

TURISMO E CIDADES CRIATIVAS: PROJETO SOUCURITIBA

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o Projeto SouCuritiba – ação conjunta de órgãos públicos e privados de capacitação de artesãos que produzem souvenir com identidade curitibana. O projeto tem como principal objetivo levar Curitiba para mais longe de forma que destaque a inovação e a criatividade e, assim, usando-as em seus designs de souvenirs. O projeto ainda amplia os negócios para os produtores locais, pois são eles os principais empreendedores. Entende-se que o projeto SouCuritiba atesta a denominação de cidade criativa como fortalecedor da imagem turística de Curitiba e apoiador dos artesãos regionais. A metodologia utilizada foi de abordagem qualitativa e como procedimentos metodológicos, pesquisa bibliográfica e documental. Para tanto, são considerados os conceitos de Cidades Criativas, uma vez que a capital paranaense se destaca a nível internacional ao usar da criatividade a favor do desenvolvimento urbano sustentável e no design. Os resultados são visíveis quando o Projeto SouCuritiba se destaca com o prêmio Brasil Design Award na categoria Craft for Design (2018).

Palavras-chave

Cidade Criativa; Design; Turismo; Souvenirs; SouCuritiba.

Introdução

Em recentes estudos das economias urbanas, o turismo é frequentemente listado como parte das “indústrias criativas”, onde a criatividade assume diferentes formas, abrangendo pessoas, produtos, processos e lugares (RICHARDS, 2011). Dentro desse processo, entram as cidades criativas (ASHTON, TOMAZZONI e EMMENDOERFER, 2014).

Segundo a UNESCO (2019), cidades criativas são aquelas que usam a criatividade como um fator estratégico de desenvolvimento urbano sustentável, colocando a criatividade e a cultura no centro de seus planos de desenvolvimento.

Para Assunção, Kuhn Junior e Ashton (2016), a cidade criativa está muito relacionada como uma constante mutação e que a formação deste espaço se dá pela ocupação do indivíduo, e é por isso que os autores relacionam a cidade como um ser vivo. Mas também é preciso ressaltar a criatividade dos artistas locais, pois acaba gerando um impacto tanto para a cidade e quanto para a economia local (ASSUNÇÃO; KUHN JUNIOR; ASHTON, 2016). Para tanto, a definição de design e sua relação com o artesanato também será necessária para o entendimento sobre o projeto SouCuritiba. A autora Johann (2010) menciona, que a junção do design com o artesanato pode ser usufruído como um ordenador social incrementando diversos materiais, como por exemplo o uso de materiais não prejudiciais ao meio ambiente, e a inserção de pessoas no mercado consumidor.

Com o passar dos anos, o artesão adapta o design em seus produtos, onde agrega mais valor e gera renda, além de ter contribuído na aceitação dos consumidores para a compra dos artesanatos (BARROS, 2006, apud JOHANN, 2010). O designer, neste desenvolvimento com o artesanato, pode estabelecer a identificação com a região através de sua cultura (JOHANN, 2010) como é o caso do projeto SouCuritiba.

No Paraná, a cidade de Curitiba faz parte da Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO como cidade do Design, colocando-se como referência em

inovação e originalidade a nível internacional (UNESCO, 2018; ASHTON e NUNES, 2018).

O SouCuritiba consiste em um projeto – idealizado em 2012 e aplicado pela primeira vez em 2013 – de capacitação que, ao apoiar produtores locais de Curitiba e região metropolitana em seus processos criativos e de confecção, visa aumentar a oferta de produtos souvenirs que possuem identidade da capital paranaense. Fazem parte do projeto, como grupo gestor: o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE), a Fundação Cultural de Curitiba (FCC), o Instituto Municipal de Turismo (IMT), o Curitiba Região e Litoral Convention & Visitors Bureau (CCVB), a Universidade Federal do Paraná (UFPR) e o Centro Brasil Design (CBD).

