

Nós, artistas, produtores culturais e fazedores de cultura, nos dirigimos aos Vereadores de Jundiaí para reforçar nossas posições com relação ao Plano Diretor em análise nesta Câmara.

Para isso, este texto está dividido em três partes. A primeira é uma visão baseada na cultura e de como este plano proposto é benéfico e traz um novo olhar para a cidade de Jundiaí.

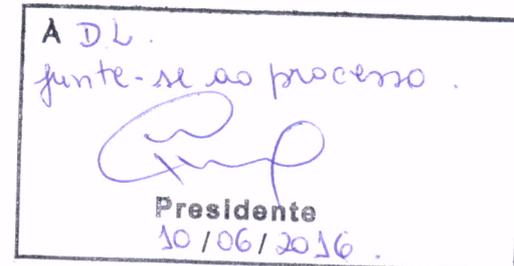
A segunda parte é um levantamento de dados econômicos, de variados e respeitados institutos, demonstrando o papel desse olhar para o desenvolvimento de novas formas possíveis, melhores, mais eficientes e necessárias para nossa cidade.

E a terceira parte comenta sobre como, juntas, a economia, a cultura, a criatividade e a inovação podem fazer com que setores normalmente subestimados na discussão do desenvolvimento da cidade se tornem preponderantes.

## Cultura no eixo central de desenvolvimento da cidade

Durante todo o processo de elaboração de nossas propostas e de discussão dos temas do Plano Diretor, buscamos respostas para questões essenciais e que, acreditamos, precisam ser respondidas por todos:

Que cidade é essa chamada Jundiaí?,  
Qual é sua cultura?,  
Quem são seus fazedores de cultura?,  
Quais são suas indústrias culturais?,  
Quais são suas demandas?,  
Quais suas oportunidades de trabalho, geração de renda e desenvolvimento?,  
Qual é a cidade que queremos para o futuro em pleno século 21?,



A DL.  
junte-se ao processo.  
Presidente  
10/06/2016.

O mundo que nos formou está desaparecendo rapidamente, sendo constantemente transformado e readaptado. Percebemos que outro tipo de desenvolvimento é possível para a cidade. Um desenvolvimento que leve em consideração um número maior de visões, de problemas e de propostas. Por esse motivo precisamos repensar o papel das cidades, de seus recursos e de como o planejamento territorial funciona.

Esse novo mundo se desenha amplamente globalizado, competitivo, com troca constante de informações que circulam livremente e velozmente por todo canto. Assim, movido por este cenário absurdamente dinâmico, passou-se a entender que o valor agregado é gerado pelas ideias que se transformam em inovações, invenções e direitos autorais, mobilizando muitos países e cidades, conforme buscavam novas respostas, a criar um propósito para si mesmos e a geração de novos empregos.

A cidade deve ter empresas, indústrias e negócios mas não pode ser vista apenas como uma empresa, uma indústria ou um negócio. Boa parte da crise econômica que vivemos hoje se

justifica por um modelo de desenvolvimento que se exauriu. A desindustrialização nas cidades é real e novas formas de negócio, de geração de emprego e de valores surgiram - e Jundiaí precisa se adaptar a essa realidade ao lado de seus pontos fortes.

A criatividade passa a ter um papel essencial na forma como a cidade se desenvolve, se transformando em motor do desenvolvimento. Para aproveitar ao máximo a criatividade, precisamos considerar seus recursos de modo mais amplo, baseando-nos na história dos lugares e em sua cultura. Ter a cultura e a criatividade no centro da discussão nos leva a entender de onde um lugar veio, por que ele está como está e como pode criar seu futuro por meio de seu potencial. Esses recursos culturais são a matéria-prima da cidade e sua base de valores, seus ativos, substituindo o carvão, o aço ou o ouro.

Criatividade, portanto, é um método para explorar esses recursos e ajudá-los a crescer. A tarefa que os urbanistas têm é de reconhecer, administrar e explorar esses recursos, de modo responsável, onde áreas como a cultura local ou inovadora devem moldar as características técnicas do planejamento e do desenvolvimento territorial ao invés de serem vistas como um acessório secundário a ser considerado apenas depois que questões como habitação, transporte ou ocupação do solo estiverem resolvidas.

Assim sendo, essa centralidade da cultura transforma o planejamento territorial, bem como o desenvolvimento econômico e as questões sociais, direcionando a atenção para o que é único, especial e diferente de cada lugar.

