

Território e Desenvolvimento

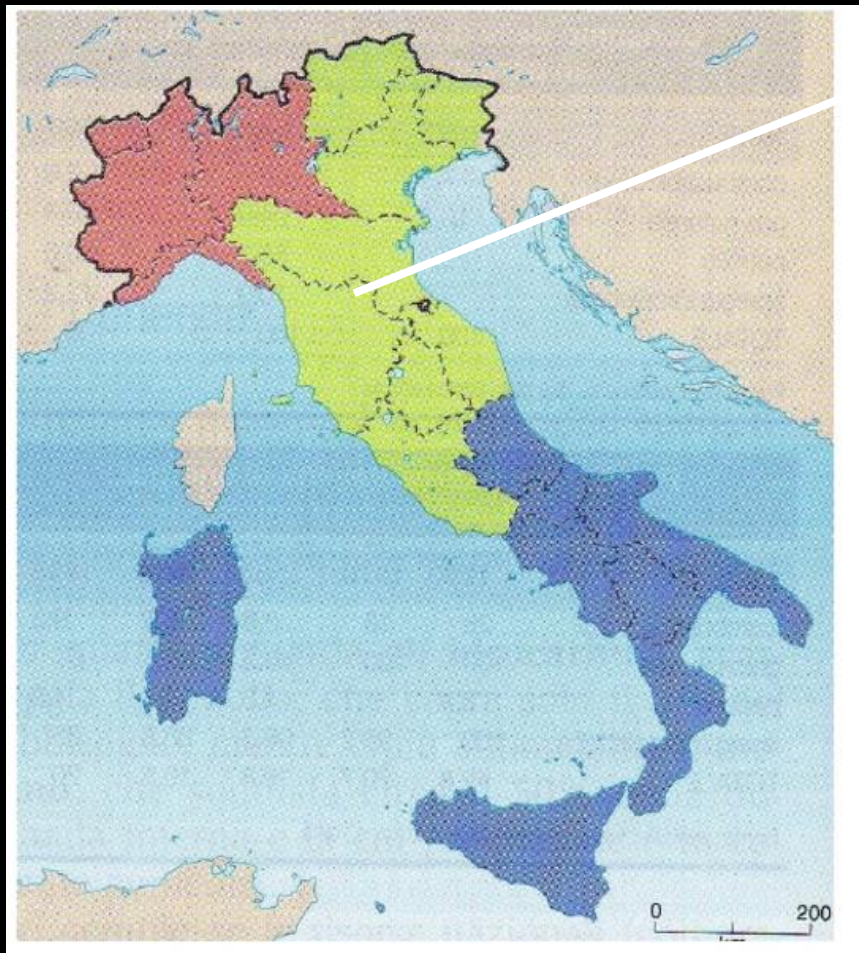
Teoria e Prática

Mikael Linder

Abordagem Territorial do Desenvolvimento

- Contexto de ressurgimento (década de 80):
 - Intervenções setoriais insuficientes
 - Estudos sobre Capital Social, Terceira Itália e Distritos Industriais Italianos, Sistemas Produtivos Localizados
 - Necessidade de processos mais democrático nas tomadas de decisão dos Gestores Públicos (limites da tecnocracia e necessidade de construção de consensos)
 - A importância das regras locais (política e cultura)

Abordagem Territorial do Desenvolvimento



Terceira Itália (Arnaldo Bagnasco)

- Concentração de PME
- Especialização Flexível

Como?

- Economias de aglomeração
- Instituições (leis, hábitos, cultura local)
- Mercado, reciprocidade e redes

Modelos?

- Distritos Industriais
- Cluster
- Sistema Produtivo Local
- Sistema Agroalimentar Localizado
- Arranjo Produtivo Local
- Sistemas Locais de Inovação

Abordagem Territorial do Desenvolvimento

1 – Oeste Catarinense

AGROINDÚSTRIA,
alimentos, madeiras

2 – Planalto Norte

MÓVEIS, erva-mate,
madeiras

3 – Nordeste

Catarinense

ELETRO-METAL-
MECÂNICA, informática,
plástico rígido (PVC),
têxtil/vestuário

4 – Vale do Itajaí

TÊXTIL/VESTUÁRIO,
agroindústria, informática,
metal-mecânica, mineral
não-metálico (calcário),
pescado, naval

