



ANAIS

ESTUDO DO PAPEL DA ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA PARA AGREGAÇÃO DE VALOR INTANGÍVEL NA GESTÃO DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

FREDERICO ANDREIS BENELI DONADON

fredadministracao@bol.com.br

UNESP JABOTICABAL

ADRIANO DOS REIS LUCENTE

adriano.lucente@unesp.br

FCAV-UNESP

RESUMO: Este artigo tem por objetivo principal analisar se a aplicação da Economia Criativa e a Criação do Valor Intangível proporcionam às cidades envolvidas no Agronegócio brasileiro vantagens competitivas em relação às demais. A referida análise efetivou-se através de um estudo teórico restrito que indicou alguns aspectos condicionantes referentes às cidades do agronegócio da região conhecida como "Região Turística Riquezas do Paraná", cujos municípios compõem a região oeste desse Estado. Como objetivo do estudo propôs-se o aprofundamento no referencial teórico da conceituação sobre Economia Criativa. Para tanto, optou-se por um estudo bibliográfico a respeito desse tema e, visando atingir o objetivo proposto, uma subdivisão em três partes: a primeira delas inclui a introdução e, posteriormente, a pesquisa do referencial teórico sobre o tema abordado. A segunda parte tratou dos procedimentos metodológicos em relação à pesquisa onde pretendeu-se uma busca mais restrita, concentrada no material acadêmico disponível (estudo de caso documental) referente às cidades do agronegócio da região estudada, visando analisar as fontes de valor intangível que geraram vantagens competitivas para tal microrregião, inclusive com breve estudo da eficiência da estrutura e visão organizacional da COOPAVEL, Cooperativa Agroindustrial de Cascavel, e sua relevância para a região oeste do Paraná. Os dados analisados apontaram que algumas estratégias como a união do governo, da sociedade civil e empresas privadas especializadas na gestão agroindustrial geraram sensíveis benefícios econômicos e vantagens competitivas à região. Apesar das limitações em relação ao material documental, os resultados da pesquisa assinalaram que as mudanças econômicas e, em especial, as novas tecnologias e ações empreendedoras, ao fazerem a conexão entre a cultura e a economia, abriram um leque de oportunidades econômicas baseadas em empreendimentos criativos do agronegócio local e geraram sensíveis transformações advindas de tais empreendimentos como o apoio à criatividade individual, à formalização de pequenos negócios, além da geração de emprego e renda.

PALAVRAS CHAVE: Agronegócio. Economia Criativa. Estratégias Competitivas.

ABSTRACT: The purpose of this article is to analyze whether the application of the Economia Criativa and the Criação de Valor Intangível give the cities involved in the Brazilian Agribusiness competitive advantages in relation to the others. This analysis was carried out through a restricted theoretical study that indicated some conditioning factors regarding the agribusiness cities of the region known as the "Região Turística Riquezas do Paraná", whose municipalities make up the western region of this state. The objective of the study was to deepen the theoretical framework of the concept of Economia Criativa. For this, a bibliographic study was chosen on this topic and, in order to reach the proposed objective, a subdivision into three parts: the first one includes the introduction and, later, the research of the theoretical referential on the topic addressed. The second part dealt with the methodological procedures in relation to the research where a more restricted search was sought, focusing on the available academic material (documentary case study) referring to the agribusiness cities of the region studied, in order to analyze the sources of intangible value that generated advantages competitive for such micro-region, including a brief study of the efficiency of the structure and organizational vision of COOPAVEL, Cooperativa Agroindustrial de Cascavel, and its relevance to the western region of Paraná. The data analyzed indicated that some strategies such as the union of government, civil society and private companies specializing in agro-industrial management generated significant economic benefits and competitive advantages to the region. Despite the limitations in relation to documentary material, the research results pointed out that the economic changes, and in particular the new technologies and entrepreneurial actions, in making the connection between

culture and the economy, opened up a range of economic opportunities based on entrepreneurship creative activities of local agribusiness and generated sensitive transformations from such enterprises as support for individual creativity, formalization of small businesses, and generation of jobs and income.

KEY WORDS: Agribusiness. Creative economy. Competitive Strategies.



ANAIS

1. INTRODUÇÃO

A partir do final do século XX e início do atual, profissionais de mercado e acadêmicos dispensam especial atenção a uma nova ordem mundial onde a capacidade de produzir, acumular e utilizar o conhecimento, a informação, o aprendizado e a cooperação, sob a perspectiva de um novo panorama social e econômico, têm-se revelado essenciais para sustentar a competitividade. Vislumbra-se que, no futuro, dominar a produção de bens intangíveis que contemplem simultaneamente práticas favoráveis aos vetores comerciais e não-comerciais do mercado será de grande valia para o surgimento de ambientes propícios à busca por criatividade e inovação (MEFFE, 2010; QUEIROZ; PARADELA, 2017).

Charles Landry, arquiteto inglês e autor reconhecidamente pioneiro na relação entre criatividade e espaço urbano, em prefácio de Reis, Kageyama (2011, p. 11), observa que no campo da inovação o foco tem sido passar de um “estágio de competitividade baseado em investimento”, no qual o desempenho competitivo depende da capacidade de produzir bens e serviços padronizados, para um “estágio de competitividade baseado em inovação”, cujo desempenho competitivo depende da capacidade de produzir bens e serviços inovadores, de fronteira tecnológica, de modo eficiente e sustentável.

Goldenstein (2010, p.8) corrobora a concepção ao observar que “criatividade e inovação são conceitos que se sobrepõem”. Para a autora, no atual paradigma produtivo, torna-se crucial o fomento à criatividade e à inovação, as quais, contando com adequados mecanismos de transmissão, são primordiais para que o resto da economia e sociedade possam se beneficiar. Daí a importância das indústrias criativas ou, mais amplamente falando, da economia criativa, entendida como um conjunto de setores com forte potencial de inovação e criatividade a partir dos quais a economia ganha competitividade e sustentabilidade no mundo globalizado.

Na visão de Santos-Duisenberg (2008, p.55) uma característica proeminente do século XXI é o crescente reconhecimento de que “a criatividade e o talento humano, mais do que os fatores de produção tradicionais, como o trabalho e o capital, estão se tornando rapidamente um poderoso instrumento para fomentar ganhos de desenvolvimento”. Além do mais, segundo a autora, divisa-se uma mudança gradativa de paradigma na era da Sociedade da Informação do século XX em direção a uma abordagem mais holística da Economia Criativa do século XXI, em que a força motriz é a criatividade liderada pelo conhecimento e apoiada pela conectividade,

Reis (2013) pondera que, quando há uma transformação baseada em contexto local, a união do governo, sociedade civil e empresas privadas pode trazer desdobramentos de grande expressividade quanto aos benefícios culturais, sociais e econômicos. Ainda, segundo a especialista, a economia criativa não é apenas um apanhado de setores embalados em uma nova categoria, mas o emblema de um novo ciclo econômico, que surge como resposta a problemas globais renitentes, que motiva e embasa novos modelos de negócios, processos organizacionais e institucionais e relações entre os agentes econômicos e sociais.

Dessa forma, algumas ações públicas e/ou privadas têm buscado valorizar as peculiaridades regionais e, mais que isso, transformar a economia intangível em algo que possa ser fonte de lucro local ou regional, entendendo-se aqui a economia como algo cultural, no sentido mais amplo, que inclui as manifestações de talento das cidades e grupos, em detrimento

ANAIS

de muitas outras regiões do Brasil que deixaram de valorizar características intrínsecas ao seu povo para adotar hábitos comuns e popularizados através de diferentes meios (rádio, televisão, mídias digitais e outros) (REIS, 2008).

Neste contexto, também no agronegócio brasileiro, de forma geral, a retomada dos investimentos vem ocorrendo de forma significativa. É um setor com vantagens competitivas altamente relevantes, porém que tem se mostrado ineficaz para gerar os empregos que o país precisa. A questão mais premente e simultaneamente mais difícil que se coloca hoje para o Brasil e para o setor agroindustrial é como construir um caminho que resulte na sustentabilidade do crescimento e como garantir uma inserção internacional privilegiada num mundo cada vez mais competitivo e complexo (GOLDENSTEIN, 2010, p.5).

Face ao exposto, o objetivo geral do presente trabalho é conhecer a evolução dos conceitos de Indústrias Criativas, Economia Criativa, Cidades Criativas e Valor Intangível ao longo do tempo. Além da presente introdução, a segunda parte trata dos procedimentos metodológicos em relação à pesquisa exploratória e bibliográfica em que pretende-se uma busca mais restrita, concentrada no material acadêmico disponível. Tem-se, assim, como objetivos específicos um estudo de caso documental, referente às cidades do agronegócio da região conhecida como Região Turística Riquezas do Paraná, cujos municípios compõem a região oeste do Estado, em investigação que permite a identificação das fontes de valor intangível que geram vantagens competitivas para a referida microrregião, bem como um breve estudo da eficiência da estrutura e gestão organizacional da COOPAVEL (Cooperativa Agroindustrial de Cascavel) no agronegócio da mencionada região. Finalmente, como proposta de conclusão para o presente estudo pretende-se relevar as principais estratégias usadas para agregação do valor intangível que geram vantagens competitivas nas cidades ditas criativas.

