráveis nas economias nacionais aos níveis do comércio, emprego, indústria, investimento e padrões de consumo, reconhecendo a elevada importância deste tipo de indústria.

Assim como as organizações tradicionais caracterizaram a economia industrial, a economia criativa se estrutura em forma de rede. Rompendo com o paradigma concorrencial tradicional, na estrutura em rede cada participante se beneficia com a entrada de novos colaboradores. Como decorrência, as redes de valor passam a ser tão mais ricas quanto mais diversos forem seus integrantes. É essa trama de relações e possibilidades que se estabelecem não só horizontal e verticalmente, mas em uma estrutura de negócios em rede, que caracteriza o modelo de negócios na economia criativa (REIS, 2008).

Nesse contexto, os distritos criativos consistem de estruturas em rede que promovem o desenvolvimento da economia criativa. O modelo em questão, caracterizado pela agregação espacial de empreendedores de setores criativos, representa de forma emblemática o cotidiano das cidades criativas, uma vez que promove a inovação, a interação e a colaboração entre os empreendedores em um ambiente de profusão criativa e cultural, capaz de conciliar também aspectos sociais e econômicos, uma vez que proporciona um reaproveitamento do espaço urbano (NASCIMENTO *et al.*, 2015).

Alguns exemplos de distritos criativos expressivos são o distrito cultural do vinho na França, o cluster multimídia de Montreal, os parques criativos de Xangai e o pólo de novas mídias de Pequim. Landry (2000) ressalta a importância da valorização da cultura e da criatividade para a transformação dos centros urbanos e para a resolução de seus problemas, colocando-as como alicerce do desenvolvimento econômico, além de defender maior participação da sociedade como ativo intelectual, tanto para descoberta de novos talentos quanto para a atração de talentos externos.

A construção de um distrito criativo permite a valorização da cultura local e potencializa vocações, bem como revitaliza áreas desvalorizadas e abandonadas, induzindo novas alternativas de desenvolvimento em determinados territórios, de maneira articulada com o turismo. De modo a viabilizar a existência de tais estruturas de organização, é fundamental o estabelecimento de modelos de gestão e de governança, assim como planos de ação, nos quais cada instituição (setor público, privado e sociedade civil) represente o seu papel. Nesse sentido, é importante destacar o papel exercido pelo Estado na viabilização de distritos criativos, por exemplo através da promoção de políticas públicas para desenvolvimento baseado nos setores criativos e no planejamento de investimentos para eles direcionados (REIS; URANI, 2011).

Diante disto, na tentativa de promover um ambiente de inovação e fomento à economia criativa a partir da criação de um distrito criativo no estado, este projeto, proposto por um grupo de especialistas do setor na primeira reunião do projeto Masterplan da Federação das Indústrias do Estado do Ceará,

está ligado direta e indiretamente às ações propostas no *roadmap* do setor, de acordo com o quadro abaixo:

Ações diretamente contempladas	Ações indiretamente contempladas
Criar infraestrutura para a potencialização das dinâmicas econômicas dos <i>clusters</i> criativos nos diversos bairros da cidade	Disseminar conceito de Economia Criativa e suas aplicações para empresas e sociedade
Elaborar projeto para criação de distritos criativos regionais com incentivos para atividades criativas locais de potencial	Articular atividades da Economia Criativa para ocupação dos espaços culturais existentes
Efetivar distritos criativos no Estado e sua inserção nos planos diretores municipais	Fomentar <i>startups</i> e pequenos empreendedores criativos do Estado

Vale ressaltar ainda que este projeto pretende contribuir para o alcance de uma das duas visões de futuro construídas pelos especialistas do setor no painel da Rota Estratégica dos Setores de Turismo & Economia Criativa, a saber: "Ceará como referência nacional em desenvolvimento sustentável tendo como vetor estratégico a Economia Criativa, a partir do fortalecimento dos processos identitários, territórios, setores, empreendimentos e da integração de organizações políticas, educacionais, empresariais e da sociedade".

3. OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS

O objetivo geral deste projeto é: desenvolver um projeto para a criação de um distrito criativo no Ceará.

Como objetivos específicos:

- Instituir incentivos e instrumentos adequados para a instalação e o funcionamento de micro e pequenos empreendedores que compõem as redes e os sistemas produtivos da economia criativa;
- Promover um ambiente de negócios favorável ao desenvolvimento da economia criativa no estado;
- Fomentar a sustentabilidade de empreendimentos criativos, para fortalecer sua competitividade e a geração de emprego e renda;

- Promover um ambiente de fomento aos processos de criação, produção, comercialização e distribuição de bens e serviços oriundos da criatividade e da aplicação do capital intelectual.

4. ESPECIFICAÇÃO

4.1. Requisitos

Para que este projeto tenha um efetivo funcionamento e impacto, lista-se, a seguir, os requisitos mínimos:

- Deve existir um modelo de governança para implantação do distrito;
- O distrito deve possibilitar a conexão entre os empreendimentos criativos e a cultura da região;
- O distrito deve promover incentivos para atividades criativas locais de potencial, bem como ações de cunho social para melhorar a qualidade de vida na área;
- Deve haver um projeto de lei dispendo sobre a constituição do distrito criativo com o objetivo de instituir incentivos e instrumentos adequados para a economia criativa local que venham a contribuir com a articulação e estímulo a instalação de empreendimentos criativos na área;
- Deve promover uma atuação intersetorial para fomento à economia criativa.

Além disso, este projeto lida com algumas premissas, a saber:

- O Estado deve estar sensibilizado da importância do projeto e do seu papel na viabilização do distrito criativo;
- Deve haver interesse do setor privado para instalação dos empreendimentos na área do distrito criativo.