5 – Vale do Tijucas

CERÂMICA,
calçados

6 – Grande Florianópolis

Informática,
material gráfico,
móveis, vestuário

7 – Sul

Catarinense

CERÂMICA,
PLÁSTICO
DESCARTÁVEL,
calçados, carvão
mineral, fécula,
têxtil/vestuário

8 – Região

Serrana (planalto de Lages)

PAPEL/PAPELÃO,
celulose, madeiras



Abordagem Territorial do Desenvolvimento

- Contexto de ressurgimento (década de 80):
 - Intervenções setoriais insuficientes
 - Estudos sobre Capital Social, Terceira Itália e Distritos Industriais Italianos, Sistemas Produtivos Localizados
 - Necessidade de processos mais democrático nas tomadas de decisão dos Gestores Públicos (limites da tecnocracia e necessidade de construção de consensos)
 - A importância das regras locais (política e cultura)

Abordagem Territorial do Desenvolvimento

Coloca luz sobre o papel dos atores locais na “[...] busca de soluções originais no que diz respeito às opções de dinamização socioeconômica, à organização do trabalho produtivo e à gestão local dos recursos naturais” (VIEIRA, 2003, p. 261). Integram, portanto, as dimensões social, econômica e ambiental, cultural e política, atribuindo aos atores locais o protagonismo do desenvolvimento.

Abordagem Territorial do Desenvolvimento

- Para os territórios com fortes características rurais, isso implica:
 - Estimular novas atividades não agrícolas (diversificação)
 - Coordenação das diversas atividades econômicas
 - Valorizar o patrimônio cultura e ambiental
 - Estimular uma nova agricultura (qualidade, tecnologia e sustentabilidade)
 - Associar serviços financeiros a não financeiros
 - Implementação de pagamento por serviços ambientais (sustentabilidade e novos ingressos para as famílias rurais)
 - Melhorar os serviços públicos aos cidadãos e às empresas
 - Articulação intermunicipal e planejamento médio e longo prazo

Abordagem Territorial do Desenvolvimento

- Conceitos e Instrumentos:
 - Território
 - Recurso e Ativo Territorial
 - Vantagem competitiva/diferenciadora
 - Ação Coletiva
 - Economia criativa
 - Planejamento Territorial Estratégico
 - Marketing Territorial
 - Marcas Coletivas/Territoriais, Indicações Geográficas

Desenvolvimento Territorial – Da Teoria à Ação

Como aplicar essa abordagem
em nosso território?

Um pouco de inspiração para ações locais...

Marca Territorial



Marca Territorial

- Transmitir uma ideia de qualidade ligada à origem territorial para gerar uma renda de qualidade territorial (qualidade do produto + ancoragem em território específico)
- Construir uma oferta territorial composta de produtos e serviços
- Gestão da marca pode ser privada, pública ou mista
- Estratégia territorial de médio e longo prazos

Marca Territorial



- O que certifica: maçã, speck, salames, leite, queijo, verduras e legumes, truta
- Território: província de Trento



- O que certifica: alimentos artesanais elaborados por agricultores familiares
- Território: Estado do Rio Grande do Sul



- O que certifica: todos os tipos de produtos
- Território: Município de Pomerode

Marca Territorial



- O que certifica: empresas de serviços turísticos e afins
- Território: Província de Bolzano



- O que certifica: alimentos de alta qualidade
- Território: Província de Bolzano



- O que certifica: empresas do território
- Território: Província de Bolzano

Um Pouco de Prática sobre Marca Territorial

- Em grupos de 5:
 1. Identifique 3 características relacionadas ao território da associação de municípios que poderiam ser transmitidas em uma marca.
 2. Elabore uma lista de produtos e/ou serviços que poderiam receber esta marca.
 3. Dê um nome a esta marca.
 4. Identifique ações que poderiam ser feitas para promover a marca e os produtos e serviços

Responder na folha grande

Planejamento Territorial Estratégico

PEDEM BLUMENAU
PLANO ESTRATÉGICO
DE DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO MUNICIPAL
DE BLUMENAU



Lisb@20²⁰

Planejamento Territorial Estratégico

- Instrumento de planejamento:
 - auxilia a construir de modo consciente e compartilhado a trajetória de desenvolvimento do território, mudando ou reforçando características do seu tecido socioeconômico para satisfazer as necessidades internas (cidadãos e empresas), atrair novos residentes, turistas e investidores (marketing territorial).
 - proporciona o reposicionamento do território diante dos desejos e necessidades dos atores locais e das dinâmicas globais.

Planejamento Territorial Estratégico

- Exemplos:

- Espanha: Barcelona, Madrid, Bilbao;

- Itália: Turim, Piacenza, Verona, Florença;

- França: Lion, Grenoble;

- Irlanda

- País de Gales

- Holanda e Amsterdam

- Santa Catarina: Amerios??!!

Planejamento Estratégico da Região Metropolitana de Barcelona

- Antes:
 - conhecida como a pequena Manchester;
 - modelo industrial (em estado de declínio)
 - cidade de costas para o mar
 - muitos recursos territoriais a serem ativados
 - cidade de Barcelona como modelo de planejamento físico-territorial (história)

Planejamento Estratégico da Região Metropolitanade Barcelona

- Parâmetros para a mudança:
 - centralidade da cultura
 - novas tecnologias da comunicação e informação
 - atração de capital criativo
 - qualidade de vida
 - mudança do tecido socioeconômico (da base industrial para os serviços)

Planejamento Estratégico da Região Metropolitanade Barcelona

- Propostas (ALENCAR, L.):
 - Desenvolvimento Econômico com critérios sustentáveis de ocupação;
 - Modelo territorial e mobilidade
 - A cultura da convivência, a coesão social e a cooperação

Planejamento Estratégico da Região Metropolitana de Barcelona

- Resultados:
 - Marca Barcelona: jovem, criativa, forte identidade local
 - Economia: foco em serviços, design, moda, IT, “industrias criativas”, turismo, atração de novas empresas e estímulo ao empreendedorismo
 - Revitalização de áreas degradadas
 - Melhoria da mobilidade e da comunicação
 - Melhoria da qualidade de vida
 - Consolidação de um processo de planejamento constantate

Planejamento Estratégico da Região Metropolitana de Barcelona

E as Olimpíadas de 1992?!

Conclusões

O mais importante é internalizar uma lógica de planejamento e ação coletiva na cultura local.

O desenvolvimento sustentável é um processo, não um fim.

Conclusões

”Todo ato de planejar envolve o estabelecimento de uma ponte, entre um bom diagnóstico da situação atual e das tendências em curso, de um lado, e um futuro projetado, de outro. O planejamento não é, portanto, um mero ato de definir prioridades. Ele precisa partir de um bom reconhecimento do terreno no qual se quer intervir. E ele é a operacionalização de uma visão de futuro. É um ato de organizar a realidade, da forma como ela se apresenta hoje, a uma forma desejada no intervalo de alguns anos. Não se deve, pois, tomar o planejamento como ato administrativo. Ele envolve uma construção de consensos a respeito dos problemas a enfrentar, das prioridades a serem seguidas, e da visão do que é desejado. O ato administrativo de alocar recurso, identificar políticas, é uma consequência deste ato social de planejar” (Arlison Favareto).

Um Pouco de Prática de Planejamento Estratégico

1. Individualmente, responder: como eu desejo ver o nosso território em 2027?
 - Que empresas, pessoas/turistas desejo atrair?
 - Que negócios pretendo estimular?
 - Como quero que a região seja percebida pelos que estão aqui e os que desejo atrair?

Responder na folha A4

Um Pouco de Prática de Planejamento Estratégico

2. Em grupos de 5, responder: como eu desejo ver nosso território em 2027?

Responder na folha grande

Máximo 3 tópicos por grupo (letras grandes)

Um Pouco de Prática de Planejamento Estratégico

3. Individualmente, responder:

- como eu vejo o nosso território hoje?
- qual a imagem que pessoas externas (turistas, empresas/empreendedores de outras regiões) têm nosso território hoje?

Responder na Folha A4

Um Pouco de Prática de Planejamento Estratégico

4. Em grupos de 5, responder:

- como vemos nosso território hoje?
- qual a imagem que pessoas externas (turistas, empresas/empreendedores de outras regiões) têm nosso território hoje?