A ação conjunta tem como missão “levar Curitiba para mais longe, de forma inovadora e criativa”, através dos souvenirs (SouCuritiba, 2019). Para isso, o Projeto SouCuritiba estabelece como objetivos ter produtos de qualidade e inspirados na cidade, atender as necessidades e desejos do mercado turístico, materializando suas experiências e fortalecendo Curitiba como destino turístico, ampliando as possibilidades de comercialização de pequenos produtores locais (SouCuritiba, 2019).

O turismo criativo tem sido colocado como uma extensão do turismo cultural - ao mesmo tempo um complemento e um antídoto para as formas de massa do turismo cultural e a reprodução da cultura em série (RICHARDS, 2011). Desta forma, a valorização da cultura local e suas singularidades é a base do projeto para ter um produto criativo e inovador, agregando as características da criatividade no turismo da cidade de Curitiba/PR.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é descrever o projeto SouCuritiba, além de abordar suas repercussões culturais e econômicas. Também pretende-se identificar o papel do projeto enquanto amplificador da criatividade dentro do conceito de cidade criativa em Curitiba.

Metodologia

Esta pesquisa se caracteriza como exploratória, de abordagem qualitativa, com pesquisa bibliográfica e documental.



Figura 1: Etapas Metodologia;
Fonte: Elaboração própria (2019);

A abordagem qualitativa justifica-se por ser uma forma adequada de compreender um fenômeno social (RICHARDSON, 1999; MINAYO, 2008), buscando entender, descrever, explicar os fenômenos sociais de modos diferentes:

analisando experiências de indivíduos ou grupos, examinando interações e comunicações que estejam se desenvolvendo e investigando documentos (RICHARDSON, 1999).

Com o objetivo de entender a condição da capital paranaense como centro de desenvolvimento inovador e criativo foi realizada pesquisa bibliográfica sobre o conceito de Cidades Criativas. De acordo com Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituída principalmente de livros e artigos científicos, evidenciando o conceito escolhido.

Para assimilar o alcance do projeto SouCuritiba, foi utilizada a pesquisa documental. A pesquisa documental se fez necessária para fortalecer o discurso bibliográfico, através dos relatórios com os dados específicos do projeto. Vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa (GIL, 2008).

Resultados e Discussões

Com base nos objetivos e missões do projeto, elaborou-se a seguinte wordcloud, evidenciando os termos mais usados na descrição do projeto, refletindo a ideia central do projeto.



Figura 2: Palavras mais usadas na missão e objetivos do Projeto;
Fonte: Elaboração própria, 2019;

Além de produtos, a palavra em maior destaque é Curitiba, evidenciando a ligação do projeto com a identidade e cultura da cidade. Destacam-se também experiências, criatividade e souvenirs, o que demonstra a preocupação do projeto em agregar a experiência do turista na apresentação dos souvenirs. Em um geral, é perceptível uma visão voltada para as singularidades e para a inovação, caracterizando a criatividade como força motora das atividades do projeto.

Primeiramente é lançado o edital anual de inscrição de participação no projeto. Na sequência, o Grupo Gestor participa de reuniões e organiza treinamentos, oficinas e atividades para os participantes do projeto e atua de maneira integrada para colaborar com o processo de inovação e criatividade dos artesãos selecionados. Em sua última etapa são aprovados os produtos apresentados pelo grupo gestor e ocorre o lançamento e comercialização dos produtos (SouCuritiba, 2019).

As ações do Projeto SouCuritiba potencializam e evidenciam a criatividade, a inovação à todos os participantes, levando o destino turístico Curitiba em forma de souvenirs a todos os que consomem seus produtos (SouCuritiba, 2019).

No que concerne à abrangência do projeto, coletou-se dados que equivalem à apuração desde o ano que o projeto entra em vigor, em 2013, até o ano de 2017. Referente ao ano de 2018, foram projetados os números de produtos vendidos e montante de vendas de acordo com o desempenho médio do ano anterior; os demais dados foram obtidos.