2. REVISÃO TEÓRICA

2.1 Economia Criativa e Indústrias Criativas: alguns conceitos

Procopiuck e Freder (2013) ressaltam que as primeiras discussões internacionais sobre economia criativa surgem em 1994, com a publicação do relatório *Creative Nation*, na Austrália, dentro de um contexto de tornar o país uma Nação Criativa. Em 1997, o tema ressurgiu no Reino Unido, que então vivenciava uma crise econômica, e optou por adotar a economia criativa, por meio das indústrias criativas, como estratégia para reestruturação econômica.

O termo Economia Criativa foi cunhado em 1995 pelo arquiteto e pensador britânico Charles Landry, autor seminal nos estudos sobre cidades criativas, que se debruçou sobre a complexa mistura de elementos que leva gente talentosa a se interessar por esta ou aquela cidade em especial. Autor do livro *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* (“Cidades criativas: um kit de ferramentas para inovadores urbanos”), Landry resalta que essas cidades são autênticas em identidade, atraem pessoas de outras regiões e mantêm sua história viva na paisagem e na memória.

Outro precursor da Economia Criativa, Howkins (2001), usou pela primeira vez o termo em seu livro “*The Creative Economy*” e definiu Economia Criativa como um conjunto de processos que envolvem criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos, ou

ANAIS

seja, como um conjunto de atividades as quais resultam em indivíduos exercitando a sua imaginação e explorando seu valor econômico. O autor reuniu conceitos até então não plenamente mapeados sobre como a criatividade e a inovação interferem na economia.

A Economia Criativa tem o potencial de fomentar o crescimento econômico, a criação de empregos e os ganhos de exportação, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Ao abarcar aspectos econômicos, culturais, tecnológicos e sociais, a Economia Criativa tem ligações entrelaçadas com a economia geral nos níveis macro e micro, por isso, a dimensão de desenvolvimento. Já que a criatividade é a força motriz principal, e não o capital, a Economia Criativa parece ser uma opção viável e uma estratégia de desenvolvimento mais orientada a resultados para os países em desenvolvimento. Longos debates estão dando forma à conceptualização em torno da Economia Criativa e à definição das indústrias criativas nesse cenário amplo. Ambos são conceitos novos que abordam a dinâmica da criatividade no nosso mundo interdependente (UNCTAD, 2006).

Segundo Wachowicz (2012), em termos conceituais, o tema está em evolução e reflete sobre a construção de estratégias de desenvolvimento ditas convencionais voltadas para a produção primária e para os processos industriais, para uma nova maneira de estruturar estratégias econômicas a partir da interface entre economia, cultura e tecnologia. Serra; Fernandez (2014, p.356) registram que a Economia Criativa é uma área de estudo que está assumindo importância crescente como atividade econômica de grande potencial de aplicação no campo das políticas públicas e agendas governamentais nacionais e locais de forma permanente.

Pelo exposto denotam-se aspectos conflitantes em relação à conceituação e aos setores que constituem a indústria criativa ou economia criativa, ou ainda, cidades criativas. Os referenciais pesquisados atribuem tal diversidade de interpretações ao fato de que, originariamente, o termo utilizado na língua inglesa “creative industries” pode ser traduzido como indústria, setor ou economia, dependendo da intenção do governo ou linha de modelo pelo qual é utilizado.

2.2. Economia Criativa no Brasil

Serra; Fernandez (2014, p.366) registram que no Brasil os levantamentos sistemáticos sobre cultura e criatividade, que receberam o nome de Sistema de Informações e Indicadores Culturais, começaram a ser feitos pelo IBGE em 2004, após celebração de convênio com o Ministério da Cultura (MINC). Em setembro de 2011 o Brasil lança, por meio do Ministério da Cultura (MINC), o “Plano da Secretaria da Economia Criativa”, que prevê políticas, diretrizes e ações para o setor da economia criativa no período de 2011 a 2014. Em junho de 2012, é aprovada por decreto 7743 de 1º de junho de 2012, a criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), subordinada ao Ministério da Cultura e que tem como missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é tornar a cultura um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro.

De acordo com Reis (2007), os traços comuns às cidades criativas são:

ANAIS

- a organização de um projeto cultural como catalisador de um programa complexo, transformador e transversal a diferentes setores (economia, meio ambiente, turismo, educação);
- o reconhecimento da necessidade de uma transformação profunda, motivada por uma situação de crise econômica e social (estagnação econômica, violência, desesperança, baixa autoestima), em cumplicidade com uma determinação inequívoca de sobrepujar obstáculos;
- a apropriação do programa pela comunidade, ainda que inicialmente não seja ela a protagonista;
- a identificação de traços distintivos (ainda que latentes) da cultura local, cuja originalidade é percebida e apreciada pelo olhar de quem é de fora. Com isso, quebra-se a falsa dicotomia entre preservação da cultura local e abertura para o turismo e se garante a continuidade do turismo mesmo fora dos períodos de realização do projeto;
- o apelo a um turista qualificado, que entende a cidade como a casa de sua anfitriã e procura conhecê-la e vivenciá-la com respeito;
- a aliança entre as instituições públicas, privadas e do terceiro setor, com governança claramente definida, não importando qual dos três tenha se destacado no início desse processo de transformação;
- o investimento na qualificação dos recursos locais, na capacitação de crianças e jovens e na organização de atividades de conscientização e expansão da capacidade de raciocínio da comunidade;
- a visão de que a sustentabilidade cultural local é dependente de sua sustentabilidade econômica. Isso não equivale a dizer que o valor de mercado se sobreponha aos valores culturais, mas sim que as duas esferas são complementares e necessárias para que a comunidade tenha a possibilidade de fazer suas próprias escolhas;
- o combustível cultural de altíssima octanagem que se dá pelo rompimento das fronteiras entre erudito e popular, externo e local, grande nome e jovem talento.

A tendência molda a nova economia mundial, com pequenas e médias empresas representando grande parte do PIB. Uma economia feita por otimistas, persistentes e sonhadores, é assim que estamos percebendo este momento da economia criativa no agronegócio brasileiro. Os empreendedores em seus negócios inovadores acreditam que podem, acima de tudo e contra todas as probabilidades, construir algo melhor e contribuir com mudanças para um mundo mais igualitário (REIS, 2013).

Assim, o revelar da economia dos bens intangíveis fere o cerne da concepção tradicional econômica e gera mudanças em toda estrutura social. A Nova Economia, intangível, gratuita e participativa gera as transformações ocorridas no mercado que mudaram os paradigmas da economia tradicional. A economia moderna tem passado por uma grande transição, da economia do tangível, do acúmulo, para a economia do intangível, da circulação e da atenção (do agora). Por séculos a riqueza e o poder eram medidos de forma tangível (palpável), sendo representados pela posse de uma determinada reserva de valor. Essa nova economia, entretanto, convive com a dificuldade de mensuração adequada dos custos de produção e um elevado grau de complexidade da valoração financeira dos mesmos. Estas são características inerentes aos bens intangíveis, que formam uma das bases da economia do futuro (VILHENA, 2010).

Huberman (1976), ao refletir sobre a trajetória da humanidade, condicionou que o eixo das ações e reações sociais tem uma relação central com os aspectos econômicos. Na visão do

ANAIS

autor, as relações familiares, religiosas, militares e as ascensões feudais e burguesas são observadas única e exclusivamente pelos interesses econômicos que movem as pessoas e a sociedade. Como Huberman perceberia hoje a ampliação dos negócios criativos e, na maioria das vezes, gratuitos? Certamente justificaria a gratuidade apenas pelos ganhos financeiros indiretos e paralelos, como se a intenção sempre fosse ganhar dinheiro de imediato. Entretanto, a sua visão lateral deixaria uma sombra sobre o que existe de mais inovador nesta virada de século, o emergir da economia dos bens intangíveis, que potencializa um fluxo, não necessariamente comercial, de geração de riqueza (MEFFE, 2010).

A Economia Criativa conseguiu, portanto, por meio da agregação de traços de outros conceitos, um toque próprio e inovador. Da economia da experiência, reconhece-se o valor da originalidade, dos processos colaborativos e da prevalência de aspectos intangíveis na geração de valor, sobretudo na cultura. A economia do conhecimento possibilita ênfase no trinômio tecnologia, qualificação de trabalho e geração de direitos de propriedade intelectual. E, da economia da cultura, surge a proposta de valorização da autenticidade e do intangível cultural único e inimitável (REIS, 2013).

2.3 Cidades Criativas

Para a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) o significado de Cidades Criativas está diretamente relacionado ao funcionamento econômico e social de uma cidade. É na cidade que as pessoas desenvolvem suas atividades econômicas, sociais, culturais e, também, seu potencial criativo. Sob este ponto de vista socioeconômico e cultural, todas estas iniciativas compõem o ecossistema urbano e criativo, fazendo com que uma cidade seja criativa (UNCTAD, 2010).

Ainda, segundo UNCTAD (2010), o funcionamento de um ecossistema urbano só ocorre por meio da realização de ações integradas entre os diversos atores sociais, como por exemplo, público, privado, sociedade civil e universidades. Estas ações devem de um lado estimular a criação de arranjos, relações sociais e espaços apropriados onde os profissionais criativos tenham condições de desempenhar suas atividades econômicas e, de outro, oferecer um ambiente propício para que haja o consumo e a fruição destes produtos ou serviços originários da criatividade.

Reis (2008) destaca alguns traços característicos e marcantes do modelo conhecido como “cidades criativas”. Segundo a autora, especialista em Economia Criativa, referidas cidades trazem a cultura em sua essência e a tecnologia como veículo propulsor, além da organização dos mercados em redes, das parcerias entre os agentes sociais e econômicos, da prevalência de aspectos intangíveis da produção, do uso das novas tecnologias para a produção, distribuição e/ou acesso aos bens e serviços e da unicidade da produção, fortemente ancorada na singularidade que tem como pressuposto de sustentabilidade a melhoria do bem-estar e a inclusão socioeconômica. Na concepção da especialista, “cidade criativa” é um novo paradigma cuja sustentabilidade proporciona a melhoria do bem-estar e a inclusão socioeconômica.

ANAIS

Alguns exemplos de cidades criativas, segundo Reis (2008), são Paraty/RJ com a FLIP (Festa Literária Internacional), Florianópolis/SC, que conquistou o selo de Cidade Criativa da Unesco na área de gastronomia, Blumenau, também em Santa Catarina, com a Oktoberfest e Parintins/AM, com o Festival Folclórico, dentre outras. Serra; Fernandez (2014) registram que no Brasil merecem destaque também a expansão dos arranjos produtivos locais (APL) criativos, a valorização de cidades e regiões em decorrência de eventos culturais que ocorrem de forma permanente e a inclusão da economia criativa nas atividades-núcleo dos principais parques tecnológicos em implantação. Os autores destacam entre os APLs a Economia do Círio de Nazaré de Belém, no Pará; o Arranjo Produtivo do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte, Ceará e o APL de Bordados de Caicó, no Rio Grande do Norte, além do Polo de Cerâmica Artística de Cunha e do turismo religioso de Aparecida do Norte, no estado de São Paulo.

6

3. MATERIAL E MÉTODOS

3.1. Estudo de Caso - Cidades criativas da Região Turística Riquezas do Oeste

Neste contexto, um caso chama a atenção no cenário do agronegócio, a instituição, no Paraná, principalmente na região oeste, mais conhecida como Região Turística Riquezas do Oeste, de uma rede de articulação efetivada por membros que atuam em diversas organizações da sociedade civil e que, de modo pioneiro, promovem estudos, dentre outras atividades, nas áreas temáticas da Economia Criativa do Agronegócio local e regional.

Da agropecuária à indústria, dos eventos técnicos aos comerciais, no Paraná a prosperidade dos setores econômicos acontece, destacando-o no Brasil e no mundo, razão pelo qual tal Estado e região foram escolhidos para complementar o presente artigo como estudo de caso, desenvolvido via análise documental.

Na Região Turística Riquezas do Oeste está presente a COOPAVEL, que promove o Show Rural COOPAVEL, evento que tem como principal objetivo a difusão de tecnologias voltadas ao aumento de produtividade de pequenas, médias e grandes propriedades rurais. Outro evento bastante importante, que ocorre em Cascavel/PR, é a EXPOVEL, que demonstra a relevância do agronegócio ao mesmo tempo que apresenta as melhores atrações com gastronomia variada, shows, leilões e rodeios.

Localizado em uma área importante de Cascavel/PR, o Parque Ecológico Paulo Gorski é a maior Reserva Ecológica Urbana do sul do Brasil e conta em sua estrutura com o Teatro do Lago, Espaço Cultural Igreja do Lago, Kartódromo, fonte, chafariz, playground, restaurante, ciclovia, trilha ecológica e pista de patinação. Também em Cascavel/PR, a Colônia São Francisco de Assis se destaca por ser uma área no meio rural com hípica, trilha ecológica, lago com praia artificial e uma ilha com restaurante.

Tais eventos fazem da gastronomia e tecnologia um forte apelo aos seus visitantes. Assim, a “Região Turística Riquezas do Oeste” é destaque em turismo gastronômico por sediar algumas das mais importantes festas do Estado. A Festa Nacional do Porco no Rolete surgiu em Toledo/PR a partir de um simples desafio entre amigos que, usando a matéria-prima abundante no citado município, o porco, resolveram promover um torneio no qual seria vencedor aquele que apresentasse a mais saborosa receita de um suíno assado por inteiro. A brincadeira deu certo e a principal festa popular da cidade tem hoje 38 anos. Além desta, a Festa Nacional do Frango é outro exemplo de festa na região, ocorrendo em Toledo/PR todo ano.

ANAIS

Festivais de teatro, dança e música, assim como outros eventos culturais e agropecuários também se realizam na região que vem se consolidando no turismo de eventos e negócios. O cultivo de flores também é uma das grandes atrações do município.

Em Toledo/PR, destaca-se, ainda, o Parque Ecológico Diva Paim Barth que tem como atrações o Aquário Municipal com 25 espécies de peixes nativos do rio Paraná e o Parque das Aves, em meio ao Horto Florestal.

Ainda compondo o turismo rural praticado através de roteiros vinculados à agricultura familiar que integram o campo e o turista entre os atrativos da Região Turística Riquezas do Oeste está Matelândia/PR, que conta com o Circuito Sabiá de Turismo Rural, onde há a forte influência da cultura italiana e alemã nos hábitos de alimentação, no jeito de falar e de contar histórias, despertando nos visitantes aspectos nostálgicos e um olhar para suas próprias raízes culturais.

Na cidade de Maripá/PR cresce o cultivo de orquídeas e em Corbélia/PR esta e outras espécies de flores oferecem aos viajantes um espetáculo de cor e beleza. Além disso, o município de Maripá/PR, por meio de ações público-privadas que valorizaram a enorme quantidade de orquidários, peixe e tratores do local, promove, com sucesso, ao longo do ano, eventos como a Festa das Orquídeas, do Peixe, o “Arrancadão de Tratores” e a “Festa do Costelão”, tornando-se um referencial turístico para o estado do Paraná e um exemplo de gestão bem sucedida dentro do agronegócio local.

As riquezas dessa Região Oeste perpassam, ainda, pelas artes, especialmente pela música e pela dança, em eventos e manifestações culturais, como comprova o conhecido Festival de Dança de Cascavel/PR e o Festival de Música no mesmo município. Além de apresentações de artistas locais e de outras cidades, os festivais contam com aulas e oficinas.

O turismo de lazer é praticado nas áreas naturais com cenários exuberantes, sendo um convite também à prática da pesca e de esportes náuticos na Região Turística Riquezas do Oeste. Nesta região é possível conhecer também uma das hidrelétricas que geram mais energia para o Paraná, a Usina Hidrelétrica Governador José Richa, no município de Capitão Leônidas Marques/PR. No local é possível visitar a área da Represa de Salto Caxias que permite a apreciação de belas paisagens com opções de lazer, pesca e náutica. Em Nova Santa Rosa/PR é encontrada uma estância de lazer com tobogãs, piscinas de água corrente, camping, áreas para prática de esportes e o rio Guaçu, com opções para pesca, rafting e passeios de barco, além de um café colonial com produtos locais.

3.2 Eficiência da estrutura e visão organizacional da COOPAVEL e sua relevância para o cooperativismo agrícola da Região Turística Riquezas do Oeste do Paraná

Pelos levantamentos efetuados junto à Secretaria de Esporte e Turismo do Paraná, ano-base 2015, detectou-se que, efetivamente, as cidades da região oeste do Paraná surpreendem pela intensa atividade no agronegócio, com grande destaque para a atuação das cooperativas.

A competitividade das cooperativas no mercado brasileiro é vinculada diretamente à organização e gerenciamento (SILVA; HOLZ, 2008). Bialoskorski (2009) admite que a missão da cooperativa agrícola é a de servir como uma estrutura intermediária entre as economias dos cooperados e o mercado, permitindo a integração do produtor na dinâmica produtiva, barateando custos de produção e comercialização e incrementando os seus negócios. O autor

ANAIS

afirma ainda que há uma necessidade de acompanhamento das tendências de mercado, de maneira global, para que estas possam influir nos atos decisórios das organizações. Assim, as cooperativas agroindustriais têm sido, cada vez mais, influenciadas pela economia de mercado e um meio de adaptação ao sistema atual demonstra a valorização das ferramentas gerenciais, também conhecidas como recursos internos.

As cooperativas contribuem para a evolução dos seus associados em duas grandes dimensões, a econômica e a social. Na dimensão econômica verifica-se o melhoramento da renda através da melhor disponibilidade do produto ou serviços do cooperado para o mercado consumidor, enquanto na dimensão social ocorre por meio da inclusão social e da disponibilização, ao cooperado, de novos conhecimentos, além de aproximá-lo de uma rede de contato com outros cooperados. A cooperativa fomenta a educação local, através de cursos, palestras e seminários que são ministrados aos cooperados e colaboradores.

Na Região Turística Riquezas do Oeste faz-se presente a COOPAVEL, bem sucedida no Estado do Paraná e responsável pela produção de grãos em larga escala, destacando-se atualmente entre as maiores empresas do agronegócio brasileiro. Fundada em 1970, a Cooperativa contava, em 2015, com três mil filiados em suas 24 filiais, presentes em 17 municípios das regiões Oeste e Sudoeste do Paraná. Em atividade há mais de 31 anos, com 44 estabelecimentos, a referida organização apresenta uma estrutura corporativa grande e complexa.

Segundo levantamento documental, alguns fatores contribuíram para o desenvolvimento da COOPAVEL e, dentre os principais, pode-se citar a redução de custos, gestão de estoque mais eficiente, melhor aplicação dos ativos e maior agilidade nos processos decisórios.