Responder na folha grande

Máximo 3 tópicos por grupo (letras grandes)

Um Pouco de Prática de Planejamento Estratégico

O que precisamos fazer para construir a região que desejamos?

Quais os desafios políticos?

Quais os desafios econômicos?

Quais os desafios sociais?

Quais os desafios ambientais?

**Território
2017**

Diagnóstico

Tendências

Consensos



**Território
2020**

Objetivos

Projetos

Ações

Sistema de Governança Territorial

Referências - Links

- **Marca Territorial**

- <http://www.territorioymarketing.com/tag/marca-territorial>
- http://www.sdr.rs.gov.br/upload/20151006103439miv_selo_sabor_gaucho.pdf
- <http://www.marchiotrentino.it/it/marchio-territoriale/presentazione/>
- <http://www.pomerode.com.br/page.php?id=712>
- <http://www.marchioombrellatoadige.it/>

- **Marketing Territorial e Planejamento Estratégico**

- http://www.uc.pt/fluc/depgeo/Cadernos_Geografia/Numeros_publicados/CadGeo28_29/CB_93-106_Marketing.pdf
- <http://www.blog-territorial.fr/>
- <http://www.trentinosviluppo.it/>
- <http://www.territorioymarketing.com/>
- [http://lisboa.portugal2020.pt/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=20&fileName=PAR_Lisboa_2014_2020.pdf](http://lisboa.portugal2020.pt/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=20&fileName=PAR_Lisboa_2014_2020.pdf)

- **Desenvolvimento dos Territórios Rurais**

- http://www.ipplan.org.br/files/media/originals/livro_desenvolvimento_rural_2.pdf
- <http://r1.ufrrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/viewFile/214/21>

Referências – Livros e Artigos

- Marca Territorial

MARQUES, G., SOBREIRA, R. (2016). Construção e Comunicação de Uma Marca Territorial: o caso do Municípios de Viana de Castelo. *Revista Cadernos de Comunicação*. Santa Maria, v.20, n.3, art 2, p.33 de 57, set/dez.2016.

SIMÕES, M. B. A. (2010). *A construção e os efeitos da marca territorial do município de São Bonifácio (SC)*. Dissertação de Mestrado. Universidade do Estado de Santa Catarina, Mestrado Profissional em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Sócio-Ambiental, 2010.

Referências – Livros e Artigos

- Marketing Territorial

FIGUEIRA, A. P. (2011). *Marketing Territorial: uma nova dimensão do marketing*. Estarreja: MEL Editores.

GAYET, J. (2017). *Le nouveau marketing territorial: enjeux, pratiques, facteurs clés de succès et nouveaux modèles*. Paris: Corp et Ame.

KOTLHER, P. (2006). *Marketing de Lugares: como conquistar o crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe*. São Paulo: Pretince Hall.

BARROS, C., GAMA, R. (2010). Marketing territorial como instrumento de valorização dos espaços rurais: uma aplicação na rede das Aldeias do Xisto. *Cadernos de Geografia*, n. 28/29, 2009/2010, Coimbra, FLUC, pp. 93-106.

Referências – Livros e Artigos

- Desenvolvimento dos Territórios Rurais

ABRAMOVAY, R. (2000). O capital social dos territórios – repensando o desenvolvimento rural. *Economia Aplicada*, n. 2, Vol IV: 379-397. São Paulo.

ABRAMOVAY, R. (2003). O futuro da regiões rurais. Porto Alegre: Ed. UFRGS.

DALLABRIDA, V. R. (2014). *Desenvolvimento Territorial: políticas públicas, experiências internacionais e a Indicação Geográfica como referência*. São Paulo: LiberArs.

EISFORIA (2003). Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. v. 1, n. 1 (jan/jul 2003). Florianópolis: PPGAGR.

Favareto, A. (2007). *Paradigmas do desenvolvimento rural em questão*. São Paulo: Iglu Editora.

LINDER, M. O. (2013). *Dinâmicas territoriais de desenvolvimento: o caso da Serra Catarinense*. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo.

VEIGA, J. E. (2002) *Cidades imaginárias. O Brasil é menos urbano do que se calcula*. Campinas: Editora Autores Associados.

Muito obrigado!

mikael@capitalterritorial.com.br

lindermikael@gmail.com

(11) 98520-2796