Dados	2013 - 2017	2018	Total
Empreendedores	144	22	166
Produtos Vendidos	63.000,00	15.000,00 ¹	78.000,00
Montante de Vendas	R\$ 900.000,00	R\$ 232.000,00 ¹	R\$ 1.132.000,00
Horas de capacitação	418	83	501
Produtos Criados	353	59	412
Produtos Selecionados	240	30	270

Quadro 1: Dados coletados;

Fonte: Elaboração Própria, 2019;

A partir desses dados, chama a atenção o grande número de empreendedores que participam do SouCuritiba e a quantidade de produtos criados para o projeto; foram criados 412 produtos, dos quais 270 foram selecionados para comercialização. Ambos esses fatos demonstram o interesse da sociedade e dos empreendedores locais em participar do projeto, o que evidencia o seu sucesso em agregar a comunidade local.

Também evidencia-se o valor do montante de vendas: foram acumulados mais de 1 milhão de reais através do projeto até 2018 em mais de 78 mil produtos vendidos, o que acarreta em um impacto econômico considerável, principalmente entre os artesãos.

A relação entre a criatividade e economia surge de um conceito amplo que abrange indústrias que vão desde setor artístico até os setores da ciência e da tecnologia (UNCTAD, 2010), onde o turismo é um exemplo de área de atuação.

¹ Projeção baseada nos dados obtidos em 2017.

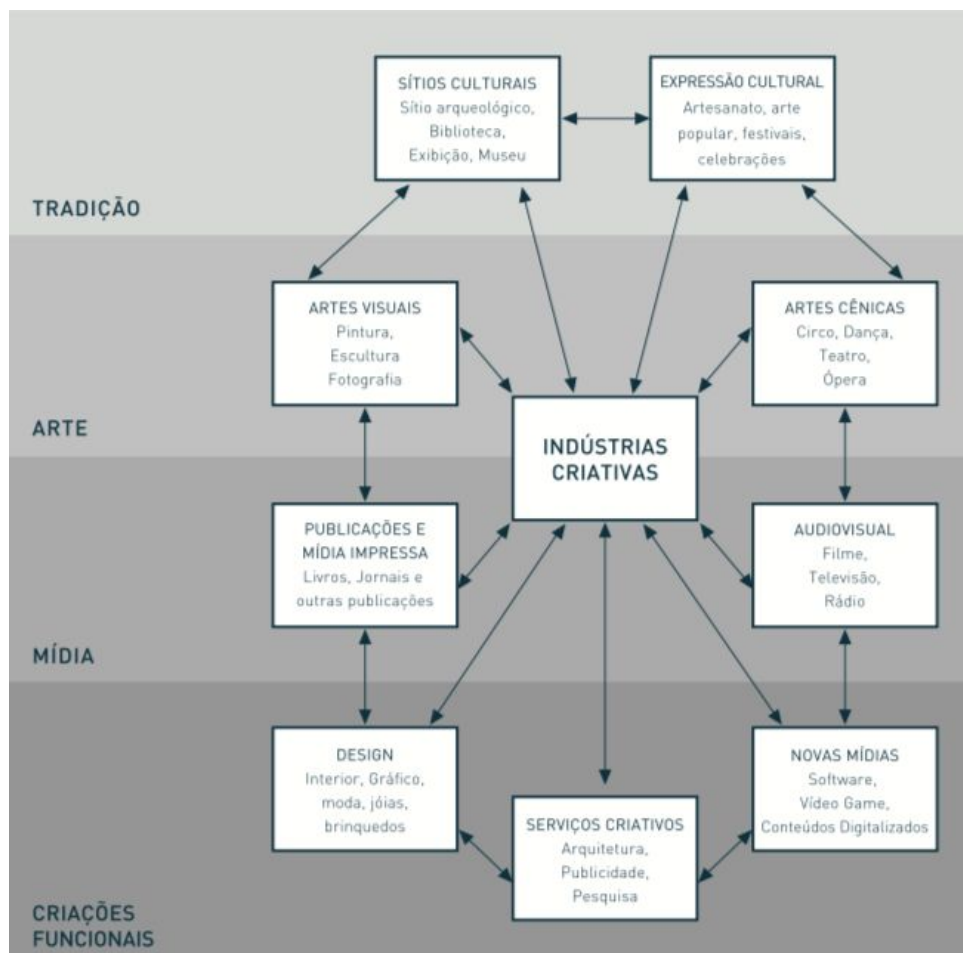


Figura 2: Classificação da UNCTAD para as Indústrias Criativas;
Fonte: UNCTAD, 2010;

Dado o exposto, é possível identificar diversas das caracterizações apresentadas no projeto dentro das conceitualizações de cidade criativa. Considera-se que a iniciativa SouCuritiba abrange áreas de tradição – expressão cultural – arte – artes visuais – criação funcional – design – e, por isso, colabora para a interpretação do município como instigador de Indústrias Criativas, conforme verificado na figura 2, pois as indústrias criativas são os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários (UNCTAD, 2010).

Considerações Finais

Um dos projetos de criatividade desenvolvidos dentro da cidade de Curitiba, no âmbito do turismo e da criatividade, é o SouCuritiba. Como dito anteriormente, a cidade de Curitiba faz parte da Rede Mundial de Cidade Criativas como cidade Design (UNESCO, 2018; ASHTON e NUNES, 2018) e o projeto SouCuritiba Souvenirs não ficou de fora. No ano de 2018, o projeto levou o prêmio bronze do Brasil Design Award – Design de Impacto, na categoria de *Craft for Design* de autoria de Fabbro Design e consultoria, pelo cliente SEBRAE/PR (ABEDESIGN, 2018) como forma do reconhecimento da cidade Design.

Considerando o alcance cultural do projeto, observa-se um grande envolvimento da sociedade, aspecto contemplado pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da UNESCO (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2015). A valorização da cultura local e dos criadores constitui indústrias inovadoras e comunidades sustentáveis e inclusivas. Além disso, a mobilização do projeto em si, propulsiona a Curitiba a manter o título de cidade Design dada pela UNESCO.

O Projeto SouCuritiba é relevante para o entendimento de Curitiba como cidade criativa, onde o constante crescimento do número de empreendedores no projeto representa um maior apoio aos produtores, utilizando o souvenir, valorizando Curitiba como destino turístico.

REFERÊNCIAS

ABEDESIGN. **Brasil Design Award**. 2017. Disponível em:

<<https://brasildesignaward.com.br/o-bda/>>. Acesso em: 05 maio 2019.

ABEDESIGN. **Conheça Os Premiados do Brasil Design Award**. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2Q6fmmr/>>. Acesso em: 05 maio 2019.

ASHTON, Mary Sandra Guerra; NUNES, Raul de Sousa. Curitiba/PR: Cidade Criativa do Design. In: ASHTON, Mary Sandra Guerra (Org.). **Cidades Criativas: Vocação e desenvolvimento**. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2018. p. 92-96. Universidade Feevale.

ASHTON, Mary Sandra Guerra; TOMAZZONI, Edegar Luis; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. **Elementos para a valida o de cidades criativas como destinos turísticos competitivos**. TURyDES, v. 7, n. 17, 2014.

ASSUN O, Diego Martins de; KUHN JUNIOR, Norberto; ASHTON, Mary Sandra Guerra. Cidades Criativas e Vila Flores: Convergências e Semelhanças no Modelo de Gestão para a Inova o Social. **Desenvolvimento em Questão**, Rio Grande do Sul, p.291-321, 12 jan. 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JOHANN, Diane Meri Weiller. **Design e Artesanato: Análise da Gestão, materiais e técnicas utilizadas em grupos de artesãos no Rio Grande do Sul**. 2010. 120 f. Disserta o (Mestrado) - Curso de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: HUCITEC, 2007.

ORGANIZA O DAS NA OES UNIDAS. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Nova York: ONU, 2015.

RICHARDS, Greg. **Creativity and tourism**: The State of The Art. *Annals of Tourism Research*, vol. 38, no. 4, p. 1225–1253, 2011.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: Métodos e Técnicas. São Paulo, Atlas, 1999.

SOUCURITIBA. <http://sites.pr.sebrae.com.br/soucuritiba/>. Acesso em 10 abril de 2019.

UNITED NATIONS TRADE AND DEVELOPMENT. **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa, uma opção de desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: <https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 14 maio 2019.