4.3. Restrições

As restrições deste projeto são apresentadas a seguir:

- O projeto se limita à criação do distrito, alguns aspectos relacionados à dinâmica de funcionamento não estão contemplados.

5. MAPEAMENTO DE ATORES

Os atores (instituições) mais indicados a participarem no projeto são apresentados no quadro a seguir:

Instituição
Governo do Estado do Ceará
Secretaria de Cultura do Estado do Ceará - SECULT
Secretaria de Cultura de Fortaleza- SECULTFOR
Secretaria de Desenvolvimento Econômico - SDE
Secretaria da Fazenda
Secretaria do Planejamento e Gestão
Secretaria do Meio Ambiente
Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/CE
Empreendimento das indústrias criativas

6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO

Os riscos mensuráveis no projeto são apresentados no quadro a seguir com suas possíveis causas e prováveis efeitos:

Risco	Causas possíveis	Efeitos prováveis
1. Falta de interesse público no projeto	Setor público não acredita nos benefícios do projeto	Não efetivação do projeto
	Setor público possui outras prioridades	Morosidade no desenvolvimento do projeto
	Setor público já possuem iniciativas semelhantes	Sobreposição de ações
2. Falta de interesse do setor privado no projeto	Excesso de burocracia para estabelecimento dos empreendimentos	Morosidade para estabelecimento dos empreendimentos

	Falta de incentivos para estabelecimento dos empreendimentos	Não efetivação do projeto
	Instituições já participam de iniciativas semelhantes	Sobreposição de ações

7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO

As atividades de comunicação do projeto, bem como o escopo, participantes e periodicidade são expostos a seguir:

Atividade	Escopo	Participantes	Periodicidade
Comunicação interna	A ferramenta utilizada para acompanhar as informações detalhadas das atividades dos projetos será o quadro digital (Trello). O acompanhamento das informações macro serão através de um quadro físico anexado no Núcleo de Economia e Estratégia (NEE) da FIEC	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente
Comunicação externa	Contato com os Stakeholders do projeto será via e-mail e, posteriormente, telefone. Todos os contatos serão registrados em ferramenta interna de gestão de contatos	Todos os envolvidos	Permanente
Solicitações para o projeto	Quaisquer solicitações formais devem ser feitas somente via e-mail. Portanto, solicitações por	Todos os envolvidos	Permanente

	chats, ligações ou mensagens serão desconsideradas		
Reunião com o coordenador do projeto	Local: FIEC A priorização das atividades será feita por opinião dos especialistas (coordenador do projeto)	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente
Metodologia de condução do projeto	O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto	Todos os envolvidos	Permanente
Sprints	As sprints do projeto serão entregues através de reuniões presenciais Serão realizadas reuniões semanais para atualizar o grupo sobre o andamento das atividades	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	21 dias
Stakeholders	Será elaborado um documento com a identificação de Stakeholders O pesquisador e o coordenador do projeto farão uma identificação da relevância dos Stakeholders em alto e médio/baixo impacto para definir o acompanhamento das informações do projeto	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente e revisado semanalmente

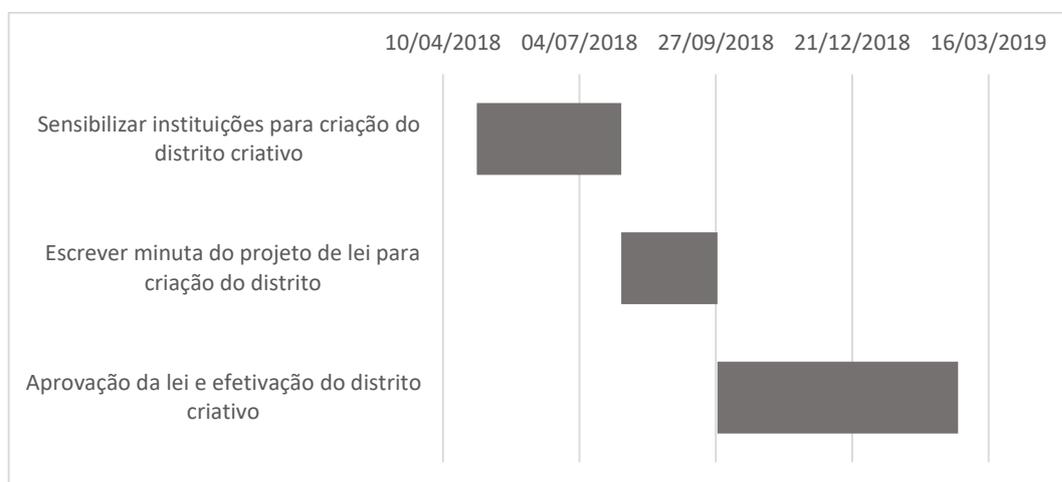
8. MONITORAMENTO

9. ARTEFATOS DO PROJETO

- Plano de Comunicação

- Plano de Risco
- Plano de Gerenciamento de Escopo do Projeto

10. CRONOGRAMA



11. REFERÊNCIAS

LANDRY, Charles. *The Creative City: a Toolkit for Urban Innovators*. Londres: Comedia; Earthscan, 2000.

NASCIMENTO, P. D. G.; DOMINGOS, R. C. N.; LELLIS, R. F. Desenvolvimento do cluster de economia criativa na área central da cidade de São Paulo. Tese (Mestrado em Gestão e Políticas Públicas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, p. 127. 2015

REIS, A. C. F.; URANI, A. Cidades criativas: perspectivas brasileiras. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Guia do Empreendedor criativo*. Brasília, 2015.

UNESCO. - *Culture and UNESCO*. – Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2002.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO

