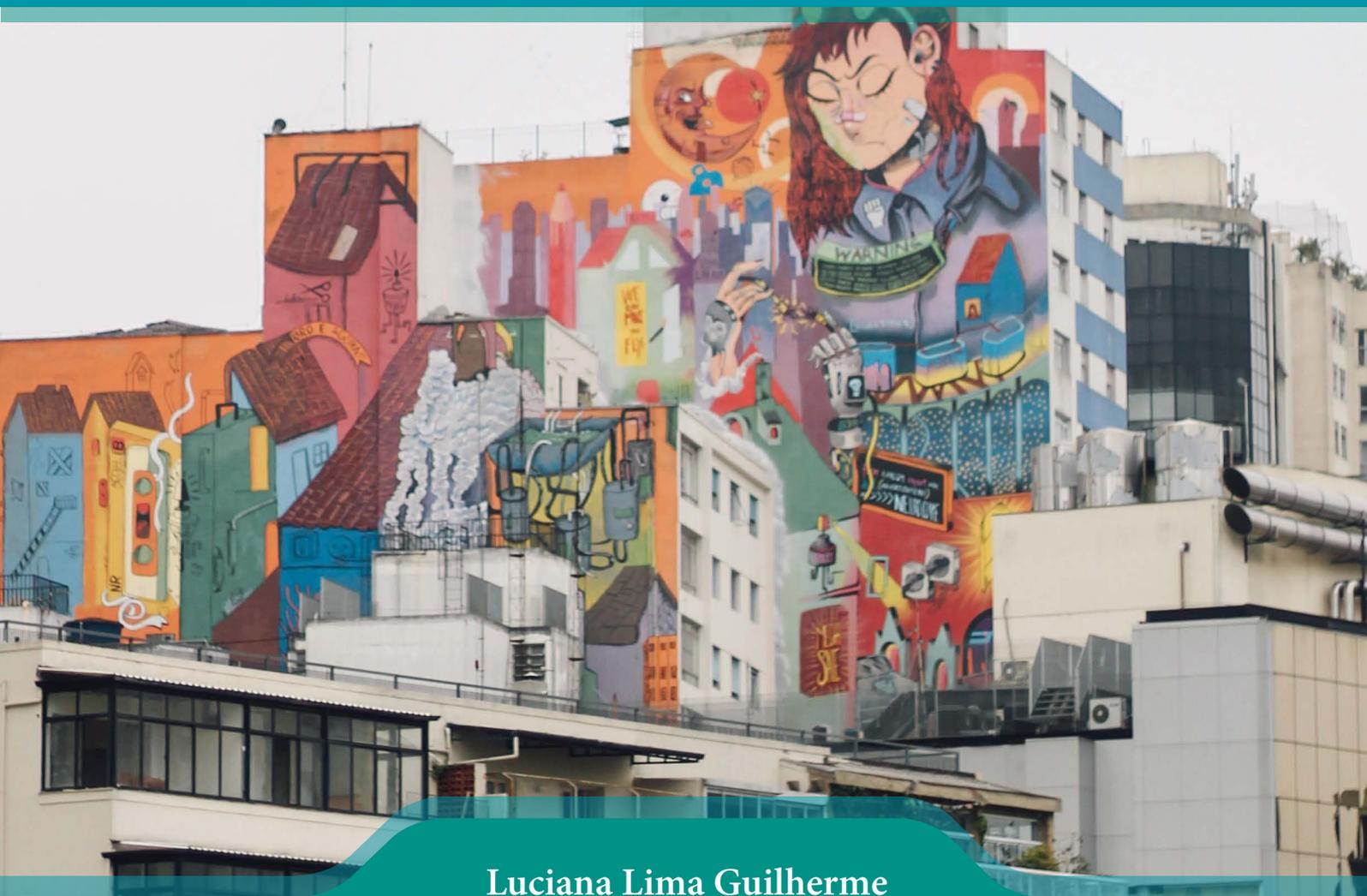




Gestão do Desenvolvimento Territorial



Luciana Lima Guilherme

Cidades Criativas

Cidades Criativas



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
GESTÃO DO DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Luciana Lima Guilherme
Cidades Criativas

Salvador
2020

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

Reitor: João Carlos Salles Pires da Silva

Vice-Reitor: Paulo César Miguez de Oliveira

Pró-Reitoria de Extensão Universitária

Pró-Reitora: Fabiana Dultra Britto

Escola de Administração

Diretor: Horacio Nelson Hastenreiter Filho.

Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social

Tânia Maria Diederichs Fischer

Superintendência de Educação a Distância -SEAD

Superintendente:

Márcia Tereza Rebouças Rangel

Coordenação de Tecnologias Educacionais:

Haenz Gutierrez Quintana

Coordenação de Design Educacional:

Lanara Souza

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

Presidente da Caixa:

Pedro Duarte Guimarães

Vice-Presidente de Habitação:

Jair Luís Mahl

Superintendente Nacional SUHEN:
Rodrigo Souza Wermelinger

Gerente Nacional GEHPA:
Angélica Djenane Philippe Correa

Gerente Executiva:
Renata Heringer Gadia da Costa

Gerente Executiva Escola de Habitação:
Ana Carolina Rabelo de Castro Matos

Gestão do Desenvolvimento Territorial

Coordenadora:
Profa. Tânia Maria Diederichs Fischer

Design Educacional:
Agnes Bezerra Freire de Carvalho;
Coordenação Executiva:
Rodrigo Maurício Freire Soares;
Supervisão de Tutoria:
Gizele Amorim Conceição

Produção de Material Didático

Coordenação de Tecnologias Educacionais
CTE-SEAD

Núcleo de Estudos de Linguagens &
Tecnologias - NELT/UFBA

Coordenação: Prof. Haenz Gutierrez Quintana

Projeto gráfico: Prof. Haenz Gutierrez Quintana

Foto de capa:

Equipe de Revisão: Edivalda Araujo; Julio Neves
Pereira; Márcio Matos; Simone Bueno Borges.

Equipe Design

Supervisão: Alessandro Faria

Editoração / Ilustração:
Bruno Deminco; Davi Cohen;
Felipe Almeida Lopes; Luana Andrade;
Michele Duran de Souza Ribeiro;
Rafael Moreno Pipino de Andrade; Vitor Souza;
Flávia Moreira; Amanda Soares Fahel.

Design de Interfaces:
Raissa Bomtempo; Jessica Menezes.

Equipe Audiovisual

Direção: Haenz Gutierrez Quintana

Produção:

Daiane Nascimento dos Santos;
Victor Gonçalves.

Câmera, Teleprompter e Edição:
Gleyson Públio; Valdinei Matos.

Edição: Maria Giulia Santos; Sabrina Oliveira;
Adriane Santos.

Videografismos e Animação:
Camila Correia; Gean Almeida;
Mateus Santana; Roberval Lacerda.

Edição de Áudio/Trilha Sonora:
Mateus Aragão; Rebecca Gallinari.

Sumário

Unidade 1 - Territórios e Planejamento Urbano: A Cidade como Lócus de Desenvolvimento 9

- 1.1 Compreendendo o Conceito de Território:
Características e Implicações..... 9
- 1.2 Desenvolvimento e Cidades: Olhares,
Projetos e Possibilidades 12
- 1.3 Síntese da Unidade 15

Unidade 2 - A Economia Criativa como Eixo de Desenvolvimento de Territórios 17

- 2.1 Economia Criativa e Formulação de Políticas Públicas para o
Desenvolvimento 17
 - 2.1.1 Economia Criativa: Conceitos e Setores 17
 - 2.1.2 Uma Breve História das Políticas Públicas de Economia
Criativa em Países em Desenvolvimento..... 24
 - 2.1.3 Políticas Públicas de Economia Criativa no Brasil:
Entre Avanços e Retrocessos..... 29
- 2.2 Economia Criativa em Países em Desenvolvimento 35
- 2.3 Cidades Criativas: Conceitos, Pontos e Contrapontos..... 40
- 2.4 Cidades e Territórios Criativos: Alguns Exemplos 50
 - 2.4.1 Berlim 50
 - 2.4.2 Lisboa 52
- 2.5 Síntese da Unidade 56

Referências 59



Esta obra está sob licença *Creative Commons CC BY-NC-SA 4.0*: esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, desde que atribuam o devido crédito e que licenciem as novas criações sob termos idênticos.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) Sistema de Bibliotecas da UFBA

G956 Guilherme, Luciana Lima.

Cidades criativas / Luciana Lima Guilherme. - Salvador: UFBA, Escola de Administração; Superintendência de Educação a Distância, 2020.
63 p. : il.

Esta obra é um Componente Curricular do Curso de Especialização em Gestão do Desenvolvimento Territorial com Ênfase em Política Habitacional na modalidade EaD da UFBA.

ISBN: 978-65-5631-006-0

1. Planejamento urbano. 2. Urbanização. 3. Economia urbana. 4. Política habitacional. 5. Política urbana. 6. Política pública. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Universidade Federal da Bahia. Superintendência de Educação a Distância. III. Título.

CDU: 711

Sobre a autora

Luciana Lima Guilherme

Doutora em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento – PPED, do Instituto de Economia – IE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestre em Administração pela Universidade Estadual do Ceará (UECE) e graduada em Administração de Empresas pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

Consultora e pesquisadora em Economia Criativa, Desenvolvimento e Políticas Públicas de Cultura. É professora de graduação e pós-graduação e pesquisadora do Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC) na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM Rio).

Atuou como consultora do Ministério da Cultura de Cabo Verde (2014) e como consultora do Programa Indicativo Plurianual da Cooperação PALOP e Timor Leste com a União Europeia (PALOP-TL/UE) entre 2015 e 2016. Foi Diretora de Empreendedorismo, Gestão e Inovação da Secretaria da Economia Criativa – SEC do antigo Ministério da Cultura – MinC (2011 a 2013). Foi Assessora de Marketing da Secretaria da Cultura do Ceará (2004 a 2006) e assessora de Marketing e Comunicação do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial Senac-CE (2002 a 2003).

Apresentação

Olá pessoal!

Sejam todos e todas muito bem-vindos à disciplina Cidades Criativas! A disciplina está estruturada em 2 unidades: na Unidade 1, aprofundaremos o conceito de territórios, analisando suas dimensões, características e implicações, além de discutirmos a contribuição do planejamento urbano no desenvolvimento de cidades no período entre 1970 e 2010. Na Unidade 2, tanto o conceito quanto uma descrição sobre políticas públicas de economia criativa, com ênfase em países em desenvolvimento, serão apresentados para, na sequência, compreendermos um panorama histórico sobre o tema no Brasil, analisando avanços e retrocessos no que se refere à formulação e implementação de políticas nacionais. Em seguida, aprofundaremos a discussão sobre cidades criativas, identificando-as como um modelo de desenvolvimento baseado na economia criativa. Deste modo, serão apresentados conceitos e significados, critérios de identificação, assim como pontos e contrapontos, numa perspectiva crítica.

Ao final de cada Unidade você encontrará uma síntese com reflexões sobre os conteúdos tratados. Estas reflexões, assim como o conteúdo, deverão ser debatidas pelo(a)s aluno(a)s no fórum da plataforma do curso. Os debates envolverão os colegas do curso e a professora que fará contribuições e pontuações necessárias para o aprofundamento das discussões e para solucionar dúvidas ou equívocos. Serão também disponibilizados links de vídeos e sites relacionados com a temática tratada.

O tema é bastante atual e tem sido abordado em todo o mundo dentro de uma perspectiva de desenvolvimento territorial, seja por meio do fortalecimento de arranjos produtivos locais, seja por sistemas de governança, além de estar associado, em muitos casos, a processos de inovação social e ao turismo local e regional. Que nosso percurso se faça instigante e que possamos trocar ideias aplicáveis às nossas realidades de atuação.

Luciana Lima Guilherme

Unidade 1 - Territórios e Planejamento Urbano: A Cidade como Lócus de Desenvolvimento

Imagem: Unsplash



Iniciamos a nossa disciplina, analisando e discutindo conceitos e significados de territórios, suas dimensões e dinâmicas. Cidades, bairros, polos, regiões, países e continentes são escalas territoriais, portanto, compreender o conceito de território é fundamental, é base para os nossos estudos. Mais adiante, nosso foco se dará na compreensão do processo de planejamento urbano como instrumento de promoção do desenvolvimento de cidades. Nesse tópico, será apresentado um breve histórico das chamadas “cidades do amanhã”, pensadas enquanto projetos e investimentos concretos de intervenção na realidade de cidades.

1.1 Compreendendo o Conceito de Território: Características e Implicações

Objetivo: Compreender o conceito de território numa perspectiva sistêmica e de redes, analisando suas dimensões e implicações para os processos de desenvolvimento.

Considerando-se o homem como um animal simbólico, por extensão, denota-se que o território onde ele habita e se constitui em sociedade também o é. O território nasce das potencialidades representativas do espaço, ele corresponde e se constitui de múltiplos sistemas de representações, sistemas esses que têm sido analisados na compreensão das relações políticas, sociais, culturais e econômicas estabelecidas. As relações e as práticas entre os sujeitos, entre estes e as instituições, entre estas e os mercados e as relações e as dinâmicas de poder entre regiões e países, há muito, superaram os limites do sistema de representação topográfica, definidora das características e limites territoriais adotados. O território é então o espaço enquanto prática e significado, se constituindo a partir de redes e relacionamentos tecidas pelos e entre seus atores (RAFFESTIN, 1993).

Deste modo, conforme pode ser observado na Figura 1 a seguir, o Sistema Territorial se constitui tanto a partir de sistemas de objetivos e de ações no território (conhecimentos e práticas) quanto por meio dos elementos que atuam no espaço, os pontos ou nós (atores), compreendidos como o estado, as empresas, as organizações, grupos informais e os indivíduos; as linhas ou redes, correspondentes às relações estabelecidas por conexões e interações, produtivas ou existenciais, entre os diversos atores atuantes no território; e as superfícies ou tessituras, relacionadas com um sistema de limites ou de fronteiras identificados. Estes limites são gerados e diretamente influenciados pelos sistemas de objetivos e de ações, citados anteriormente, pautados pelas dimensões política, econômica, cultural e social produzidas no espaço (RAFFESTIN, 1993).

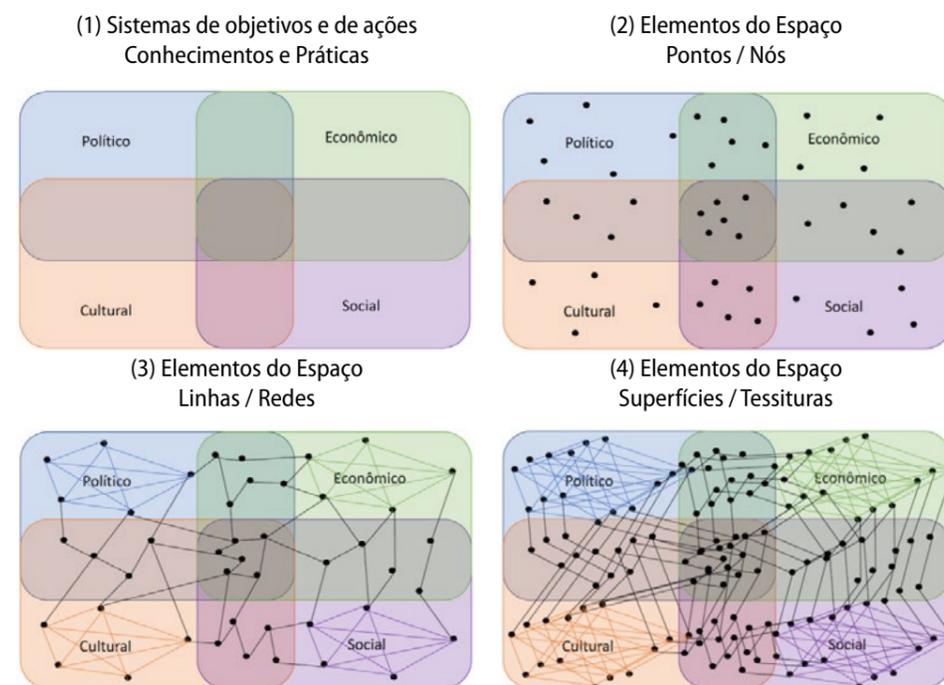


Figura 1: Sistema Territorial.
Fonte: GUILHERME (2018, p. 64)

O território, então, é fruto de um sistema de conexões, de um complexo de redes que se configura e se reconfigura, integrando instituições e pessoas, integrando Estado, organizações, empresas e indivíduos, que se articulam em malhas políticas, econômicas, culturais e sociais que se sobrepõem e se integram no espaço.

Essa territorialidade e a compreensão de suas dinâmicas e interações de natureza organizada ou aleatória, simétricas ou assimétricas, se constitui um

objeto importante para um estudo que enfoque arranjos institucionais e sistemas produtivos integrados ao desenvolvimento de cidades, regiões e países.

Desse modo, tradições, conhecimentos e práticas locais são percebidos como influenciadores diretos nos processos de crescimento e desenvolvimento das economias locais. A gestão, as formas de trabalho, os modelos de organização e produção, a criatividade e a inovação são compreendidos como reflexos de complexos culturais do lugar, ainda que impactados, em maior ou em menor grau, por modelos e sistemas globais em expansão.

Como disse Milton Santos (CLOSS et Al., 2014, p.9), o território

[...] não é apenas um conjunto de sistemas naturais e de sistemas de coisas sobrepostas, o território pode ser entendido como território usado, não o território em si. O território usado é o chão mais a identidade. A identidade é o sentimento de pertencer aquilo que nos pertence. O território é o fundamento do trabalho; o lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida.

O conceito de território se liberta de delimitações geográficas político-administrativas, considerando variáveis culturais, sociais, econômicas e políticas como fundantes e constituintes das redes tecidas entre os diversos atores atuantes no espaço. Então, todo e qualquer projeto de desenvolvimento de territórios deve levar em conta suas dimensões e singularidades, relacionando-as aos aspectos profundos e constituidores da sua realidade, seja no ambiente físico ou virtual.

Pensar o território demanda, portanto, uma visão ampliada e uma reflexão profunda sobre estratégias e ações de impacto para o seu desenvolvimento. Isto posto, no tópico a seguir, trataremos da análise de territórios na perspectiva de cidades, com foco em projetos, caminhos e possibilidades que foram implementados pelo mundo, no período entre os anos de 1970 e 2010.

1.2 Desenvolvimento e Cidades: Olhares, Projetos e Possibilidades

Objetivo: Analisar como o planejamento urbano impacta na construção de projetos e modelos de desenvolvimento de cidades, por meio de uma análise histórica sobre as “cidades do amanhã” de Peter Hall (2013), considerando-se projetos de cidades no período entre 1970 e 2010.

As cidades correspondem a um locus privilegiado para a formulação e implementação de políticas públicas, em virtude delas se constituírem como o espaço concreto da vida e do cotidiano das pessoas; como lugar de morada e de deslocamentos diários; como possibilidade de trabalho e de trocas econômicas; como espaço de encontros, trocas simbólicas e sociabilidades; como ambiente de acolhimento, mas também de violência, insegurança e abandono; como território de oportunidades, mas também de assimetrias e desigualdades.

As cidades emergem, portanto, como ideias, utopias e projetos concretos, exitosos ou não, com vistas a organizar, reordenar e desenvolver os territórios. Desenhadas e constituídas por múltiplas influências e interferências, protagonizadas por atores institucionalizados ou não, as cidades têm sido objeto de análise e estudo de planejadores urbanos e teóricos que têm se debruçado em busca de soluções para a vida cotidiana e para aspectos estruturantes num processo de desenvolvimento de longo prazo. O processo de industrialização impactou significativamente as cidades desde o século XIX. O crescimento e o adensamento populacional, os novos modos e meios de produção e de organização do trabalho e das dinâmicas econômicas deram origem a necessidade de se pensar a cidade a partir de processos de planejamento urbano que levassem em conta as novas problemáticas surgidas nos territórios e, conseqüentemente, na vida das pessoas (SELDIN, 2015).

Peter Hall (2013) traz esse debate à tona, por meio de uma reflexão acerca do pensamento dos grandes planejadores, no período entre as duas últimas décadas do século XIX e a primeira década do século XXI, apresentando um panorama das cidades que ele denomina como “cidades do amanhã”. O autor discorre sobre uma série de caminhos, estratégias e ações voltadas para o desenvolvimento das cidades, levando em conta questões associadas à moradia, ao transporte, à saúde, à segurança, ao zoneamento urbano, à desconcentração populacional, ao desenvolvimento industrial, à integração regional, aos processos de revitalização urbana, ao turismo, à promoção de oportunidades de negócios, à geração de

empregos, ao desenvolvimento tecnológico, à criação e ao fortalecimento de ambientes inovativos e à articulação de redes de informação e conhecimento.

Nenhum modelo descrito por Hall (2013) foi suficiente para dar conta de todas as questões que uma cidade enfrenta, mas cada um representou um exercício e uma tentativa de geração de espaços e territórios mais articulados e potencializadores de dinâmicas econômicas, sociais, culturais e ambientais, frente a situações e conjunturas específicas.

Assim aconteceu com a proposição e o desenvolvimento do modelo de “Cidade do Empreendimento” (HALL, 2013) como solução para a falência econômica, fruto da recessão¹ dos anos 1970 e 1980. A “Cidade do Empreendimento” foi concebida como um modelo de revitalização urbana associado a articulação de parcerias público-privadas, com capacidade de atrair grandes investimentos voltados para a geração de negócios e empregos. A combinação de recursos públicos e privados tinha como foco a promoção de uma urbanização comercial em larga escala, priorizando atividades econômicas relacionadas com o turismo, a cultura, o entretenimento e as compras. Este processo foi bem-sucedido, em parte, e ainda se mantém como uma alternativa estratégica de desenvolvimento, embora seu escopo seja insuficiente para o enfrentamento das múltiplas problemáticas vividas pelas cidades e pelos seus habitantes.

Mais adiante, entre os anos de 1985 a 2010, com os avanços da telemática e o surgimento da sociedade da informação e do conhecimento, articulada em rede, emergem as “infocidades” (HALL, 2013), cidades polarizadas entre os milleux² urbanos inovativos e os guetos desinformacionais. Na perspectiva das infocidades³, chegou-se a acreditar na redução da importância das cidades em função do processo de digitalização pelo qual o mundo estava passando, o que permitiria a qualquer pessoa poder desempenhar atividades estando em qualquer lugar, desde que mantido o acesso às conexões digitais.

Entretanto, essa perspectiva não se concretizou na prática e as cidades continuam a se configurar e a se destacar como espaços potentes e preferenciais para o desenvolvimento de profissionais qualificados, por proporcionarem um acesso

1 Recessão associada ao processo de desindustrialização que resultou no sucateamento de estruturas manufatureiras e na perda de milhares de empregos, gerando condições de miséria para trabalhadores e para a população de cidades do Reino Unido e dos Estados Unidos.

2 Também denominados como meios ou ambientes inovativos.

3 As infocidades foram assim denominadas em virtude de sua capacidade de gerar novos modos e práticas sociais e econômicas, baseadas numa nova relação entre tempo e espaço (CASTELLS, 1999), impactada pelas tecnologias digitais, substituindo “lugares por uma rede de fluxos de informação, fora do controle humano” (HALL, 2013, p. 476).

maior à informação, à educação e às novas tecnologias, através de ecossistemas potencializadores de encontros e redes de criação e produção. Entretanto, dentro do cenário descrito como pano de fundo das infocidades, o acesso pleno e universal ao mundo digital ainda está longe de acontecer e evidencia-se quando observamos a existência de uma assimetria entre os mais pobres e uma elite de profissionais, seja entre países desenvolvidos e em desenvolvimento ou em cidades cuja desigualdade social é intensa e significativamente excludente. Esta situação de exclusão se repete também nas chamadas cidades globais⁴ (CARVALHO, 2000) situadas em países desenvolvidos, que investiram fortemente em serviços sofisticados e essenciais para a operação do sistema financeiro internacional e das empresas transnacionais, funcionando como sedes e motores da lógica centro-periferia. Cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, no Brasil, passaram por processos semelhantes embora convivam com e reproduzam a mesma lógica dentro dos seus territórios, com desigualdades e disparidades profundas e muito mais amplas do que as enfrentadas por cidades situadas em países desenvolvidos.

Analisando os conceitos de *infocidades* e *cidades globais*, o que se percebe são modelos de desenvolvimento insuficientes no enfrentamento das desigualdades próprias das cidades e grandes centros urbanos dos países em desenvolvimento.

Mais adiante analisaremos de modo específico o desenvolvimento das cidades na perspectiva da economia criativa. O conceito de *cidade criativa* surgiu nos anos de 1990 e seu desenvolvimento e aplicação tem gerado efeitos positivos e negativos que serão apresentados e discutidos mais adiante, sempre se considerando a importância da análise dos contextos e cenários próprios das regiões onde essas cidades estão localizadas. Afinal, não há como pensarmos projetos de desenvolvimento sem levar em conta as estruturas e as condições de cada lugar. As *infocidades* e as *cidades globais*, portanto, são seminais e contemporâneas no debate acerca das chamadas *cidades criativas*, tão defendidas e também criticadas mais recentemente.

4 Contemporâneas às infocidades, as cidades globais resultam da intensificação do processo de desindustrialização das grandes cidades de países desenvolvidos, obrigando-as a transformarem a sua estrutura econômico-produtiva do setor secundário para o terciário, reconfigurando a estrutura do seu mercado de trabalho, redirecionando a oferta de empregos para profissionais qualificados, excluindo grande parcela dos trabalhadores, “órfãos da manufatura” e com baixa formação. A velocidade destas mudanças foi tão grande que, em muito, superou a velocidade do processo de requalificação da classe trabalhadora para fazer frente às novas oportunidades.

1.3 Síntese da Unidade

Territórios funcionam como organismos vivos, cujas dinâmicas são estabelecidas por um conjunto de atores – o estado, organizações públicas, empresas, organizações da sociedade civil e indivíduos – articulados em rede e influenciados por um sistema de valores e significados relacionados com a sua história, com aspectos políticos, traços culturais, relações sociais e com o meio ambiente. Neste sentido, todo e qualquer processo de intervenção e de transformação da realidade no território, deve levar em conta os seus atores, integrando-os em construções coletivas de identificação de possibilidades, caminhos e parcerias a serem tecidas.

As cidades, portanto, têm se apresentado como *lócus* privilegiado para o exercício de uma reflexão sobre processos de desenvolvimento territorial, tem sido objetos de processos de planejamento urbano que transitam numa balança que pende, em determinados momentos, para modelos de desenvolvimento excludentes e, em outros, para modelos que buscam mitigar impactos geradores de desigualdades sociais.

Desse modo, a lógica do planejamento urbano deve considerar os múltiplos aspectos e desigualdades estruturais das cidades, com vistas a promover um desenvolvimento que seja para todos, intervindo nos seus pontos críticos gerando sustentabilidade e inclusão.

Unidade 2 – A Economia Criativa como Eixo de Desenvolvimento de Territórios

Imagem: Pixabay



Na Unidade 2, faremos um mergulho no conceito de cidade criativa, por meio de reflexões acerca da formulação de políticas públicas para o desenvolvimento, tendo como vetor a economia criativa. Pontos positivos e negativos serão apresentados numa perspectiva crítica. Para isso, vamos discutir o desenvolvimento do conceito de economia criativa, os setores econômicos direta e indiretamente contemplados e as políticas públicas formuladas e implementadas, evidenciando países em desenvolvimento com destaque para o caso brasileiro. O(a)s aluno(a)s serão estimulados, assim, a compreender e a identificar aspectos importantes relacionados às cidades que têm assumido a cultura e a criatividade como vetores essenciais para o seu crescimento e desenvolvimento.

2.1 Economia Criativa e Formulação de Políticas Públicas para o Desenvolvimento

Objetivo: Compreender o conceito de economia criativa e suas implicações para a formulação de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento de territórios, considerando-se aspectos próprios da sua dinâmica em países em desenvolvimento.

2.1.1 Economia Criativa: Conceitos e Setores

Como um conceito ainda em construção, a economia criativa tem sido objeto de reflexões acadêmicas que demonstram a impossibilidade de se adotar um significado unívoco e global, posto que aspectos históricos, políticos e culturais, presentes nos diversos países, correspondem a variáveis fundamentais e necessárias para a aplicação do conceito de modo a adequá-lo às múltiplas realidades, tão díspares, que se observa nos diferentes contextos.

De maneira geral, os conceitos constituidores da temática no mundo têm sido pautados por reflexões, experiências e práticas de países desenvolvidos do hemisfério norte. Indústrias culturais, indústrias criativas, classes criativas, cidades criativas, propriedade intelectual, diversidade cultural, inovação, sustentabilidade, tecnologias da informação e comunicação, sociedade do conhecimento, economia de serviços, entre outros conceitos foram sendo, aos poucos, incorporados e utilizados como uma rede de significados fundantes do campo criativo e das suas dinâmicas.

Nesse sentido, a economia criativa do mundo desenvolvido foi estabelecida a partir de um modelo de desenvolvimento baseado em aspectos e dinâmicas capitalistas, pautadas pela supervalorização da propriedade intelectual e por estruturas de mercado caracterizadas basicamente por dinâmicas competitivas. A construção de uma compreensão do conceito de uma economia criativa a partir dos “países do Sul” (SANTOS, 2010) prima, então, por considerar aspectos e conhecimentos locais, muitas vezes subjugados por lógicas e olhares colonialistas. O autor busca levantar questões que apontem para práticas colaborativas e solidárias constituidoras de redes e sistemas produtivos locais e regionais.

O debate tem se dado num campo de disputa que se constituiu e se constitui sob diferentes percepções. É comum a confusão entre os conceitos de *economia da cultura* e *economia criativa*, posto que ambos tratam de questões econômicas associadas ao campo cultural, sendo comum a sobreposição dos mesmos. Se por um lado, a partir da última década do século XX, o conceito de *economia criativa* emerge e ganha força, gradativamente, a partir do entendimento da **criatividade como motor de processos de desenvolvimento, baseados na síntese entre economia, cultura, tecnologia e ciência** (CABO VERDE, 2010); por outro, ela é compreendida de modo diretamente relacionado com seu escopo setorial, **como uma ampliação do conceito de economia da cultura por englobar, além dos setores culturais tradicionais das artes** (música, dança, circo, artes visuais, cinema, etc.), **setores relacionados às tecnologias da informação e da comunicação com conteúdos culturais e criativos** (jogos digitais, animação, desenvolvimento de softwares e aplicativos etc.) e **setores de base cultural relacionados à indústria tradicional** (design de moda, design gráfico, design de mobiliários e artefatos, arquitetura e publicidade).

Percebemos então o quão amplo é o campo criativo e como contempla um escopo de setores bastante diversos. Diante da importância de identificá-los dentro de um sistema de classificação (*frameworks*), a Conferência das Nações

Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD⁵) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO⁶) propuseram a sistematização desses setores por meio de categorias mais amplas com a finalidade de criar uma base comum para o desenvolvimento de análises comparativas entre os diversos países.

Segundo a proposta de classificação sugerida pela UNCTAD (2010), as indústrias criativas podem ser classificadas em 4 categorias – patrimônio, artes, mídias e criações funcionais, conforme pode ser observado na Figura 2 a seguir:



Figura 2: Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas.

Fonte: UNCTAD (2010)

Essas categorias não são estanques, posto que existem convergências e zonas de interseção entre os diversos setores. O setor da música, por exemplo, se destaca tanto como uma arte cênica, através das apresentações e performances ao vivo, quanto como conteúdo digital presente na produção e difusão de produtos via internet ou nas produções audiovisuais (TV, cinema, vídeo e jogos digitais) e de rádio. Da mesma forma, o design de produtos de vestuário atua tanto no campo da moda quanto na produção de figurinos para produções teatrais e audiovisuais. Assim como o setor de festas & celebrações pode contemplar e se relacionar, de modo simultâneo, com setores criativos provenientes das quatro categorias apresentadas (patrimônio, artes, mídias e criações funcionais).

⁵ United Nations Conference on Trade and Development.

⁶ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Em paralelo à proposição do *framework* da UNCTAD, a UNESCO, em seu esforço de classificação dos setores culturais e criativos para a produção de estatísticas culturais, sugeriu uma classificação mais ampla que englobou, além dos domínios culturais coincidentes com as categorias estabelecidas pela UNCTAD, domínios que se relacionam de modo direto ou indireto com os setores criativos (Turismo, Esportes e Lazer).



Figura 3: Classificação da UNESCO para Estatísticas Culturais.

Fonte: UNESCO (2009, p.24)

Conforme pode ser observado na Figura 3, os domínios culturais e os domínios relacionados identificados, em seu conjunto, geram um patrimônio cultural intangível, expressado por modos de ser e viver, por tradições orais, rituais e sociais, por códigos e linguagens, que demandam o suporte de ações de educação e capacitação; de registro, memória e preservação; e da existência de equipamentos e materiais de apoio para o seu efetivo funcionamento.

No Brasil, a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro - FIRJAN (2016) também definiu uma classificação para as indústrias criativas, conforme pode ser visto na Figura 4, incluindo no núcleo dessas indústrias a categoria “Tecnologia”, que contempla as áreas de Pesquisa & Desenvolvimento, Biotecnologia e de

Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC). De modo complementar ao núcleo das indústrias criativas, foram inseridas e destacadas atividades relacionadas, que contemplam serviços e indústrias que dão suporte às dinâmicas econômicas do núcleo. Por último, foram inseridas atividades de apoio fundamentais para o fortalecimento da infraestrutura dos setores.

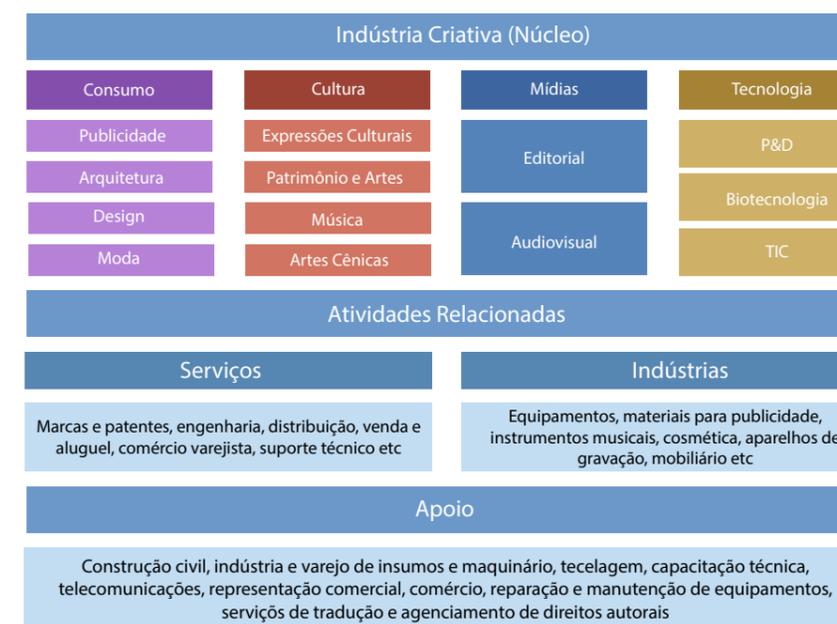


Figura 4: Classificação da FIRJAN para as indústrias criativas – Sintético.

Fonte: Guilherme (2018, p.38)

É importante compreender que as dinâmicas econômicas desses diversos setores seguem lógicas às vezes similares e às vezes bastante díspares, com redes, sistemas e cadeias produtivas próprias. Neste sentido, o campo cultural e criativo tem um espectro bastante amplo que contempla desde o artesanato aos jogos digitais, das festas e celebrações às TIC, e, por isso, precisa ser estudado a partir de uma visão complexa, que inclui e considera as complementaridades e as diferenças entre os diversos setores, as dinâmicas produtivas e economias de redes de empreendimentos, empreendedores, profissionais e instituições relacionadas. Sendo assim, a economia criativa, ao contrário do que muitos pensam, não se relaciona com um único setor, mas com um conjunto de setores cujos produtos (bens ou serviços) têm como elemento central, definidor do seu valor, a sua dimensão estético-cultural e criativa (GUILHERME, 2018).

Como um exercício de síntese, pode-se verificar na Figura 5 a seguir, uma proposta de *framework* que integra características dos *frameworks* apresentados anteriormente – UNCTAD (2010), UNESCO (2009) e FIRJAN (2016).

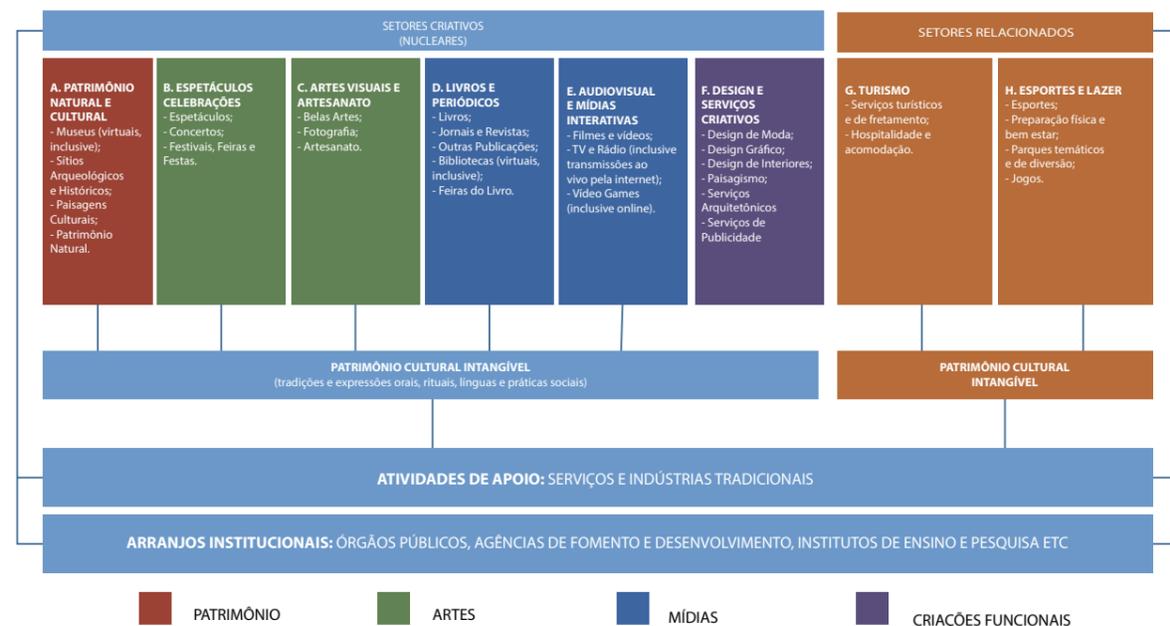


Figura 5: Classificação-Síntese dos Setores Criativos, seus sistemas produtivos e arranjos institucionais.

Fonte: Guilherme (2018, p.39)

Assumamos, então, esta síntese, com seu “olhar” que privilegia os setores criativos, cuja produção de bens e serviços tem um viés estético-cultural evidente, contemplando os setores criativos identificados. As categorias definidas pela UNCTAD para os setores criativos (patrimônio, artes, mídias e criações funcionais) são mantidas, assim como os setores relacionados (turismo, esporte e cultura) estabelecidos no *framework* da UNESCO, potencializadores do desenvolvimento de novos nichos de mercados e do acesso a novas oportunidades de negócios. Como podemos perceber, a categoria “Tecnologia” (P&D, Biotecnologia e TIC), incluída no *framework* da FIRJAN, não aparece em destaque na Figura 5, sendo considerada de modo transversal aos demais setores no que se refere às TIC incorporadas aos novos processos de criação, produção e difusão/distribuição de bens e serviços criativos. Junto às “Atividades de Apoio”, relacionadas aos setores de serviço e da indústria tradicionais, verificamos os “Arranjos Institucionais”, constituídos por órgãos públicos, agências de fomento e desenvolvimento, institutos de pesquisa, instituições de ensino técnico e superior, entre outros,

fundamentais para o fortalecimento e desenvolvimento das dinâmicas das economias dos setores criativos nos territórios (GUILHERME, 2018).

Numa sociedade pós-industrial, a **economia criativa surge**, portanto, **como dinâmica e processo geradores de bens e serviços de alto valor agregado, onde a dimensão simbólico-cultural (estética) se destaca como fator de diferenciação e de valorização da diversidade cultural, seu insumo principal.**

A busca pela formulação de políticas que garantam o equilíbrio entre a proteção e a preservação da diversidade cultural e o fomento e desenvolvimento de uma economia criativa pujante exige aprofundamento e monitoramento contínuos, além de uma compreensão mais precisa sobre a delimitação deste campo.

Neste sentido, em 2010, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD ampliou seu escopo de análise sobre a temática, das indústrias para a economia criativa. Com a segunda e a terceira edição do Relatório Economia Criativa (UNCTAD, 2010, p.10), o conceito, ainda em construção, se ampliou trazendo as seguintes afirmações:

- *A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico;*
- *Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo, que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;*
- *Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;*
- *É um conjunto de atividades econômicas baseado no conhecimento, caracterizado pela dimensão do desenvolvimento e de interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral;*
- *É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.*

A cultura passou, então, a ser assumida, por alguns países, como alternativa e uma nova ferramenta do século XXI para consagrar a competitividade internacional e para gerar soluções de desenvolvimento. Por intermédio do incentivo à cultura e à criatividade os governos apoiam e consolidam não apenas empreendedores que desejam uma inserção no mercado internacional, mas fortalecem as identidades e a cultura nacional, ao mesmo tempo que tornam esses elementos meios para o desenvolvimento cultural, social e econômico,

assumindo o desenvolvimento humano na sua centralidade. Essa percepção vem ao encontro da “Declaração do Direito ao Desenvolvimento” da Organização das Nações Unidas – ONU (1986, p.1 grifo nosso) que afirma que

[...] O direito ao desenvolvimento é um direito humano inalienável, em virtude do qual toda pessoa e todos os povos estão habilitados a participar do desenvolvimento econômico, social, cultural e político, para ele contribuir e dele desfrutar, no qual todos os direitos humanos e liberdades fundamentais possam ser plenamente realizados. [...] A pessoa humana é o sujeito central do desenvolvimento e deveria ser participante ativo e beneficiário do direito ao desenvolvimento. [...] Os Estados têm a responsabilidade primária pela criação das condições nacionais e internacionais favoráveis à realização do direito ao desenvolvimento.

Novas apostas e escolhas políticas são então necessárias como pautas para novos projetos de desenvolvimento. Segundo Mario Lucio Sousa, ex-Ministro da cultura de Cabo Verde (LEITÃO, 2016) existem três palavras que traduzem essas apostas:

- **Acesso:** à educação, a saúde, ao transporte, ao financiamento, à inovação e às invenções em igualdade de oportunidade.
- **Apropriação:** relacionada à capacidade de se apropriar das inovações e invenções dentro de processos cotidianos de criação, recriação e ganho de autonomia.
- **Resposta:** criação de condições para as novas gerações reagirem aos estímulos resultantes dos processos de apropriação das inovações e invenções, transformando-os em criatividade e inovação para a geração de soluções singulares, endógenas e autênticas.

Para um novo modelo de desenvolvimento econômico, é preciso uma cultura que estimule solidariedades, colaboração e criatividade, além, é claro, das infraestruturas necessárias para o suporte das iniciativas e dos sistemas produtivos relacionados.

2.1.2 Uma Breve História das Políticas Públicas de Economia Criativa em Países em Desenvolvimento

Desde a última década do século XX, a temática da economia criativa tem ganho e vem ocupando espaços cada vez mais amplos, tanto no campo das políticas públicas quanto nas discussões acadêmicas. Em 2020, se completarão

26 anos do início das políticas públicas para o campo. Primeiro na Austrália e depois no Reino Unido, a economia criativa foi assumida como estratégia de desenvolvimento por países dos cinco continentes, seja como projeto ou alternativa de desenvolvimento para países em contexto de pós-industrialização ou como estratégia de mitigação das desigualdades sociais e de promoção do desenvolvimento para países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento. Baseada essencialmente na criatividade e nas riquezas culturais, a economia criativa se constrói no valor agregado do seu produto e na inovação presente nos novos modos e formas de se relacionar e de interagir, no uso e na incorporação de tecnologias digitais e sociais associadas às vivências econômicas e existenciais dos empreendedores e dos profissionais dos setores culturais e criativos nos territórios (GUILHERME, 2018).

Como política pública de estado, a temática da economia criativa nasceu na Austrália, com uso do conceito de *Creative Nation* (Nação Criativa) presente na declaração do primeiro-ministro australiano, Paul Keating, em 1994. Antes de sua eleição, Keating já havia demonstrado interesse em apoiar e fomentar a criatividade e a cultura nacional, como forma de combater os problemas que surgiam no país relativos à perda da sua identidade cultural no início dos anos 1990. O governo buscou então promover a cultura e as artes australianas, preservar sua história e patrimônios culturais e incentivar a criação e a expressão cultural de seu povo, reforçando sua dimensão econômica como estratégia de desenvolvimento. Como disse Keating,

Esta política cultural é também uma política econômica. Cultura gera riqueza. Em geral, nossas indústrias culturais geram 13 bilhões de dólares por ano. Cultura emprega. Cerca de 336.000 australianos são empregados em indústrias relacionadas à cultura. Cultura agrega valor, é uma contribuição essencial para a inovação. É um símbolo de nossa indústria. O nível da nossa criatividade determina substancialmente a nossa capacidade de adaptação a novos imperativos econômicos. É uma exportação valiosa em si mesma e um acompanhamento essencial para a exportação de outras mercadorias. Atrai turistas e estudantes. É essencial para o nosso sucesso econômico (AUSTRALIA, 2011, p. ???, tradução nossa).

O papel da política *Creative Nation* se expandiu e se consolidou no país e entre 1994 e 1995, através do Departamento de Comunicações e Artes, as despesas diretas para essa nova economia foram estimadas em mais de um bilhão de dólares. Este financiamento foi concedido por meio do orçamento de múltiplas pastas, incluindo Relações Exteriores, Comércio, Educação, Emprego, Meio Ambiente, Esporte e Territórios, além, é claro, do próprio Gabinete do primeiro-ministro.

Os objetivos pretendidos com esta política de desenvolvimento recaiam em cinco categorias principais: 1. nutrir a criatividade e a excelência; 2. permitir que todos os australianos desfrutassem do maior número possível de experiências culturais; 3. preservar o patrimônio da Austrália; 4. promover a expressão da identidade cultural da Austrália, incluindo a sua grande diversidade; e, 5. promover o desenvolvimento sustentável e as indústrias criativas, incluindo as que evoluem com o surgimento de novas tecnologias.

O conceito *Creative Nation* obteve repercussão entre os meios acadêmicos e econômicos do mundo e acabou alcançando o Reino Unido que, através do manifesto pré-eleitoral de 1997 do programa de renovação do Partido Trabalhista inglês (*New Labour*), identificou as indústrias criativas como um campo particular da economia a ser reconhecido e fomentado com políticas públicas específicas que potencializassem o seu expressivo ritmo de crescimento.

Na gestão do Primeiro-Ministro Gordon Brown, no período entre 2007 e 2010, foi criada a Secretaria de Indústrias Criativas e Turismo no âmbito do Ministério da Cultura, Mídia e Desporto. O Programa de Economia Criativa desta Secretaria se baseou essencialmente nos seguintes eixos: por em evidência os setores criativos com maiores taxas de crescimento e diferenciações mais claras entre objetivos econômicos e culturais; criar “Centros de Excelência” em criatividade e inovação em todas as regiões do Reino Unido; e, por último, analisar o marco legal da propriedade intelectual e seu impacto nos interesses divergentes da iniciativa privada e da sociedade em questões relacionadas à proteção e ao acesso. Enquanto, de um lado, observa-se um gerenciamento crescente dos direitos digitais e das medidas de proteção técnica da propriedade intelectual contra formas mais fáceis de acesso e utilização de conteúdo digital, de outro lado, há o interesse público em promover maior e melhor acesso a este conteúdo digital.

Para John Howkins (2013), especialista britânico neste campo, a definição de economia criativa tem relação estreita com o reconhecimento do valor comercial gerado a partir dos direitos de propriedade intelectual relacionados a bens e serviços criativos, sejam direitos autorais, de patentes, de marcas ou de desenhos industriais. O autor ressalta que produtos (bens e serviços) criativos, resultantes da criatividade e do talento de indivíduos, são produzidos há muito tempo, mas que o seu reconhecimento como estratégicos para o desenvolvimento de países desenvolvidos e em desenvolvimento é recente. Deste modo, o valor e as implicações comerciais e econômicas dos setores criativos repercutem diretamente

na geração de trabalho e renda, na ampliação de mercados exportadores e, por conseguinte, na geração de riquezas efetivas para as nações.

Portanto, a Austrália e o Reino Unido inauguraram a implementação de políticas públicas de economia criativa, como vetor estratégico para o seu desenvolvimento, e foram portanto inspiradores para o desenvolvimento de políticas em outros países, servindo como referência para políticas formuladas e implementadas por todo o mundo, em países como a Nova Zelândia, Cingapura, Coreia do Sul, China e Índia (MIGUEZ, 2007).

Da experiência britânica, merece destaque a atuação do *British Council*⁷ através do desenvolvimento de programas e consultorias voltados para a disseminação da temática, por meio da formação de empreendedores e do fomento a empreendimentos criativos junto a países asiáticos, africanos, latino-americanos e do leste europeu (MIGUEZ, 2007). No entanto, é importante frisar, conforme será destacado mais adiante, o impacto negativo dos processos de importação de modelos de países desenvolvidos para países em desenvolvimento. A lógica das dinâmicas econômicas próprias aos primeiros acaba por não considerar aspectos históricos, culturais e políticos dos segundos, fazendo com que a replicação de políticas e práticas ampliem desigualdades sociais e fortaleçam processos de dependência cultural e econômica. Neste sentido, cabe aos países em desenvolvimento a reformulação desses modelos e a utilização de suas referências com capacidade crítica, readequando, reajustando, criando e desenvolvendo modelos próprios às suas realidades e especificidades.

No continente africano, no ano de 2005, foi aprovado na Conferência da União Africana de Ministros de Cultura o Plano de Ação de Nairóbi para as Indústrias Culturais na África⁸, um documento ancorado em estratégias de fortalecimento das indústrias culturais africanas com vistas a mitigar a pobreza e promover o desenvolvimento sustentável dos países do continente. Um marco no debate para a implementação de políticas públicas de economia criativa no continente Africano é a Carta de Nairóbi para o Renascimento Cultural da África,

[...] endossada pelos chefes de estado e governo da União Africana (UA) (5ª Sessão Ordinária, Cartum, 2006), que confirma os princípios básicos da Carta Cultural para a África de 1976 e enfatiza a necessidade de integração de objetivos culturais, isto é, a proteção e promoção das artes e da criatividade, em estratégias de desenvolvimento. (KOVÁCS, 2008, p.96)

⁷ *British Council – Creative Economy*: vide - <https://creativeeconomy.britishcouncil.org>

⁸ *Nairobi Plan of Action for Cultural Industries in Africa*: vide - http://ocpa.irmo.hr/resources/docs/AU_POA_Industries_2005-en.pdf

Desde então, muitas iniciativas foram desenvolvidas neste sentido, tendo na África do Sul um ator importante no continente na implantação de políticas que incluíram a economia criativa em sua estratégia de desenvolvimento (MELEIRO; FONSECA, 2012). Mais recentemente, no ano de 2015, o Ministério da Cultura de Cabo Verde lançou o Plano Cabo Verde Criativo numa proposta de desenvolvimento para as economias criativas do país. Nas palavras do então Ministro da Cultura Mario Lucio,

a Cultura, que era apenas encarada como arte, lazer e entretenimento, já serve de base à Economia de vários países e está a tornar competitivos as pequenas economias à escala mundial. E também se desponha como a maior arma de defesa, o maior factor da paz e da estabilidade, o mais sustentável de todos os pilares de desenvolvimento, o meio mais eficaz de integração social, a plataforma ideal de negociações, a medida exacta da potência de cada um. De modo discreto, a Cultura vem dando os seus passos justos, como um antigo saber que renasce das cinzas onde a chama nunca se apagou. Antes, o exótico era aquilo que os outros queriam ver. Hoje, o genuíno é aquilo que nós temos para mostrar. A partir daí, pequenas empresas, mas em rede, podem exportar as suas produções como bens created in Cabo Verde (mais do que made in), o created in leva um legado histórico, um saber fazer de gerações, uma alma partilhada que a máquina desconhece e ainda bem. O Imaterial é o nosso valor maior. (CABO VERDE, MCCV, 2015, p.)

Na América Latina, a temática vem ocupando espaços importantes no campo das políticas públicas, mobilizando *policy makers* dos diversos países junto a instituições e organismos internacionais como: o Convênio Andrés Bello, a Organização dos Estados Americanos (OEA), a Organização dos Estados Iberoamericanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), o Centro Regional para a Promoção de Livros na América Latina e Caribe (CERLALC), o Programa Nacional das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) (MELEIRO; FONSECA, 2012). Argentina, México, Colômbia, Chile e Brasil tem se destacado com iniciativas bastante relevantes, seja pelo investimento no fortalecimento de setores criativos identificados como prioritários (audiovisual na Argentina), seja por meio do investimento em territórios associados ao desenvolvimento de *clusters*⁹ (cidade gastronômica de Popayanna Colômbia) ou

9 *Cluster*: "Um cluster é um grupo de companhias e instituições associadas próximas geograficamente num determinado campo, ligadas por semelhanças e complementaridades." (PORTER, 1998 In: OLIVEIRA, 2012, p.7).

através do investimento em tecnologias e na cultura digital (Programa e-Cultura que conecta uma rede de instituições e agentes culturais no México).

Chama atenção o Plano Nacional de Fomento à Economia Criativa¹⁰ elaborado pelo governo do Chile e lançado em maio de 2017. Acreditando na força de uma economia que corresponde a 2,2% do PIB do país, a então Presidenta Michelle Bachelet decidiu por assumir a arte, a cultura e a criatividade como vetores de desenvolvimento humano e econômico do país. Para isso, criou em março de 2015 um Comitê Interministerial composto pelo Conselho Nacional da Cultura e das Artes e pelos Ministérios da Economia, das Relações Exteriores, da Educação, do Desenvolvimento Social, do Trabalho e da Seguridade Social, da Agricultura, do Interior, da Segurança Pública e da Fazenda. A liderança do processo de articulação interinstitucional do Comitê ficou a cargo da Secretaria da Economia Criativa do Conselho Nacional da Cultura e das Artes. O debate desenvolvido junto às mesas técnicas compostas pela parceria abordou temáticas relacionadas aos temas: emprego, internacionalização, conhecimento e fomento. "O Plano favorece o ecossistema de fontes de financiamento e instâncias de mercado, promovendo o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos criativos" (CHILE, 2015, tradução nossa).

2.1.3 Políticas Públicas de Economia Criativa no Brasil: Entre Avanços e Retrocessos

Ainda que no Brasil a formulação e a implementação de políticas públicas relativas ao campo criativo sejam recentes e incipientes, a temática vem se fortalecendo e sendo debatida em todo o país, consolidando-se através de programas e projetos inovadores que têm demonstrado sua potência transformadora por meio da integração e da articulação de conhecimentos e conteúdos artísticos, culturais e tecnológicos. Sempre à frente do estado, a sociedade civil tem trilhado e apontado para caminhos que tem conquistado adeptos que reconhecem oportunidades de desenvolvimento e de crescimento neste campo. Empreendedorismo criativo, incubadoras, aceleradoras, espaços de *coworking*, *hubs* criativos, plataformas de financiamento coletivo, plataformas de *streaming*, *e-commerce*, modelos de negócios colaborativos, moedas sociais, *bitcoins*, entre outras expressões, tem

10 *Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa* – vide: <http://www.cultura.gob.cl/publicaciones/plan-nacional-de-fomento-a-la-economia-creativa/>.

habitado o glossário, os debates e as práticas de empreendedores que tem buscado soluções para as suas dinâmicas econômicas diárias.

Num campo dominado por micro e pequenos empreendimentos, a economia criativa brasileira demanda um olhar sistêmico na leitura de suas configurações, identificando fragilidades e oportunidades de crescimento. Neste sentido, a lógica das redes tem se estabelecido, merecendo uma atenção especial no que se refere às suas potencialidades de fortalecimento dos setores culturais e criativos.

Ainda que a riqueza da diversidade cultural brasileira seja evidente, pouco tem sido feito no sentido de torná-la um vetor efetivo de desenvolvimento, gerador de inovação, sustentabilidade e inclusão. Por esta razão, é preciso desenvolver um olhar crítico sobre o modelo de desenvolvimento adotado no país, considerando-se suas bases éticas e aspectos relacionados às tensões e convergências entre mercados globais e locais. O território precisa ser analisado como um lócus efetivo de mudança, sendo percebido em suas dimensões políticas, econômicas, culturais e sociais.

No Brasil, a temática da economia criativa chega em 2004 com a realização da XI UNCTAD em São Paulo, a partir de um painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento. Todavia, a institucionalização de políticas públicas nacionais nesse campo somente se concretizou no Ministério da Cultura (MinC) quando da criação do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura em 2006, seguido da criação da Coordenação Geral de Economia da Cultura e Estudos Culturais, dentro da Secretaria de Políticas Culturais (SPC), em 2009 (BRASIL, 2016) para chegar ao seu ápice, com um lócus institucional mais efetivo, por meio da criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), oficializada em 2012 (BRASIL, 2013) dentro da gestão da Ministra Ana de Hollanda.

No processo de institucionalização da SEC, o conceito de economia criativa, formulado como ponto de partida para a elaboração de políticas públicas nacionais desta Secretaria não considerou em sua centralidade questões relacionadas à propriedade intelectual, mas enfatizou aspectos associados às dinâmicas dos ciclos econômicos próprios dos setores culturais e criativos. Desse modo, a economia criativa foi concebida como: “a economia resultante das dinâmicas culturais, sociais e econômicas, construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica” (BRASIL, 2011, p.23). Para além deste conceito, procurou-

se qualificar o processo de formulação de políticas públicas de economia criativa no Brasil a partir dos seguintes princípios norteadores (BRASIL, 2011):

- **Diversidade Cultural** – Valorizar, proteger e promover a diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento.
- **Sustentabilidade** – Promover o desenvolvimento do território e de seus habitantes garantindo a sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica.
- **Inovação** – Fomentar práticas de inovação em todos os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais.
- **Inclusão social** – Garantir a inclusão integral de segmentos da população em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e de criação e desenvolvimento de empreendimentos criativos.

De modo complementar, com o objetivo de mitigar os principais problemas bloqueadores do desenvolvimento da economia criativa brasileira, a SEC identificou no seu planejamento estratégico cinco problemas e desafios a serem enfrentados:

PROBLEMAS	DESAFIOS
Ausência de informações, dados e de análises produzidos e sistematizados.	Levantar, sistematizar e monitorar as informações e dados sobre a Economia Criativa para a formulação de políticas públicas.
Modelos de negócios precários e inadequados frente aos desafios dos empreendimentos criativos; baixa disponibilidade e/ou inadequação de linhas de crédito para financiamento das atividades dos setores criativos.	Fomentar a sustentabilidade de empreendimentos criativos para fortalecer sua competitividade e a geração de emprego e renda.
Baixa oferta de formação em todos os níveis (técnico, profissionalizante e superior) para os setores criativos.	Formar gestores e profissionais para os setores criativos com vistas a qualificar os empreendimentos, bens e serviços.
Baixa institucionalidade da Economia Criativa nos Planos Municipais e Estaduais de Desenvolvimento, o que enfraquece a dinamização dos ciclos econômicos dos setores criativos.	Ampliar a institucionalização da Economia Criativa nos territórios visando ao desenvolvimento local e regional.
Ausência, insuficiência e desatualização de marcos legais e infralegais para o desenvolvimento dos setores criativos.	Criar e adequar marcos legais para o fortalecimento dos setores criativos.

Quadro 1: Problemas identificados e os consequentes desafios da economia criativa no Brasil.

Fonte: BRASIL (2011)

Nesse sentido, a gestão da SEC trabalhou no intuito de garantir as bases institucionais para consolidação da temática no âmbito federal. A tarefa de articular, intermediar e dar a compreender aos governos estaduais e municipais, assim como ao campo cultural e à população brasileira, se manteve num esforço continuado com a finalidade de, num futuro próximo, alavancar investimentos de médio e longo prazos para a implantação de políticas com impacto efetivo e significativo no campo cultural e criativo brasileiro. Este ato contínuo foi interrompido com a substituição da equipe gestora da SEC, posto que a então ministra Marta Suplicy almejava um redirecionamento das bases das políticas desenvolvidas pela Secretaria, longe das previstas no seu Plano Estratégico inicial.

No final de 2014, a ministra Marta Suplicy pede demissão do MinC. Em janeiro de 2015, Juca Ferreira retorna ao Ministério e, neste mesmo ano, decide pela extinção da SEC com a justificativa de que sua extinção não implicaria na exclusão da temática das políticas do Ministério. O discurso defendido pelo ministro e pela sua equipe era o de que a temática ganharia força, em termos políticos, já que seria tratada de modo transversal às demais Secretarias e organizações vinculadas do MinC. Porém, o que se percebeu, na prática, foi que a desarticulação institucional da Secretaria acabou não só por drenar seu poder como a sua capacidade de execução que já era frágil.

Com o processo de impeachment da Presidenta Dilma Rousseff e com a posse do então Vice-presidente Michel Temer como Presidente Interino no primeiro semestre de 2016, novas discontinuidades impactaram o campo cultural, gerando uma grande preocupação entre artistas, gestores, pesquisadores, agentes, profissionais e políticos. Em menos de dez dias da posse de Temer, o Ministério da Cultura foi extinto¹¹. O desmonte e a discontinuidade de políticas, assim como a perda de poder institucional e orçamentário do Ministério na Esplanada provocou uma forte reação da sociedade civil que, num movimento de resistência, ocupou sedes da Fundação Nacional das Artes (Funarte) e do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) em todo o país. A pressão da sociedade civil fez com que o governo voltasse atrás no processo de extinção, recriando o Ministério. No entanto, o MinC perdeu “força” e sofreu discontinuidades nas suas políticas em curso. O Ministro Marcelo Calero promoveu um redesenho organizacional do MinC com a extinção de dezenas de cargos comissionados, exonerando dezenas de servidores e cumprindo com o discurso de austeridade do novo governo. Entretanto, a redução do corpo funcional do Ministério

11 A pauta da cultura seria incorporada ao Ministério da Educação, transformando-o em Ministério da Educação e Cultura, através da criação de uma Secretaria Nacional de Cultura dentro da estrutura do Ministério.

inviabilizou a execução e a continuidade de programas estruturantes que haviam sido construídos nos últimos anos.

Em agosto daquele ano (2015), foi anunciada a nova estrutura do MinC¹² e a temática da economia voltou à tona com a criação de uma nova Secretaria, desta vez denominada de Secretaria da Economia da Cultura (SEC). A nova SEC incorporou três departamentos: o de Sustentabilidade e Inovação (voltado para a articulação interinstitucional, o fomento e os estudos e pesquisas); o de Estratégia Produtiva (voltado para promoção da produção, para a promoção da difusão/circulação/distribuição, articulação e cooperação internacional); e, por último, o de Direitos Intelectuais (com foco na formulação e no monitoramento de políticas, no acompanhamento da legislação e na gestão coletiva). Ao analisar-se as competências descritas no Decreto Nº 8.397, são constatadas algumas lacunas em relação às políticas formuladas anteriormente, podendo-se destacar as seguintes: não trazia evidências de uma política que contemplasse a perspectiva do desenvolvimento local e regional, não sendo citados aspectos relativos a sistemas de governança para o desenvolvimento de territórios, ainda que se evidenciasse a preocupação com o fomento a empreendimentos, não estava clara a priorização dada aos micro e pequenos, enfraquecendo a perspectiva de inclusão produtiva que havia sido construído. Além da análise deste decreto de reestruturação, não houve a publicação de nenhum plano estratégico ou de qualquer outro documento institucional que apontasse políticas, programas e projetos a serem implantados efetivamente.

Em novembro de 2016, uma nova crise se estabelece no Ministério e no governo federal. O Ministro da Cultura pede demissão alegando estar sofrendo pressões políticas da parte do Secretário de Governo, do Palácio do Planalto, para intervir junto ao Iphan numa questão associada à autorização de uma obra relativa a um empreendimento imobiliário em área do patrimônio histórico de Salvador. O Ministro interveniente, líder do governo, tinha interesse pessoal no empreendimento em virtude de ser proprietário de uma das unidades do projeto imobiliário, o que estabeleceu uma crise política. Após a saída do Ministro Calero, a permanência do secretário de governo, Geddel Vieira Lima (interessado no empreendimento imobiliário) tornou-se insustentável. De modo quase que simultâneo à saída de Calero, foi anunciado o nome do deputado federal Roberto Freire como novo Ministro.

Político de carreira, aliado do governo Temer e sem registro de atuação no campo cultural, a permanência de Roberto Freire à frente da pasta foi curta e

12 Decreto Nº 8.837, de 17 de agosto de 2016.

praticamente nula. O deputado veio a pedir exoneração do cargo em meados de 2017, quando um novo escândalo político atingiu o governo federal¹³. O PPS¹⁴, partido de Freire, em virtude desse escândalo, deixou de compor a base aliada do governo e anunciou sua saída. No final de maio, com a exoneração de Roberto Freire publicada no Diário Oficial da União, João Batista de Andrade, secretário executivo do Ministério, assumiu interinamente o cargo de Ministro. Antes de completar um mês à frente do cargo, pediu demissão, mas foi mantido até a nomeação do próximo ministro. Nos bastidores, o cargo foi objeto de negociação dentro da bancada do PMDB¹⁵ em meio a conflitos entre suas diversas correntes. Na segunda quinzena de julho de 2017, Sérgio Sá Leitão, então diretor da Agência Nacional de Cinema (Ancine), foi nomeado Ministro. Apesar do discurso de posse ter incluído a pauta da economia da cultura e do ministro ratificar, junto à grande mídia, a priorização que a pasta dava para o desenvolvimento da economia criativa¹⁶, pouco se avançou nesse sentido, ficando evidente como tendência uma política voltada para o mercado em detrimento da promoção da produção e da diversidade cultural brasileiras. Exemplo disso foi o posicionamento do então ministro ao solicitar junto ao Conselho Superior de Cinema a extinção da proposta de extensão da política de cotas para conteúdo nacional junto às plataformas de vídeo sob demanda e afins¹⁷, proposta debatida amplamente e aprovada, anteriormente, por representantes da indústria do audiovisual brasileiro. A retirada dessa proposta impediu a ampliação do mercado para a produção nacional, ao contrário do que foi adotado com a Lei da TV Paga (Lei 12.485/2011)¹⁸.

Em 2019, o MinC foi mais uma vez extinto. O campo das políticas culturais passou a ser de responsabilidade da Secretaria Especial de Cultura, primeiramente incorporada ao Ministério da Cidadania e depois transferida para o Ministério do Turismo. Ao completar um ano da gestão Bolsonaro, a Secretaria Especial

13 O presidente foi citado em acordo de delação premiada pelo empresário Joesley Batista, um dos donos do grupo J&F, holding dos frigoríficos JBS, que o gravou em conversa pessoal tratando de assuntos relacionados com a “compra” do silêncio do ex-deputado Eduardo Cunha, já preso pela operação Lava Jato.

14 PPS – Partido Popular Socialista.

15 PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro.

16 Vide entrevista “Desenvolver Economia Criativa será prioridade, diz ministro da cultura” à Folha de S. Paulo (<http://m.folha.uol.com.br/mercado/2017/08/1912651-desenvolver-a-economia-criativa-sera-prioridade-diz-ministro-da-cultura.shtml>).

17 Vide matéria “Ministério da Cultura acaba com cotas para conteúdo nacional em vídeo sob demanda” em <https://www.revistaforum.com.br/2017/09/04/ministerio-da-cultura-acaba-com-cotas-para-conteudo-nacional-em-video-sob-demanda/>.

18 Vide: <https://ancine.gov.br/pt-br/conteudo/lei-da-tv-paga>

da Cultura acumulou um histórico de três Secretários, titulares da pasta, e está caminhando para a quarta nomeação¹⁹, demonstrando mais retrocessos do que avanços no campo cultural e criativo, além de um orçamento pouco significativo.

Analisando-se este breve histórico das políticas nacionais de economia criativa no Brasil, percebe-se, como diria Rubim (2007), “tristes tradições” relacionadas às instabilidades e descontinuidades institucionais, impactando negativamente o campo cultural e criativo, fragilizando ainda mais o grande contingente de artistas, profissionais, pequenos empreendedores e gestores dos setores culturais e criativos, formais e informais, que movimentam a economia do país e que fazem do Brasil um dos grandes “celeiros” da diversidade cultural do planeta.

A formulação de políticas públicas de economia criativa pela SEC (2011 a 2014) compreendeu a multidimensionalidade e a intersectorialidade da temática, entretanto é necessário o avanço, o aprofundamento e a aplicação desse conceito e de suas implicações, no sentido de se pensar as dinâmicas das redes político-institucionais (órgãos de governo, instituições de pesquisa, agências de fomento e desenvolvimento, instituições de formação livre, técnica, profissionalizante e de ensino superior) com relação aos diversos agentes dos sistemas produtivos e das redes de profissionais, empreendedores e empreendimentos dos setores criativos. Uma temática transversal demanda uma ação política transversal integrada ao território.

2.2 Economia Criativa em Países em Desenvolvimento

Objetivo: Analisar dados da economia criativa em países em desenvolvimento, identificando características e especificidades estruturais para o seu fortalecimento.

Nos tópicos anteriores, pudemos perceber que a economia criativa tem sido assumida como estratégia de desenvolvimento tanto em países desenvolvidos como em países em desenvolvimento. No entanto, também ficou claro que a importação de modelos de desenvolvimento sem considerar as diferenças próprias entre os países tem grande chances de ser desastrosa. Desse modo, conceitos e modelos exógenos de desenvolvimento, adotados e praticados

19 Henrique Pires (nomeado em janeiro e exonerado em agosto de 2019), Ricardo Braga (nomeado em setembro e exonerado em novembro de 2019), Roberto Alvim (nomeado em novembro de 2019 e exonerado em janeiro de 2020) e Regina Duarte (nomeada em janeiro de 2020).

por países desenvolvidos, não servem e nem são adequados às realidades de países em desenvolvimento. Especificidades sociais, culturais, históricas, econômicas e territoriais de países em desenvolvimento demandam modelos de desenvolvimento endógeno que considerem suas características estruturais, sua base tecnológica, suas capacidades produtivas e suas vocações culturais, bastante diversas daquelas presentes nos países desenvolvidos.

Seria um erro, por exemplo, a importação integral do modelo britânico para o Brasil. Em franco processo de desindustrialização, o Reino Unido se deparou, em meados dos anos de 1990, com um ambiente marcado pelo desaparecimento da manufatura local, por crises periódicas no governo e nas finanças e por um aumento da percepção do elevado potencial de crescimento e da convergência entre tecnologias e conteúdos culturais e criativos. Então, optou por assumir a cultura e a criatividade como chaves para o desenvolvimento do país e de seus territórios, com a finalidade de dar um salto adiante e construir novas bases, reconhecendo no fortalecimento e na promoção dos setores criativos do país um caminho e uma alternativa estratégica para o seu crescimento (FLEMING, 2008).

Analisando-se o cenário econômico e a matriz produtiva brasileira, bastante diferente da do Reino Unido, percebe-se o quanto o modelo britânico pode ser inspirador, embora impossível de ser adotado sem múltiplos ajustes e adequações, o que não invalida a adoção do mesmo como referência em alguns aspectos. Soma-se a isso o fato de existirem diferenças significativas relativas ao número de habitantes, às dimensões territoriais e à diversidade cultural própria destes países. O Brasil possui uma população de 206 milhões²⁰ de habitantes, quase quatro vezes maior que a do Reino Unido, com pouco mais de 65 milhões de habitantes; uma dimensão territorial de 8,5 milhões²¹ de quilômetros quadrados, aproximadamente 35 vezes a extensão territorial do Reino Unido que corresponde a 244.100²² quilômetros quadrados; e, por último, uma diversidade cultural extremamente plural e multiétnica, que impacta diretamente numa diversidade de realidades e contextos que demandam olhares e tratamentos diferenciados.

A Figura 6, a seguir, apresenta dados de onze setores criativos (televisão, artes visuais, jornais e revistas, publicidade, arquitetura, livros, artes performáticas, jogos, filmes, música e rádio), distribuídos pelos cinco continentes do mundo, dando uma visão global sobre as receitas e os empregos gerados. Conforme

20 <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2016/08/populacao-brasileira-cresce-0-8-e-chega-a-206-milhoes>

21 https://ww2.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/default_territ_area.shtm

22 <http://brasilecola.uol.com.br/geografia/dados-reino-unido.htm>

pode ser visto, é evidente a disparidade de receitas e empregos gerados entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento, apesar das riquezas e das vocações culturais dos países da América Latina e do Caribe, do continente africano e do oriente médio.

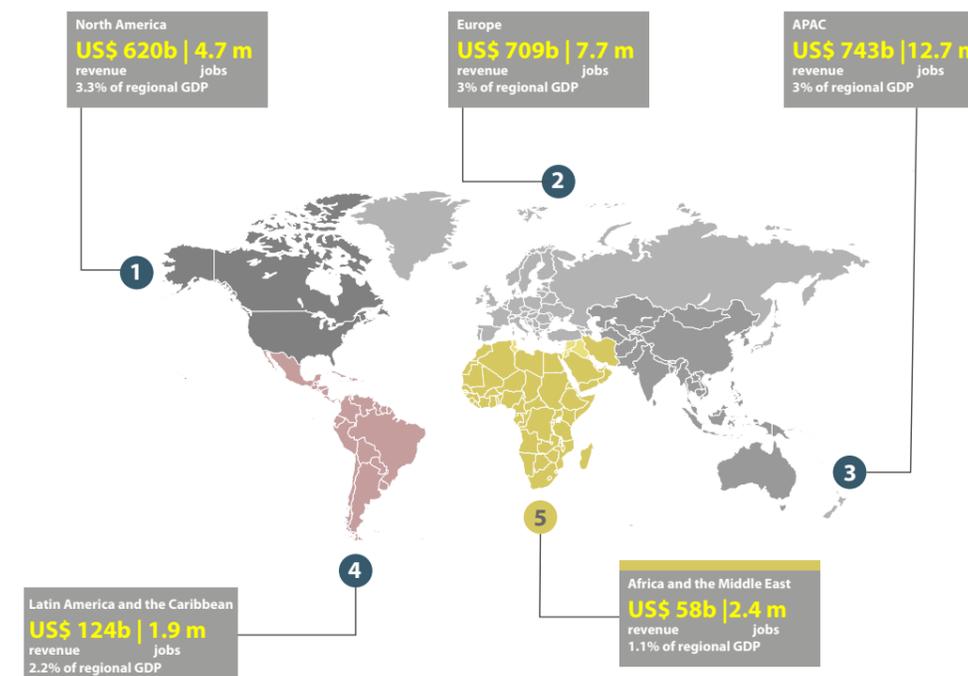


Figura 6: Comparativo de receitas e empregos gerados pela economia criativa nos cinco continentes do mundo - 2013.

Fonte: EY (2015, p.17)

Analisando-se a trajetória histórica e o grande volume de investimentos que foi feito no Brasil na sua atual matriz exportadora que, por um lado, gerou competitividade para o país em setores importantes, mas, por outro, se baseou em produtos de baixa sofisticação, percebe-se a necessidade de reformulação da sua estrutura de produção, investindo em setores de bens e serviços sofisticados, de alto valor agregado, como é o caso dos produtos culturais e criativos, assumindo um caminho com efetivo potencial de desenvolvimento e crescimento. Para dar esse salto com autonomia e sustentabilidade, substituindo sua teia produtiva atual, é preciso trilhar um caminho que demanda tempo e investimento para a preparação de novas bases. Os desafios enfrentados pela economia criativa brasileira (identificados no Quadro 1, apresentado anteriormente) indicam tanto a necessidade da elevação dos investimentos em infraestrutura (logística, tecnológica, educacional e de fomento) para o campo quanto a necessidade do

enfrentamento de fragilidades presentes na gestão de redes e de empreendimentos relacionados com estes setores.

Barrowclough e Kozul-Wright (2008) defendem que o debate sobre a incorporação da cultura e da criatividade, como fatores-chave para o desenvolvimento e crescimento de países em desenvolvimento, merece um olhar mais atento sobre seus impactos sociais, culturais e econômicos. As autoras reconhecem que países em desenvolvimento têm valorizado cada vez mais os setores criativos e os incluído em suas agendas de desenvolvimento em virtude dos mesmos se configurarem como: uma nova fonte de exportação, investimento e crescimento econômico; ferramenta econômica e oportunidade para geração de emprego e renda, afetando também setores tradicionais (da indústria, do comércio e de serviços) que são impactados de modo indireto; e, um portal para a economia do conhecimento global. Para isso, se fazem necessárias a criação de novas institucionalidades e a consolidação de redes e arranjos institucionais para o fortalecimento dos setores; a criação e o fortalecimento de ecossistemas criativos e inovadores; a promoção da diversidade cultural e a ampliação da oferta de repertórios culturais e criativos; a ampliação da oferta de alternativas de financiamento; a construção de um ambiente político, legal e regulatório favorável ao desenvolvimento dos empreendimentos e iniciativas; a formulação e a implementação de uma política de infraestrutura e de suporte ao empreendedorismo; e a construção de arranjos regionais que favoreçam as etapas dos ciclos econômicos dos setores – criação, produção, divulgação, distribuição e consumo.

Vale destacar que existe ainda uma longa caminhada nesse sentido, embora o rápido crescimento dos setores criativos tenha se dado basicamente em função da sua relação com as áreas de inovação, ciência e tecnologia, evidenciando a convergência de tecnologias complementares com a emergência de tecnologias digitais e multimídias, que tem impactado tanto os processos de criação quanto os processos de produção e distribuição, ampliando o acesso a novos mercados. Desse modo, novos nichos de mercados globais passaram a ser acessados por pequenas empresas criativas, incorporadas a dinâmicas econômicas e processos colaborativos mais amplos (BARROWCLOUGH; KOZUL-WRIGHT, 2008).

Barrowclough e Kozul-Wright (ibid) chamam atenção também para a centralidade da inovação tanto na criação de produtos quanto no desenvolvimento de processos da economia criativa num sentido mais amplo. Em termos estruturais, ainda há uma elevada concentração dos processos de divulgação e distribuição nas mãos de grandes *players*, embora os pequenos, gradativamente,

estejam conquistando independência em função da ampliação do acesso às tecnologias digitais. Esta situação tem se dado, principalmente, em setores que produzem conteúdos que podem ser processados e disponibilizados em formato digital.

De modo complementar, Cunningham et al. (2008) destacam o fato de que a necessidade de investimento em inovação para a geração de saltos na economia criativa dos países em desenvolvimento compete diretamente com a necessidade de investimentos em educação, para a mitigação da pobreza e para a construção de instituições fundamentais para o seu desenvolvimento. Nesse contexto, os autores discutem a necessidade da definição de estratégias de financiamento que considerem outras alternativas para além dos mecanismos tradicionais do subsídio governamental ou da atração de capitais de risco. Muitos empreendimentos e negócios criativos de micro e pequeno portes não necessitam de grandes volumes de recursos, mas de pequenos montantes que garantam o primeiro passo para a implementação de processos e para o desenvolvimento de novas ideias. Deste modo, sistemas e mecanismos de microcrédito ou de microfinanças têm sido adotados como uma alternativa. Vale ressaltar, também, o uso, mais recentemente, de plataformas de financiamento coletivo (*crowdfunding*)²³ e do sistema *blockchain*²⁴ como oportunidades de captação de financiamentos e de operação ou transação de recursos via criptomoedas (*bitcoins*) para o desenvolvimento de projetos, produtos e empreendimentos do campo criativo.

De qualquer maneira, as questões de financiamento são apontadas como críticas tanto para os setores criativos de países em desenvolvimento como de países desenvolvidos. Ambos os dois sofrem com a baixa oferta de financiamento para *startups*, a falta de capitais para expansão de negócios, a escassez de capital de risco, a inflexibilidade das instituições financeiras comerciais e o oligopólio de mercados internacionais por poucas e grandes empresas.

Ainda assim, é evidente que no caso dos países em desenvolvimento, às questões de financiamento somam-se barreiras associadas às assimetrias informacionais,

23 Plataformas de Financiamento coletivo: as plataformas de financiamento coletivo surgiram como mecanismos de captação de recursos de pessoas físicas e jurídicas interessadas em apoiar causas e projetos culturais, sociais, ambientais ou empreendimentos relacionados a soluções para cidades e comunidades ou mesmo para o desenvolvimento de ideias e empresas em estágio inicial (vide: <http://projetodraft.com/a-selecao-natural-do-crowdfunding-no-brasil-hoje-ha-mais-arrecadacao-e-menos-plataformas/>)

24 *Blockchain*: é a tecnologia ou “sistema de registros que garante a segurança das operações realizadas por criptomoedas – as *Bitcoins*.” O *Blockchain* é um sistema de registro compartilhado por todos aqueles que transacionam *bitcoins*, criptomoedas transacionadas e operadas via internet. (Vide: <https://endeavor.org.br/blockchain/> e <https://www.bitcoinbrasil.com.br>)

ao suporte político e institucional incipientes, ao baixo nível da capacidade empreendedora, à dependência de firmas estrangeiras e de investimento internacional, à ineficiência ou à inexistência de regulamentação de direitos do autor e à pirataria. Em conjugação a tudo isso, verifica-se a necessidade de se ampliar o suporte técnico voltado para o desenvolvimento e a gestão dos negócios criativos, tratando aspectos relacionados à aplicação de recursos, ao marketing, à inovação, às questões de propriedade intelectual (CUNNINGHAM et al, 2008), entre outros pontos.

2.3 Cidades Criativas: Conceitos, Pontos e Contrapontos

Objetivo: Compreender o conceito de cidades criativas e sua evolução, identificando pontos positivos e negativos, além de caminhos possíveis para o seu aprimoramento.

Conforme pôde ser visto na Unidade 1, a atribuição de tipologias ou de categorias às cidades passa essencialmente por recortes e olhares voltados para o seu desenvolvimento. Os conceitos de cidade global e de infocidades, fortemente associadas a uma economia de serviços, à ampliação de mercados globais e ao uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) em processos de criação e inovação, em muito se confundem e se misturam com o debate sobre cidade criativa. De qualquer modo, é importante entender que a cidade criativa vai além, pois assume a cultura e a criatividade na sua centralidade. A cidade criativa incorpora outros elementos, associados à economia criativa, que veremos no decorrer deste tópico.

A denominação *cidade criativa* é recente e nasce em meados da década de 1990, junto ao debate e à implementação de políticas públicas de economia criativa no Reino Unido. O arquiteto britânico Charles Landry figura como um dos primeiros teóricos a debater sobre planejamento urbano de cidades sob essa denominação, considerando que o desenvolvimento das cidades está ancorado em aspectos e atributos econômicos, culturais, ambientais e sociais, representados por um sistema de indicadores. Nesse sentido, uma cidade desenvolvida e autossustentável é uma cidade com uma população capaz de aprender, se adaptar e inovar frente às suas vicissitudes e oportunidades de crescimento, tendo como base a sua expressão simbólico-estética e o desenvolvimento de suas indústrias criativas (patrimônio, artes, mídias e criações funcionais), geradoras de oportunidades

de trabalho, de renda e de novos negócios, por meio do fortalecimento de suas identidades e manifestações culturais. A cidade criativa é, portanto, uma cidade com uma cultura voltada para a imaginação e a participação, é uma cidade geradora de riquezas e capaz de atrair e reter talentos criativos, ampliando seus potenciais de desenvolvimento cultural e econômico (REIS, 2011).

O debate sobre cidades criativas, desde então, tem se dado por meio da análise de cidades que têm se colocado como referência nesse campo em virtude de políticas e de investimentos concretos na implantação e no desenvolvimento de programas e projetos, o que pode ser constatado no estudo de Evans et al. (2006) que contemplou as cidades de Londres, Berlim e Barcelona (na Europa), além de Toronto, São Francisco e Nova York (na América do Norte). Para estes pesquisadores, uma cidade criativa depende do investimento em cinco dimensões fundamentais. Estas dimensões devem ser desdobradas em estratégias essenciais para a construção de competências e ambiências favoráveis para o desenvolvimento da economia criativa local. A figura a seguir apresenta as cinco dimensões identificadas e destaca as principais estratégias estabelecidas a partir da análise dessas cidades.



Figura 7: As cinco dimensões fundamentais para o desenvolvimento de cidades criativas.

Fonte: criada e adaptada pela autora a partir de Evan et al (2006).

Na visão dos autores (EVAN et al, 2006), conforme pode ser observado na Figura, estas dimensões devem ser tratadas de modo integrado, considerando desde aspectos ligados à formação das pessoas, passando por questões associadas ao fortalecimento e à inovação das empresas, à criação e oferta de ambientes e de

espaços físicos e territoriais favoráveis ao desenvolvimento das atividades criativas, à uma visão que considere tanto o apoio multinível (político e institucional) quanto multisetorial até os aspectos específicos de infraestrutura, voltados para a garantia de uma boa conectividade entre a comunidade, os empreendedores e os atores institucionais e empresariais envolvidos.

Seldin (2016) chama atenção para a regeneração urbana como investimento central das chamadas cidades criativas. O restauro, a requalificação e a ocupação de espaços abandonados e degradados das cidades, por equipamentos e profissionais do campo cultural e criativo, emergem como processos geradores de novas dinâmicas econômico-culturais, ampliando a visibilidade da cidade, atraindo investidores e alavancando fluxos turísticos. Assim aconteceu em cidades dos Estados Unidos e da Europa Ocidental. E, mais recentemente, como exemplo de uma tentativa no Brasil, na região portuária do Rio de Janeiro.

O processo de regeneração urbana com vistas a requalificação de espaços e territórios não é recente. Há mais de quatro décadas, uma série de planejamentos urbanos contemplaram projetos que buscavam por isso. De acordo com Seldin (2016, p.36), podemos destacar quatro modelos muito utilizados:

o uso de antigos armazéns industriais e residências como ateliês para jovens e artistas; a requalificação de frentes marítimas (e portuárias) e vazios urbanos como áreas de entretenimento, lazer e cultura; o desenvolvimento de grandes projetos arquitetônicos (principalmente equipamentos culturais como museus e galerias de arte), assinados por profissionais internacionalmente famosos em centros históricos e áreas degradadas; a promoção de megaeventos internacionais, em especial esportivos; entre outros.

No entanto, ainda que, a princípio, a regeneração urbana tenha se apresentado apenas em seu aspecto positivo para as cidades, o que se viu no médio prazo foram processos de gentrificação e de ampliação da desigualdade no acesso e na obtenção de benefícios pelas populações locais. Muitos projetos não levaram em consideração o contexto urbanístico, social e cultural destas regiões, implantando equipamentos desconectados com a realidade das comunidades. A especulação imobiliária resultante da valorização desses espaços acabou por “expulsar” moradores e empreendedores locais que não mais conseguiram fazer frente à elevação dos custos para se manter nessas regiões (SELDIN, 2016).

Um conceito muito controverso e que influenciou de forma significativa o debate sobre cidades criativas é o de *classe criativa*, defendido por Richard Florida. Na perspectiva do autor (REIS, 2011), a classe criativa corresponde a uma classe de trabalhadores cuja a centralidade de sua atividade profissional está

essencialmente baseada no processo de criação, associado a uma autonomia, a uma flexibilidade e a uma mobilidade acima da média, quando comparadas com as da realidade de profissionais que atuam na indústria e em serviços padronizados e repetitivos. A definição de classe criativa, defendida por Florida, é central na sua visão de construção e desenvolvimento de uma cidade criativa. Para ele, uma cidade criativa só será capaz de se constituir como tal se tiver a capacidade de atrair e reter essa classe de profissionais.

Florida definiu, então, um sistema de indicadores tanto para ranquear o “índice de criatividade” das cidades quanto para servir de indicativo dos atributos necessários para que uma cidade possa se desenvolver e elevar seu potencial criativo. Este sistema foi construído com base nos “3 Ts” do desenvolvimento econômico apresentados no Quadro 2 a seguir (REIS, 2011; VALIATI, CAUZZI, 2016):

3 Ts	Descrição	Índices
Tecnologia	Concebida como essencial para o aumento da eficiência e da produtividade das economias baseadas em conhecimento.	<ul style="list-style-type: none"> Índice de pesquisa e desenvolvimento (% P&D/PIB) Índice de Inovação (patentes/milhões de habitantes) Índice de Inovação High-Tech (patentes tecnologia/habitantes)
Talento	Associado aos profissionais criativos ocupados nas áreas de ciência, tecnologia e engenharia; artes, cultura, entretenimento e mídia; administração e negócios; educação, saúde e direito.	<ul style="list-style-type: none"> Índice da classe criativa (% de profissões criativas) Índice de capital humano (% da pop. 25-64 a. nível universitário) Índice de talento científico (pesquisadores/mil habitantes)
Tolerância	Relacionada a valores e atitudes receptivas e favoráveis a imigrantes, artistas, homossexuais e boêmios.	<ul style="list-style-type: none"> Índice de atitudes (frente às minorias) Índice de valor (valores tradicionais x valores contemporâneos) Índice de autoexpressão (direitos individuais e de expressão)

Quadro 2: Os 3 Ts do índice de criatividade das cidades criativas, segundo Florida.

Fonte: adaptada pela autora a partir de Reis (2011) e de Valiati e Cauzzi (2016).

O que se constata a partir deste índice é o seu caráter restrito e excludente, posto que é fortemente baseado:

- Em tecnologias essencialmente patenteadas e frutos de P&D, o que acaba por negar a criatividade e as inovações geradoras de tecnologias sociais que emergem de indivíduos, coletivos e comunidades.
- Em profissões relacionadas à educação formal e reconhecidas oficialmente, provenientes preferencialmente de universidades e centros de pesquisa, enquanto o campo criativo contempla um espectro muito mais amplo

de profissionais: desde os autodidatas, aprendizes e mestres das tradições populares; passando pelos artistas, criadores, gestores e produtores; até os novos profissionais, híbridos e atuantes em novas profissões ainda não refletidas no sistema de ensino regular, que tem aberto novas oportunidades e possibilidades de realização no campo cultural e criativo.

- Em índices de atitudes, valores e de autoexpressão frágeis e imprecisos, sem destaque para aspectos, mais amplos, relacionados à importância e ao reconhecimento da diversidade cultural para o convívio em sociedade e à capacidade de atuar de modo cooperativo e colaborativo, visando o bem comum das diversas comunidades.

Em 2017, o próprio Florida²⁵ reconheceu o aspecto concentrador e excludente do conceito de *classe criativa*. Reconheceu, ainda, sua incapacidade de gerar desenvolvimento para as cidades e de propor um enfretamento realmente transformador para a qualidade de vida em sociedade, de modo inclusivo.

O debate e as reflexões sobre a identificação de cidades criativas ou do potencial criativo e inovador de cidades continuam e muitos pesquisadores têm realizado estudos e desenvolvido índices com este objetivo, visando a criação de subsídios para a formulação e implementação de políticas públicas de economia criativa para o desenvolvimento dos territórios. Nesta perspectiva, podemos citar como exemplo nacional: o Índice de Desenvolvimento do Potencial da Economia Criativa – IDPEC (FIGUEIREDO et al., 2019), elaborado, desenvolvido e aplicado por pesquisadores do Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território – LEC da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM Rio).

O IDPEC foi construído levando em consideração três dimensões principais: 1. Talento, 2. atratividade e conectividade e, 3. ambiente cultural e empreendedorismo criativo. Cada uma destas dimensões foi avaliada com pesos iguais em 26 capitais dos estados mais o distrito federal. A tabela que seguir apresenta as variáveis componentes de cada uma destas dimensões, acompanhadas de suas descrições e fontes de consulta.

25 <https://jacobinmag.com/2017/08/new-urban-crisis-review-richard-florida>

Dimensões	Variáveis	Descrição	Fonte
D1 – Talento	T1 – Capital humano	Proporção de pessoas com nível universitário	Censo IBGE 2010 (IBGE, 2011)
	T2 – Emprego criativo	Proporção de pessoas com emprego criativo	Cadastro Central de Empresas – CEMPRE (IBGE, 2016)
	T3 – Educação básica de qualidade	Desempenho médio de alunos da educação básica	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP (INEP, 2015)
D2 – Atratividade e conectividade	A1 – Atratividade nacional	Proporção de não residentes entre residentes	Censo IBGE 2010 (IBGE, 2011)
	A2 – Atratividade internacional	Proporção de estrangeiros entre residentes	Censo IBGE 2010 (IBGE, 2011)
	A3 – Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal	Censo IBGE 2010 (IBGE, 2011)
	A4 – Mobilidade Urbana	Proporção de estradas urbanizadas	Censo IBGE 2010 (IBGE, 2011)
	A5 – Tráfego no aeroporto	Número de passageiros em aeroportos <i>per capita</i>	Secretaria Nacional de Aviação Civil – SNAC (SNAC, 2016)
D3 – Ambiente cultural e empreendedorismo criativo	C1 – Indústrias criativas	Proporção de empresas criativas	Cadastro Central de Empresas – CEMPRE (IBGE, 2016)
	C2 – Salários criativos	Proporção de salário criativo	Cadastro Central de Empresas – CEMPRE (IBGE, 2016)
	C3 – Patentes	Número de patentes <i>per capita</i>	Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI (INPI, 2016)
	C4 – Oferta cultural	Número de museus <i>per capita</i>	Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM (IBRAM, 2018)
	C5 – Incentivo público à cultura	Gastos públicos direto em cultura <i>per capita</i>	Secretaria do Tesouro Nacional – STN (STN, 2017)

Tabela 1: Dimensões e variáveis do IDPEC.

Fonte: Figueiredo et al (2019, p.192, tradução nossa)

Analisando as dimensões do IDPEC e suas variáveis constituintes, percebemos um avanço quando o comparamos ao “índice de cidades criativas” elaborado por Florida (REIS, 2011; VALIATI, CAUZZI, 2016). O IDPEC, levando em conta as fontes de dados secundários disponíveis no Brasil, se mostra muito mais ajustável à realidade de países em desenvolvimento, além de apresentar um conjunto de variáveis menos elitistas e excludentes. Há apenas uma semelhança quanto à dimensão “Talento” de mesma denominação estabelecida por Florida,

embora seja relevante ressaltar o fato de que o “índice de talento científico” (pesquisadores/mil habitantes), estabelecido pelo citado autor americano, é substituído pelo “desempenho médio de alunos na educação básica” (educação infantil, ensino fundamental e ensino médio), demonstrando um olhar mais inclusivo do IPDEC, pois não restringe a avaliação do talento às formações de nível superior (universitário – graduação e pós-graduação). Uma parte significativa dos profissionais e empreendedores criativos não acessam uma formação superior voltada para o desenvolvimento de suas atividades específicas, o processo formativo se dá muitas vezes de modo errático e irregular por meio de uma profissionalização baseada em processos de formações livres e informais, além daquelas provenientes da tradição oral, quando analisamos o contexto das culturas tradicionais populares (artesanato, gastronomia, festas & celebrações).

A dimensão “atratividade e conectividade” é bastante relevante, pois demonstra o quanto a cidade pode ser atrativa para empreendedores, profissionais e negócios do campo criativo, avaliando tanto aspectos de infraestrutura quanto de qualidade de vida, de certa forma medida pelo IDH municipal. Todavia, percebe-se uma lacuna pela não inclusão de uma variável que permita a mensuração da infraestrutura de banda larga necessária para a ampliação do nível de conectividade digital.

O “ambiente cultural e o empreendedorismo criativo” também correspondem a uma dimensão muito importante, evidenciada neste estudo quando avaliamos o potencial para o desenvolvimento da economia criativa de uma cidade ou região. Um ambiente, onde se constata um investimento efetivo do poder público e do setor privado em cultura, propicia o acesso à oferta da produção cultural e, por conseguinte, amplia o seu consumo e sua fruição, como fatores significativos para a criação de um espaço favorável ao desenvolvimento humano e profissional, estimulando a criatividade e a inovação em diversos setores. No entanto, seria interessante se o IDPEC contemplasse, além da oferta cultural dos museus, a oferta de outros equipamentos culturais além de manifestações culturais populares²⁶.

A contribuição desse índice está em reconhecer e identificar o potencial de desenvolvimento da economia criativa nas cidades brasileiras, além de chamar a atenção para a importância de se investir na formulação e implementação de políticas públicas nesse sentido. Outro ponto é que o IDPEC demonstra, através

26 Uma sugestão seria a utilização de dados provenientes da Pesquisa de Informações Básicas de Municípios – MUNIC, realizada anualmente pelo IBGE. A última data de 2018 (vide: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasil/pesquisa/1/74454?ano=2018>).

da comparação entre as cidades investigadas, como as desigualdades regionais estão evidentes também no campo da economia criativa, o que nos demanda uma reflexão sobre modelos mais inclusivos, solidários, colaborativos e sustentáveis.

Dentro do Sistema ONU, a UNESCO, desde 2004, fortaleceu o debate sobre cidades criativas com a criação do Programa “Rede de Cidades Criativas” com os seguintes objetivos:

- *fortalecer a cooperação internacional entre as cidades que reconhecerem a criatividade como um fator estratégico de seu desenvolvimento sustentável;*
- *estimular e aperfeiçoar iniciativas lideradas por cidades membros para tornar a criatividade um componente essencial do desenvolvimento urbano, nomeadamente através de parcerias entre os setores público e privado e a sociedade civil;*
- *fortalecer a criação, produção, distribuição e divulgação de atividades culturais, bens e serviços;*
- *desenvolver hubs de criatividade e inovação e ampliar oportunidades para criadores e profissionais do setor cultural;*
- *promover o acesso e a participação na vida cultural, bem como o gozo de bens e serviços culturais, nomeadamente para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis;*
- *integrar plenamente cultura e criatividade em estratégias e planos de desenvolvimento local. (UNESCO, 2016, p. 6, tradução nossa)*

A Rede de Cidades Criativas²⁷ da UNESCO, considerando-se o período de 2004 a 2019, atingiu o número de 246 cidades-membro distribuídas em todos os continentes do planeta, relacionadas com 7 setores/campos criativos: artesanato e artes folclóricas, design, filmes, gastronomia, literatura, música e artes midiáticas.

Dessas 246 cidades, 10 são brasileiras: Florianópolis e Curitiba, inseridas em 2014; Belém, Santos e Salvador em 2015 (FERREIRA, 2017); Brasília, Paraty e João Pessoa em 2017²⁸; Belo Horizonte e Fortaleza em 2019. Cada uma destas cidades foi eleita em função de cumprirem com critérios definidos e alinhados com os objetivos da UNESCO e por assumirem compromissos futuros, elegendo e defendendo setores considerados prioritários na construção de suas identidades culturais, conforme pode ser observado na Figura 8:

27 <https://en.unesco.org/creative-cities/>

28 http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/64_cities_join_the_unesco_creative_cities_network/

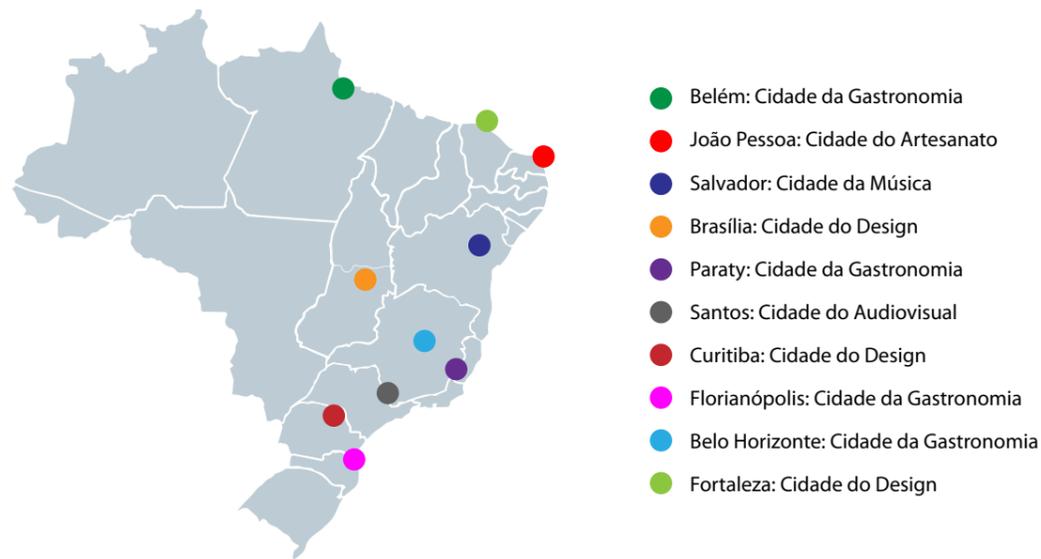


Figura 8: Cidades Criativas Brasileiras inseridas na Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Fonte: Site da UNESCO (2020)

Ainda que o discurso presente nos objetivos da Rede de Cidades Criativas da UNESCO (2016), defenda a cidade como lócus de desenvolvimento local tendo a cultura e a criatividade como vetor e estratégia de desenvolvimento, o que se percebe, na prática, é que a chancela, evidenciada a partir de um setor dentre tantos outros que poderiam ser representativos do território, acaba reforçando a estratégia de marca-cidade, de marketing urbano, promovendo o fortalecimento da cidade como produto turístico. O uso deste tipo de estratégia para gerar atratividade para o lugar não é ruim, mas é redutor frente ao que se defende e se pretende como cidade criativa numa perspectiva mais ampla. A chancela da UNESCO corresponde a um rito simbólico emblemático e promotor de uma rede de trocas de conhecimentos para a inovação das cidades, mas depende essencialmente, para ter efetividade e gerar transformação, do compromisso e da capacidade de mobilização e de execução dos formuladores e gestores públicos das cidades junto a uma rede de arranjos institucionais que atuem de modo articulado e integrado.

Segundo Reis (2011), a cidade como espaço do comum, como espaço de governança democrática para o seu desenvolvimento, não deve sucumbir ao conceito de marketing urbano que defende a apropriação das identidades e da produção cultural numa perspectiva utilitária e de espetacularização da cultura, voltado para a geração de atrativos turísticos e para um mercado de entretenimento das cidades, repetindo velhas fórmulas de concentração e de exclusão produtiva.

Nessa lógica do marketing urbano, não há um compartilhamento efetivo da cidade, mas a apropriação e a redução da mesma a dimensão de produto turístico. A cidade é produto e a cultura é a narrativa simbólica e estética responsável pelo potencial de venda deste produto.

Diante desse panorama, constata-se claramente a fragilidade de uma narrativa, ainda incipiente em termos de aplicabilidade e prenhe de divergências conceituais. A denominada cidade criativa, de uma visão simplista de cidade-produto, utilitária e funcional, ganha complexidade e escala ao envolver múltiplos atores e múltiplas institucionalidades, associados a aspectos sociais, culturais, econômicos e ambientais. Então, ela contempla a diversidade cultural e econômica, promovendo éticas, estéticas e sociabilidades. A cidade só será criativa por meio de pessoas e instituições com capacidade de se articular e de integrar esforços. A cidade só será criativa através da potencialização e do investimento direto em seus diferentes territórios, considerando suas estruturas, infraestruturas e capacidades, e, para isso, é fundamental o uso de instrumentos de governança.

A governança corresponde a um processo ou sistemática de articulação e gestão compartilhada entre os diversos atores constituintes do sistema territorial com vistas a atingir objetivos comuns para o seu desenvolvimento, podendo ser mais ou menos complexa em função do porte da cidade (pequeno, médio ou grande).

As chamadas megacidades ou cidades de grande porte, em virtude da sua grande abrangência territorial e elevada densidade demográfica, com sub-regiões com características sócio-culturais-econômicas diversas devem considerar as diferenças e desigualdades que as constituem. Portanto, um projeto de desenvolvimento que se baseie na cultura e na criatividade destas cidades, demanda intervenções diferentes de acordo com a diversidade presente em seus territórios. Ainda que algumas questões e problemáticas relativas às cidades atinjam a todos os seus habitantes de modo generalizado, existem aspectos próprios de cada região, bairro ou comunidade que devem ser considerados, principalmente quando é evidente as diferenças sociais, econômicas e de infraestrutura. Dentro de uma mesma cidade, podem existir várias “cidades” com realidades bastante diferentes e desiguais que devem ser reconhecidas e incluídas no planejamento urbano.

A cultura e a criatividade tem potencial para a promoção do desenvolvimento das cidades desde que se reconheça o valor da sua diversidade cultural como base e insumo, integrando aspectos locais com globais; se estimule uma cultura

de inovação alimentada tanto pela tradição quanto pela contemporaneidade, repercutindo no desenvolvimento de novos processos, tecnologias e produtos; se promova a sustentabilidade em suas múltiplas dimensões, cultural, social, ambiental e econômica; e se crie uma ambiência favorável à inclusão social e produtiva, por meio da criação ou adequação de marcos legais e de linhas de fomento que estimulem o desenvolvimento de novos negócios e novos projetos. Todo esse processo demanda um sistema de planejamento e governança que considere a participação dos órgãos públicos, das organizações, públicas e privadas, e da sociedade civil.

2.4 Cidades e Territórios Criativos: alguns exemplos

Objetivo: Verificar, através da análise de Berlim e Lisboa, exemplos de cidades que assumiram a cultura e criatividade como eixos centrais do seu desenvolvimento.

2.4.1 Berlim

Berlim, cidade que passou por múltiplas mudanças em função de guerras, de sistemas políticos e modos de produção, viveu processos de construção e reconstrução, de crescimento e declínio. De uma cidade dividida no pós-guerra a uma cidade reunificada em 1989 no período pós-guerra fria, Berlim sofreu uma grande reconfiguração econômica, de uma cidade industrial tornou-se uma cidade baseada numa economia de serviços (SELDIN, 2015).

O desemprego gerado pelo processo de desindustrialização fez com que o modelo de desenvolvimento da cidade fosse repensado e sua centralidade fosse deslocada para novas bases, tendo na cultura seu eixo estratégico. Economicamente falida em função do declínio do velho modelo industrial, Berlim tinha em seu patrimônio cultural e em sua história um apelo simbólico com grande potencial de atratividade e competitividade. Assim sendo, a cultura passou a ser entendida como motor para o desenvolvimento da cidade e para ampliação de oportunidades para novos negócios e para a atração de profissionais qualificados, além de investidores externos. Grandes investimentos públicos foram realizados na criação ou recuperação do patrimônio histórico cultural da cidade, seja no lado ocidental ou oriental, assim como também foram direcionados para a promoção e realização de grandes eventos.

Em função do elevado deslocamento de alemães que residiam na antiga Berlim oriental para o lado ocidental, vários prédios (residenciais e empresariais), além de galpões industriais ficaram desocupados, o que fez com que artistas e profissionais da cena *underground* ocupassem esses espaços, transformando-os em pontos irradiadores de uma rica produção cultural e de entretenimento alternativos. Essas áreas tornaram-se ambientes artísticos, criativos e boêmios, o que gerou grande atratividade e interesse de profissionais e empreendedores de outras cidades e países (SELDIN, 2015).

Infelizmente, com o tempo, processos de gentrificação acometeram essas regiões da cidade, que aos poucos passaram a sofrer com a especulação imobiliária e a consequente “expulsão” dos artistas e profissionais criativos que lá residiam e trabalhavam, criando uma nova atmosfera para o local, fato que se repetiu em outras grandes cidades do ocidente.

Ainda que tenha apresentado esse tipo de impacto negativo, de modo geral, Berlim tornou-se uma das cidades europeias mais visitadas, atraindo profissionais e empreendedores criativos do mundo todo, fortalecendo a sua economia criativa e toda uma economia de serviços relacionados.

Em 2017, as indústrias culturais e criativas na Alemanha representaram 3,1% do PIB do país, atingindo um montante de €102.4 bilhões, com um total de 254.700 empresas atuantes no território nacional (GERMANY, 2018).

Links interessantes:

Plataforma: Creative City Berlin [<https://www.creative-city-berlin.de/en/>]

Matérias e Notícias: Criatividade e inovação na Berlim Contemporânea [<https://www.hypeness.com.br/tag/berlim/>]

Lisboa

ECONOMIA CRIATIVA

2.4.2 Lisboa

Lisboa seguiu os passos de Berlim e, sob uma influência significativa do conceito de classes criativas de Richard Florida (REIS, 2011; VALIATI, CAUZZI, 2016), elaborou um plano de desenvolvimento urbano baseado na sua riqueza cultural e na criatividade como fator de transformação social e econômica.

Neste sentido, assumiu a economia criativa como vetor de desenvolvimento e investiu fortemente na **requalificação de espaços urbanos** degradados (Ex.: LX Factory, Hub Criativo Beato, Startup Lisboa e Village Underground Lisboa) voltados para o incentivo a startups e polos tecnológicos, promovendo a qualificação e o fortalecimento de empreendedores e negócios criativos e inovadores.

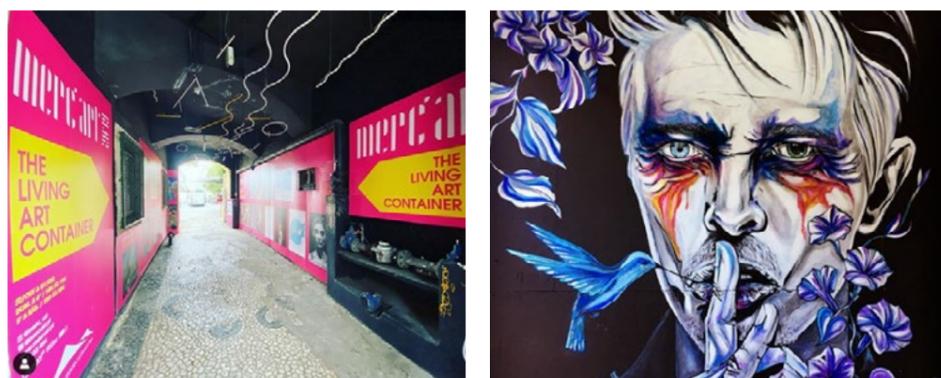


Figura 9: LX Factory – Lisboa (Portugal).

Fonte: <https://www.instagram.com/lxfactory/>

Como uma cidade acolhedora, com um custo de vida baixo e uma cena cultural efervescente, Lisboa deu um grande salto econômico, superando uma crise econômica sem precedentes. Na figura a seguir, podemos identificar os “3Ts” da Lisboa Criativa: uma cidade com uma densa rede de ensino superior e com um elevado número de profissionais diplomados (por ano) em cursos relacionados com o campo criativo, uma cidade multicultural e acolhedora dos seus visitantes, uma cidade com redes de telecomunicações e de banda larga de altíssima qualidade, e, por último, uma cidade promotora de políticas de investimento para a reabilitação do seu patrimônio histórico-cultural e para a dinamização de bairros e espaços criativos.