Os produtos gerados pelas cooperativas são os mesmos gerados pelas empresas privadas ou governamentais, cabendo, assim, aos administradores estarem atentos ao mercado, alinhando necessidades externas com internas de modo a produzir bens competitivos, que gerem benefícios aos cooperados. Costa et al. (2012) ponderam que as cooperativas possivelmente continuarão a desempenhar importante papel no futuro, se conseguirem solucionar seus problemas organizacionais e adotarem estratégias competitivas alinhadas com a nova realidade da economia mundial.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na prática das concepções anteriormente mencionadas, cada vez mais os envolvidos no agronegócio procuram criar empreendimentos a partir de ideias criativas e recursos intangíveis e tal comportamento exige cada vez mais a participação dos governos através de políticas público-privadas bem implementadas, para atender à demanda dessa especial postura do empreendedor. Nesse cenário, Kon (2015) relata que a cadeia criativa brasileira tem emergência ativa como força econômica, mas falta, ainda, experiência para o desenvolvimento de modelos globais de ação pública.

Goldenstein (2010) acredita que o caminho para destravar o reconhecidamente baixo investimento em inovação das empresas brasileiras passa pelo fortalecimento dos setores que compõem a chamada Economia Criativa, por sua capacidade de criar uma demanda mais sofisticada, assim como as condições de resposta da oferta para suprir esta demanda.

ANAIS

Dependentes de uma mão de obra mais educada, os setores que compõem a Economia Criativa remuneram melhor seus trabalhadores os quais, conseqüentemente, têm demandas mais aprimoradas, renda para exercê-las e capacidade para produzi-las.

Assim, pelo levantamento documental feito sobre a Região Turística Riquezas do Oeste, no estado do Paraná, detectou-se, inicialmente, que é um projeto bem sucedido porque um dos principais pilares da economia paranaense é o Agronegócio, sendo que as cooperativas tomam um espaço cada vez maior do setor e são muito atuantes.

Dentro do agronegócio das consideradas “cidades criativas” da mencionada região, há alguns fatores decisivos para a vantagem competitiva da região oeste do Paraná em relação às demais como criatividade, ampliação dos ramos, segmentos e atividades das empresas e dos municípios e a liderança e convergência de interesses entre gestores públicos, privados e a sociedade civil.

Como fatores adicionais destacam-se ainda a disponibilidade de infraestrutura suficiente em relação à tecnologia e comunicações; a busca de formas de geração de emprego, renda e bem estar; a apropriação dos benefícios da economia criativa por parte das comunidades que os originaram; acesso adequado a financiamento; a capacitação e qualificação profissional para os novos perfis de trabalhadores e a formação de um ambiente que reconhece o valor econômico da criatividade e do intangível cultural. Segundo Fonseca Reis (2008) estas são algumas das características essenciais para a criação de vantagens competitivas e, pelo estudo desenvolvido, elas se fazem presentes nas cidades do Agronegócio da Região Turística Riquezas do Oeste.

Reis (2013) alerta que é preciso reconhecer que a criatividade é recurso necessário, mas não suficiente, para que a economia criativa se desenvolva. Governança, infraestrutura onipresente de tecnologia e comunicações e educação com um perfil diferenciado são elos fundamentais para sustentar um processo de desenvolvimento ancorado na Economia Criativa. Após estudo das ações locais da região oeste do Paraná percebe-se que há um esforço conjunto para atração de empreendedores, empresas, talentos, bem como esforços no sentido de retenção e manutenção dos empreendedores conquistados.

As características empreendedoras assinaladas acima corroboram o propósito inicial do presente artigo de demonstrar que a aplicação da economia criativa e a conseqüente criação do valor intangível proporcionam às cidades do Agronegócio brasileiro vantagens competitivas em relação às demais, propósito esse desenvolvido no estudo bibliográfico sobre a Região Turística Riquezas do Oeste, no estado do Paraná, em uma amostragem intencional visto que a maior parte dos especialistas em Economia Criativa citavam as “cidades criativas” da referida região.

5. CONCLUSÕES

Com base nos levantamentos feitos conclui-se pelo presente estudo que a Economia Criativa tem se tornado, efetivamente, uma atividade econômica que gera emprego, possibilidades de qualificação e lucro. Porém, para tornar os municípios competitivos, há a necessidade de aplicação de planos, objetivos e metas que possibilitem o crescimento e desenvolvimento dos municípios e empresas, ou seja, a criação de condições para que as vantagens competitivas apareçam, já que as mesmas são resultantes do protagonismo, de

ANAIS

iniciativas, planos e ações dos gestores e lideranças público-privadas e institucionais e de pesquisas sérias e direcionadas sobre o potencial criativo existente regionalmente, entre outros.