## **A dinâmica da economia criativa em Jundiaí**

As ideias da Economia Criativa, por nós defendidas durante esse processo, são apenas uma ferramenta para transformar em algo mais concreto conceitos que são completamente subjetivos. É preciso ressaltar que o aspecto econômico (que é muito favorável) é apenas um, e nem o mais importante, dessa tal Economia Criativa.

Quanto a cidade lucra com suas iniciativas culturais e com seus empreendedores criativos?

De acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), em 2010, somente a cultura representava 5% da mão de obra empregada formalmente no País e quase 6% do PIB nacional. Apenas nessa área são 3,7 milhões de empregos formais com média salarial quase 44% superior à média nacional.

Mas a cultura é apenas uma parte da chamada economia criativa, que engloba as funções diretamente ligadas ao desenvolvimento e essenciais para as cadeias produtivas locais e nacionais. De acordo ainda com o IBGE e FIESP, para cada R\$ 1 milhão aplicado nesse tipo de atividade são gerados 160 empregos diretos (contra 69 na indústria automotiva, 70 na construção civil ou 139 no setor de vestuário). Ou seja, novos modelos econômicos são

possíveis e muito mais vantajosos para a cidade do que os que tradicionalmente são empregados.

A Economia Criativa apresenta ainda um crescimento mais acelerado do que a economia tradicional. Em 2011, a média para os anos anteriores era de crescimento de mais de 6% ao ano, enquanto o PIB não passava da média de 3% ao ano.

Um dos poucos levantamentos municipais dessa nova abordagem, o Mapeamento de Indústria Criativa do Brasil, patrocinado pela Firjan (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), teve sua edição mais recente em 2014. Foram identificados 3.965 profissionais na cidade de Jundiaí que são responsáveis por gerar e dinamizar cadeias produtivas materiais ou imateriais que podem abranger milhares de pessoas e que devem ser vistos como fatores essenciais para a competitividade futura do município.

Uma parte ainda maior de pessoas envolvidas com os setores da Economia Criativa desenvolve seus trabalhos como atividade secundária, indicando uma avaliação subestimada dos números e uma enorme potencialidade local.

Os números parciais de Jundiaí no conceito de desenvolvedores (não inclui, por exemplo, prestadores de serviços de manutenção ou montadores) usado pela Firjan são:

- \* Design: 449, com remuneração média estimada de 3,8 mil (2013).
- \* P&D (Pesquisa e Desenvolvimento): 1.200, com remuneração média de R\$ 8,2 mil (2013)
- \* Patrimônio e Artes: 22, com remuneração média estimada de R\$ 6 mil (2013)
- \* Artes Cênicas: 22, com remuneração média estimada de R\$ 5 mil (2013).
- \* Arquitetos: 503, com remuneração média estimada em R\$ 8 mil (2013).
- \* Audiovisual: 25, com remuneração média estimada em R\$ 2,2 mil (2013).
- \* Biotecnologia: 49, com remuneração média estimada de R\$ 3,5 mil (2013).
- \* Expressões Culturais: 62, com remuneração média estimada de R\$ 1,8 mil (2013)
- \* Moda: 59, com remuneração média estimada de R\$ 1,8 mil (2013)
- \* Música: 110, com remuneração média estimada de R\$ 1,7 mil (2013)
- \* Editorial: 90, com remuneração média estimada de R\$ 2,5 mil (2013)
- \* Publicidade: 635, com remuneração média estimada de R\$ 4,5 mil (2013)
- \* TI (Tecnologia e Informação): 739, com remuneração média estimada de R\$ 5,4 mil (2013)

Estamos falando, então, de uma renda direta somada de no mínimo R\$ 281 milhões anuais para Jundiaí em atividades específicas que geram de bens intangíveis a cadeias produtivas materiais, tendo na criatividade a sua matéria-prima. Mesmo sendo um recurso importante para a economia local, o cálculo não inclui a geração de renda derivada ou paralela, ou ainda, os recursos decorrentes de patentes, marcas, royalties ou de direitos de imagem decorrentes das atividades, podendo gerar somas que ultrapassariam a marca de R\$ 1 bilhão de reais.

## **Uma cidade criativa**

Esta Economia Criativa só funciona se colocarmos nosso diferencial acima (e como parceiro) de qualquer outro valor econômico. Uva todos tem. Uva Niagara rosada foi Jundiaí quem fez.

Pouquíssimas cidades tem um mar de morros banhando seus limites como a Serra do Japi faz com Jundiá. Teatros como o Polytheama, só restaram dois ativos no Brasil. Ponte Torta é só aqui. Assim como os jundiáenses que são referência internacional na atividade criativa que exercem e são exemplos vivos que trazem ganhos para a cidade muito além do valor econômico. São símbolos de uma cidade viva, pulsante, interessante e criativa.

É essencial termos uma Cidade Criativa. Uma cidade criativa está, o tempo todo, se reinventando e se transformando, achando saídas, das mais variadas, para seus problemas. É importante mudar o olhar sobre o ambiente físico das cidades, para criar espaços para a socialização e o convívio, estimulando assim um ambiente criativo. Para isso, é necessária uma atitude de abertura, flexibilidade e habilidade para pensar de modo transversal as disciplinas e limites da cidade. Criar condições para que as pessoas possam se tornar agentes de mudança, ao invés de vítimas dela, vendo a transformação como uma experiência vivenciada, não como um evento que não irá se repetir.

Uma cidade criativa está baseada em tres pilares fundamentais: o da **Cultura**, o das **Conexões** que ela estabelece e o da **Inovação**, ou a aplicação da criatividade.

O da **Cultura** para que a cidade se reconheça. Saiba de onde veio, quem são seus habitantes, como eles se manifestam e como vivem. A cultura é essencial para que não percamos nossa essência, aquilo que somos. Jundiá é a Terra da Uva, da zona rural.

O das **Conexões**, físicas e digitais, públicas e privadas, locais e globais, para que as ideias fluam livremente e sejam potencializadas. De nada adianta termos um teatro maravilhoso, agricultores altamente produtivos ou grandes pensadores, se não os conseguimos acessar e nos relacionar com eles. É necessário que fomentemos o encontro.

E o pilar da **Inovação** para que todo este caldo consiga se viabilizar de forma própria, de modo que toda a sociedade se beneficie, gerando melhor qualidade de vida para seus habitantes. Estas inovações podem ser tecnológicas, sociais, culturais e econômicas. É um novo olhar para coisas que já existem na cidade e que podem estar passando despercebidas.

Uma cidade criativa procura identificar, nutrir, atrair e manter talentos, de modo a conseguir mobilizar ideias, pessoas e empresas criativas, que façam com que os jovens e os profissionais permaneçam na cidade. Cria-se, então, um círculo virtuoso e sustentável de ações.

A gestão inteligente dos recursos naturais passou a ser uma das pedras fundamentais da sociedade futura, dado a destruição iminente do meio ambiente. Garantir os recursos naturais para as gerações futuras, passa pelo desenvolvimento de políticas públicas sustentáveis. O impacto negativo da sociedade industrial sobre a natureza, existente desde a revolução industrial no século XVIII, faz com que pensar a Cidade Criativa passe pela garantia de que suas atividades sejam também sustentáveis.

E a constatação de que a natureza tem recursos finitos e que eles vem se deteriorando conforme o avanço da indústria no formato do século passado, impõe ao pensamento novo uma postura crítica em relação ao uso dos recursos naturais.

O impulso para as inovações requer ambientes de vivência e de trabalho nos quais as pessoas queiram compartilhar e colaborar, obtendo vantagens mútuas.

Os movimentos de código aberto e de co-criação, a elaboração deste nosso Plano Diretor, participativo, transparente, são indicações dessa mudança. Cada vez mais entra em jogo a noção de um ambiente criativo e participativo. Este é um contexto das cidades, no qual as pessoas são estimuladas a participar, comunicar e compartilhar. É um olhar que busca o consenso e não o conflito.

Portanto, entendemos que o Plano Diretor apresentado a Câmara dos Vereadores de Jundiaí traz significativos avanços para a cidade. Ele direciona a cidade para enfrentar os desafios do século 21, organiza seu crescimento, valoriza seus bens materiais e imateriais, sua história e sua cultura, além de apresentar um horizonte criativo para a cidade.

Atenciosamente,

Coletivo Cultura Jundiahy  
Mecenaria Produção Cultural  
Daniel Motta - Músico  
Ede Galileu - Artista Plástico  
William Sanches Grilo - Articulador Cultural  
Gustavo Koch - Comunicador Cultural  
Rick Kelly - Cia. Teatral  
Milene Garcia  
Henrique Parra Parra Filho  
Vânia Feitosa - Produtora Cultural  
Marcelo Peroni - diretor e produtor cultural  
Katia Manfredi - Atriz