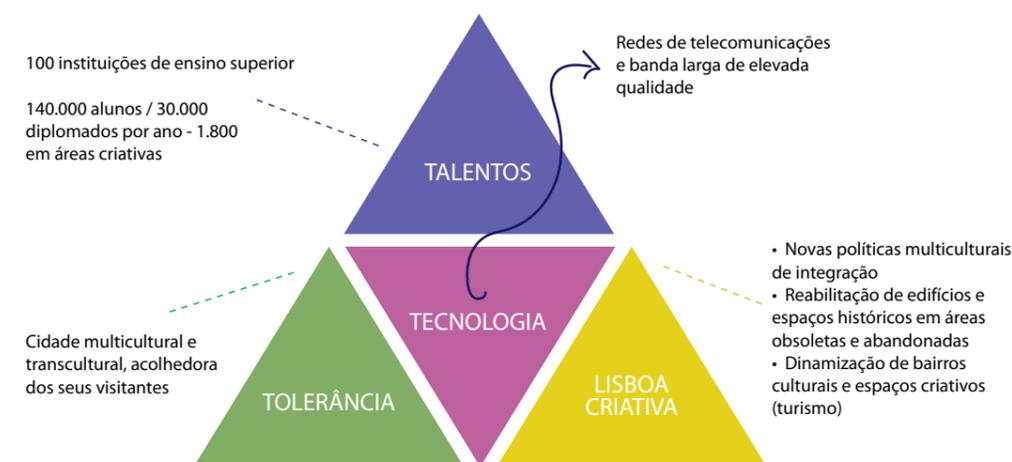


Figura 10: Elementos constituidores do projeto Lisboa Cidade Criativa.

Fonte: adaptada pela autora a partir de DISE (2013)

Lisboa investiu fortemente, nos últimos anos, em polos de criatividade e inovação. Dentre estas iniciativas, podemos destacar (DGAE, 2018):

- O **Centro de Inovação da Mouraria** – CIM (incubadora de criatividade e inovação voltado para projetos e ideias de negócios da indústria criativa);
- O **fablab LISBOA** (espaço de partilha de conhecimentos e experiências no campo da criatividade e da inovação, por meio do empreendedorismo e com foco no desenvolvimento social e econômico, individual e comunitário);
- O **Polo Cultural Gaivotas** (um centro de criação artística voltado para formação e produção cultural, disponibilizando espaços para ensaios e para alojamento temporário para profissionais em processo de criação artística na cidade).

A cidade também se notabilizou pela manutenção de um calendário artístico-cultural e de eventos voltados para a criatividade e inovação, dinamizando a cidade e suas indústrias culturais e criativas durante todo o ano. A arte urbana passou a ser símbolo de uma Lisboa contemporânea, funcionando como uma galeria a céu aberto. A música e a gastronomia portuguesa também se tornaram elementos importantes, gerando atratividade para um turismo cultural potente e diversificado.

É possível observar, na figura que a seguir, que a área metropolitana de Lisboa concentra 46,3% das indústrias culturais e criativas de Portugal.

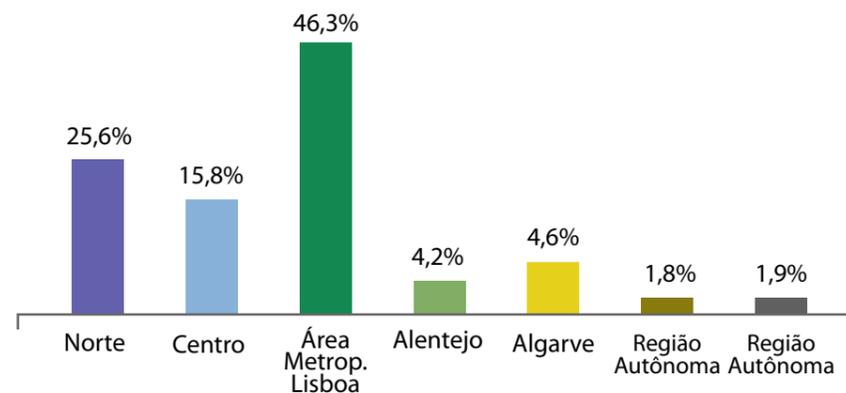


Figura 11: Indústrias Culturais e Criativas | Distribuição regional das empresas | % | 2016.
Fonte: DGAE (2018, p.8)

As empresas das indústrias culturais e criativas no país chegaram ao número de aproximadamente 58.555 (4,9% do total de todas as empresas, considerando-

se todos os setores), com 123.985 profissionais empregados (3,4% do emprego do país). No ano de 2016, o volume de negócios correspondeu a 3,6% do PIB nacional, com um montante de €6,7 bilhões (DGAE, 2018).

Enfim, o projeto Lisboa Criativa foi e é uma opção estratégica para o desenvolvimento da cidade que tem colhido bons frutos para o país, que tem investido significativamente na economia criativa portuguesa em várias outras cidades (Ex.: Porto, Óbidos, entre outras).

Links interessantes:

Documento:

DEPARTAMENTO DE INOVAÇÃO E SECTORES ESTRATÉGICOS - DISE. Lisboa – Economia Criativa. Lisboa, Portugal: Câmara Municipal de Lisboa, 2013. Disponível em: http://issuu.com/camara_municipal_lisboa/docs/lisboa_economia_criativa. Acesso em: fevereiro de 2019.

Vídeo Institucional:

Calendário de Eventos

http://www.youtube.com/watch?v=Sb7S_miEah8:

Matérias:

Lisboa é uma Cidade Criativa?

<https://www.youtube.com/watch?v=Zqi54IUuOYo>

Lisboa é a segunda capital europeia mais cultural e criativa <https://eco.sapo.pt/2019/10/08/lisboa-e-a-segunda-cidade-europeia-mais-cultural-e-criativa/>

Sites:

Lisboa | Economia e Inovação <https://economiaeinovacao.lisboa.pt>

Startup Lisboa <https://www.startuplisboa.com>

Espaços Criativos:

LX Factory <https://lxfactory.com>

Hub Criativo Beato <https://hubcriativobeato.com>

Village Underground Lisboa <https://www.vul Lisboa.com>

Centro de Inovação da Mouraria <http://www.cm-lisboa.pt/centro-de-inovacao-da-mouraria-mouraria-creative-hub>

fablab LISBOA <http://fablablisboa.pt/>

Polo Cultural Gaivotas <http://www.cm-lisboa.pt/en/polo-cultural-gaivotas-boavista>

2.5 Síntese da Unidade

Conforme pôde ser visto, o debate sobre economia criativa como base e estratégia para o desenvolvimento deve se constituir e ser aprofundado por meio de uma abordagem tanto de natureza setorial, levando em conta as especificidades e vocações locais, quanto territorial, considerando características históricas, culturais, sociais e econômicas, relacionadas aos territórios.

A cidade criativa desponta como um modelo de desenvolvimento urbano ainda em construção. Com a sua implementação, impactos positivos e negativos podem ser identificados, embora seja evidente a força da cultura e da criatividade para a criação de um ambiente inovador e favorável a melhores condições de vida e à busca por um desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Projetos de desenvolvimento formulados e implementados de cima pra baixo e de modo não articulado com a rede de atores presentes no território, por meio de um sistema de governança que estabeleça parcerias e um modelo de gestão compartilhada, estão fadados ao fracasso.

Deste modo, pensar territórios e formular projetos para o desenvolvimento de cidades criativas exige uma percepção que considere a diversidade e as desigualdades próprias das diferentes regiões de modo a adequar as estratégias e ações necessárias para a melhoria da qualidade de vida e do desenvolvimento socioeconômico e cultural das cidades.

Referências

AUSTRALIA. *Creative nation: commonwealth cultural policy, october 1994*. Disponível em: <http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>. Acesso em: 2011.

BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka. *Voice, choice and diversity through creative industries - Towards a new development agenda*. In: BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka (edit). *Creative Industries and Developing Countries: voice, choice and economic growth*. Abingdon, New York: Routledge, 2008 (Routledge studies in contemporary political economy).

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações (2011-2014)**, Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

_____. **Relatório de Ações da SEC – 2011 a 2013**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/950374/Relatório/32a18e51-0299-483f-9604-96a3e221b0ab>. Acesso em: Setembro de 2013.

_____. **Relatório Final – Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura**. Brasília: Ministério da Cultura, 2016. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA_PNEC_RELATÓRIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6. Acesso em: outubro de 2016.

CABO VERDE. Ministério Da Cultura de Cabo Verde – MCCV. **Plano Cabo Verde Criativo: Plano Estratégico Integrado para o Desenvolvimento das Economias Criativas de Cabo Verde**. Praia: UNCTAD, 2015. Disponível em: http://unctad.org/Sections/ditc_cep/docs/ditc_cep_2015_CaboVerde_pt.pdf. Acesso em: agosto de 2015.

CARVALHO, Mônica de. **Cidade global**: anotações críticas sobre um conceito. São Paulo em Perspectiva, 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v14n4/9753.pdf>>. Acesso em: setembro, 2017.

CASTELLS, Manuel. Para o Estado-Rede: globalização econômica e instituições políticas na era da informação. In: PEREIRA, L. C. Bresser; WILHEIM, Jorge; e SOLA, Lourdes (Orgs). **Sociedade e Estado em Transformação**. São Paulo: Editora da UNESP; Brasília: Editora da UNB, 1999.

CHILE. *Consejo Nacional de la Cultura e las Artes. Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa. Publicado el 02.05.2017*. Disponível em: <<http://www.cultura.gob.cl/publicaciones/plan-nacional-de-fomento-a-la-economia-creativa/>>. Acesso em: março de 2018.

CLOSS, Lisiane Quadrado; OLIVEIRA, Sidinei Rocha de; AZEVEDO, Patrícia Rodrigues de; TIRELLI, Christian. **Das Cidades aos Territórios Criativos**: um Debate a Partir das Contribuições de Milton Santos. Rio de Janeiro: XXXVIII ENANPAD, 2014. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnANPAD_APB2151.pdf. Acesso em: Janeiro de 2020.

CUNNINGHAM, Stuart et al. *Financing creative industries in developing country contexts*. In: BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka (edit). *Creative Industries and Developing Countries: voice, choice and economic growth*. Abingdon, New York: Routledge, 2008 (Routledge studies in contemporary political economy).

DGAE - DIREÇÃO-GERAL DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS. **Sinopse Indústrias Culturais e Criativas**. Lisboa, Portugal: República Portuguesa, 2018. Disponível em:

[www.dgae.gov.pt > gestao-de-ficheiros-externos-dgae-ano-2019 > sinopse-industrias-culturais-e-criativas](http://www.dgae.gov.pt/gestao-de-ficheiros-externos-dgae-ano-2019/sinopse-industrias-culturais-e-criativas). Acesso em: janeiro de 2020.

ERNST & YOUNG – EY. *Cultural times: the first global map of cultural and creative industries*. EY, 2015. Disponível em: <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)>. Acesso em: fevereiro de 2018.

EVANS, Graeme et al. *Strategies for Creative Spaces and Cities: Lessons Learned*. 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/268424703_Strategies_for_Creative_Spaces_and_Cities_Lessons_Learned. Acesso em: janeiro de 2018.

EVANS, Peter. *Constructing the 21st century developmental state: potentialities and pitfalls*. In: EDIGHEJI, O. (Editor). *Constructing a Democratic Developmental State in South Africa. Potential na dChallenges*. HSRC Press, South Africa, 2010, Cap. 2

FERREIRA, Victor Moura Soares. **A Rede de Cidades Criativas da Unesco**: uma perspectiva das cidades brasileiras. Dissertação (mestrado). Faculdade de Artes Visuais (FAV), Programa de Pós-graduação em Arquitetura – Projeto e Cidade da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2017.

FIGUEIREDO, João Luiz de; JESUS, Diego Santos Vieira de; ROBAINA, Diogo Tavares; COURI, Cristina Lohmann. *The development potential index of creative economy for Brazilian federal state capitals*. In: *Creative Industries Journal*, 12:2, 185-203, DOI: 10.1080/17510694.2019.1610344, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17510694.2019.1610344>. Acesso em janeiro de 2019.

FLEMING, Tom. *Targeting creativity through the intermediary - Regional and local approaches in the UK and beyond*. In: BARROWCLOUGH, Diana; KOZUL-WRIGHT, Zeljka (edit). *Creative Industries and Developing Countries: voice, choice and economic growth*. Abingdon, New York: Routledge, 2008 (Routledge studies in contemporary political economy).

GERMANY. **2018 Cultural and Creative Industries Monitoring Report**. Berlin: Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (BMWi), 2018. Disponível em: https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3. Acesso: em dezembro de 2019.

GUILHERME, Luciana L.. **Economia criativa, Desenvolvimento e Estado-rede**: uma proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, 2018. 314 p.

HALL, Peter. **Cidades do amanhã**: uma história intelectual do planejamento e do projeto urbanos no século XX. São Paulo: Perspectiva, 2013.

HOWKINS, J. **Economia criativa** – como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2013.

LEITÃO, Cláudia Sousa. **Meu verbo cultura**: escritos amorosos sobre cultura e desenvolvimento. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2016. v. 1. 255p

KOVÁCS, Máté. A economia criativa e a erradicação da pobreza na África: princípios e realidades. In: REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização**. – São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/economia-criativa-como-estrategia-de-desenvolvimento-uma-visao-dos-paises-em-desenvolvimento>> . Acesso em: julho de 2017.

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. **Economia criativa: uma visão global**. Latitude, vol. 6, n°2, pp.241-265, 2012. Disponível em: < <http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/880/576>>. Acesso em: março de 2018.

MIGUEZ, Paulo. **Repertório de Fontes sobre Economia Criativa**. Salvador: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2007. Disponível em: http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf. Acesso em: julho de 2008.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento** – 1986. Adotada pela Resolução n.º 41/128 da Assembleia Geral das Nações Unidas, de 4 de dezembro de 1986. Biblioteca Virtual de Direitos Humanos da USP - Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento - 1986 | Direito ao Desenvolvimento. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Direito-ao-Desenvolvimento/declaracao-sobre-o-direito-ao-desenvolvimento.html>. Acesso em: janeiro de 2020.

OLIVEIRA, Pedro Rafael Souza. 2º Ciclo de Estudos em História, Relações Internacionais e Cooperação. Estratégia Política Local para Cluster de Indústrias Criativas. Proposta Comparativa com Aplicação a Guimarães. (Dissertação) Faculdade de Letras – Universidade do Porto. Porto (Portugal), 2012.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO. *The 2009 Unesco Framework for Cultural Statistics* (Fcs). UNESCO Institute for Statistics: Montreal (Canadá), 2009. Disponível em: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf. Acesso em: dezembro de 2013.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. Trad. Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência da sua aplicação na cidade de São Paulo**. Tese (Doutorado) da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade São Paulo. São Paulo, p.297, 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/>

<disponiveis/16/16139/tde-08042013-091615/pt-br.php>>. Acesso em: julho de 2017.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula. (Orgs.) **Epistemologias do Sul**. São Paulo; Editora Cortez. 2010. 637 páginas.

SELDIN, Claudia. **Da Capital de Cultura à Cidade Criativa: Resistências a Paradigmas Urbanos sob a Inspiração de Berlim**. 224 f. 2015. Tese (Doutorado em Urbanismo) – Programa de Pós-Graduação em Urbanismo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

SELDIN, Cláudia. **A ‘cidade criativa’ como um novo paradigma nas políticas urbano-culturais**. Rio de Janeiro: VII Seminário Internacional de Políticas Culturais, 2016. Disponível em: < https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/46731841/SELDIN_Cidade_Criativa_div.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1509381211&Signature=Mdaj%2Fyf6FxfZEXSIrj9KzJkic1M%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DA_Cidade_Criativa_Como_um_Novo_Paradigma.pdf >. Acesso em: outubro de 2017.

VALIATI, Leandro; CAUZZI, Camila Lohmann. Indústrias criativas e Desenvolvimento: Análise das dimensões Estruturadoras. In: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (Org.). **Economia criativa, cultura e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p 186 a 210.

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Creative Cities Network*. Beijing, 2016. Disponível em: < <https://fr.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/creative%20cities%20for%20web.pdf>>. Acesso em: outubro de 2017.

Cidades Criativas

O tema é bastante atual e tem sido abordado em todo o mundo dentro de uma perspectiva de desenvolvimento territorial, seja por meio do fortalecimento de arranjos produtivos locais, seja por sistemas de governança, além de estar associado, em muitos casos, a processos de inovação social e ao turismo local e regional. Que nosso percurso se faça instigante e que possamos trocar ideias aplicáveis às nossas realidades de atuação.



PROEXT
PRO-REITORIA DE EXTENSÃO



Escola de Administração
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