Finalmente, com base nas evidências observadas ao longo da presente pesquisa, recomenda-se levar em consideração a criação de novos estudos, bem como o aprofundamento do material acadêmico já existente, bastante restrito atualmente uma vez que o tema Economia Criativa está concentrado em estudos de um número reduzido de pesquisadores, visando, dessa forma, o avanço do debate acerca do tema pautado dentro do potencial de políticas públicas, possibilitando, assim, a ampliação de uso das pesquisas em contribuições acadêmicas futuras.

10

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIALOSKOSKI N., S. **Agribusiness cooperativo** In: BATALHA, M. O. (Org.). **Gestão Agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CHADDAD, F.R.; COSTA D.R.M.; AZEVEDO P.F. **Determinantes da separação entre propriedade e gestão nas cooperativas agropecuárias brasileiras** - R. Adm., São Paulo, v.47, n.4, p.581-595, out./nov./dez. 2012.

GOLDENSTEIN, L. **Economia Criativa**. LGoldenstein Consultoria, p.1- 24, 2010.

COSTA, D.R.M. et al. Determinantes da separação entre propriedade e gestão nas cooperativas agropecuárias brasileiras. **R. Adm.**, São Paulo, v.47, n.4, p. 581-595, 2012.

HOWKINS, J., **The Creative Economy: How People Make Money From Ideas**. Allen Lane: Penguin. 2001.

HUBERMANN, L., **História da Riqueza do Homem**, Editora Zahar, 11a edição (traduzida da 3a edição, publicada em 1959), Rio. 1976.

KON, A. **The New Political Economy of the Services, Publisher Perspective**, São Paulo.2015.

LANDRY. C. **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators**. (“Cidades criativas: um kit de ferramentas para inovadores urbanos”). London: 2.ª ed.2008.

LANDRY C. **Cidade Criativa: a História de um Conceito**, in Reis; Kageyama, 2011, **Prefácio**, p.7 a 15.

MEFFE, C. A Nova Economia será a dos bens intangíveis. **Revista Linux Magazine**, n.68, julho de 2010. Publicação *on-line* agosto, 2010. Linux New Media do Brasil Editora Ltda., 2010.

PROCOPIUCK, M. e FREDER, S. M., **Políticas públicas e fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional**. In: 1ª Seminário de Planejamento e Desenvolvimento. Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná: Programa de Planejamento e Governança Pública, 2013.

QUEIROZ, A.L.; PARADELA, C.L. Empreendedorismo, Indústria Criativa e Economia Criativa: uma Evolução Conceitual. **Revista Eletrônica Estácio Papyrus**, v.4, p.124-146, jul./dez.2017.

REIS, A.C.F.; KAGEYAMA, P. **Creative City Perspectives** (Org.). São Paulo: Garimpo de Soluções e Creative City Productions, 2011. 160p. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>. Acesso abril 2017.

REIS, A. C. F. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável** (*Manole*, 2006 – Prêmio Jabuti 2007).2006.

_____ - **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento** / organização Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo: Itaú Cultural, 2008.



ANAIS

_____ - Projeto CRIATICIDADES, Economia Criativa.2013.

REVISTA EXAME, A Nova Economia (reportagem de capa), Edição 695, de 25 de agosto de 1999, Editora Abril.

SANTOS-DUISENBERG, E., “**Harnessing the creative economy in developing countries**”. Artigo apresentado no Comitê Cultural do Mercosul, Caracas, nov. 2005.

_____ **VISÕES GLOBAIS - A Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável?** in ECONOMIA CRIATIVA como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento/ organização Ana Paula Fonseca Reis. – São Paulo: Itáú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008.

SECRETARIA DO ESPORTE E TURISMO DO PARANÁ – Informe Turístico Especial - Curitiba – PR. 2015.

SERRA, R.; FERNANDES, R. S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. Economia Criativa, **RAI – Revista de Administração e Inovação**- São Paulo, v. 11, n.4, p. 355-372, dez. 2014.

SILVA, L. X.; HOLZ, V. R. **O cooperativismo e seu comportamento diante do capitalismo atual: aspectos teóricos e evidências empíricas**. In: ENCONTRO DE PESQUISADORES LATINO-AMERICANOS DE COOPERATIVISMO, 5, 2008, Ribeirão Preto. Anais. Ribeirão Preto: FUNDACE, 2008.

UNCTAD - **Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento** - Creative Economy & Industries Newsletter, n. 3, ago. 2006.

_____ - **Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - Relatório de Economia Criativa 2010**. São Paulo: p. 394. 2010.

VILHENA, H., **Nova Economia: Intangível, Gratuita e Participativa**. Escola de Redes – Grupo de Estudos.2010.

WACHOWICZ, M., **A construção de um Marco Regulatório para a Economia Criativa no Brasil**. In: Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011- 2014. Brasília 2012.