

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA**

ELIALDO RODRIGUES DE OLIVEIRA

**CIDADE CRIATIVA: PERSPECTIVA DE DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO PARA BOA VISTA(RR)**

Porto Alegre

2010

ELIALDO RODRIGUES DE OLIVEIRA

**CIDADE CRIATIVA: PERSPECTIVA DE DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO PARA BOA VISTA(RR)**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como quesito parcial para obtenção do grau de Mestre em Economia, modalidade Profissionalizante, do curso de Mestrado Interinstitucional UFRGS/Universidade Federal de Roraima.

Orientador: Prof. Dr. Stéfano Florissi

Porto Alegre

2010

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Responsável: Biblioteca Gládis W. do Amaral, Faculdade de Ciências Econômicas da

UFRGS

O48c Oliveira, Elialdo Rodrigues de
 Cidade criativa : perspectiva de desenvolvimento socioeconômico para
Boa Vista (RR) / Elialdo Rodrigues de Oliveira. – Porto Alegre, 2010.
 134f.

Orientador: Stefano Florissi.

Ênfase em Desenvolvimento e Integração Econômica.

Dissertação (Mestrado profissional interinstitucional em Economia) -
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências
Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia, Porto Alegre;
Universidade Federal de Roraima, 2010.

1.Economia da cultura. 2. Atividade cultural : Desenvolvimento
sustentável : Boa Vista (RR). I. Florissi, Stefano. II. Universidade Federal
do Rio Grande do Sul. Faculdade de Ciências Econômicas. Programa de
Pós-Graduação em Economia. III. Universidade Federal de Roraima. IV.
Título.

CDU 316.7:33

ELIALDO RODRIGUES DE OLIVEIRA

**CIDADE CRIATIVA: PERSPECTIVA DE DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO PARA BOA VISTA(RR)**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como quesito parcial para obtenção do grau de Mestre em Economia, modalidade Profissionalizante, do curso de Mestrado Interinstitucional UFRGS/Universidade Federal de Roraima.

Orientador: Prof. Dr. Stéfano Florissi

Aprovada em: ____/____/2010

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Romina Batista de Lucena de Souza (UFRGS/PPGE)

Prof. Dr. Edson Damas da Silveira (NECAR/UFRR)

Prof. Dr. Devair Antônio Fiorotti (UERR/RR)

Porto Alegre
2010

Á minha adorável mãe Odete Oliveira;

Ao meu inesquecível pai Itagiba (*in memorian*);

Ao meu querido filho Aldo Pedro C. Oliveira;

A minha amada companheira Ana Hilda C. Souza;

Como dedicação especial, a todos as mentes criativas

presentes na população de Boa Vista.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus, que nos dá condições para entender, acreditar e viver a partir do ontem e muito além do hoje;

Ao Curso de Mestrado em Economia – UFRGS/UFRR/NECAR, pela oportunidade do aperfeiçoamento profissional;

Ao professor Drs. Stéfano Florissi, pela valiosa orientação e apoio, que tornou possível a realização desse trabalho com êxito e qualidade;

A minha família, em especial, Ana Hilda C. Souza, pelo companheirismo e confiança;

Aos professores Drs. Haroldo Amoras, Ronald O. Hilbrecht, Alberto M. Martínez, Stéfano Florissi, Mauro Schmitz, Edson Damas, Jaime Augustinho, Eduardo Fillipi, Sandra Buenafonte, Gilberto Hissa, Sabino Porto, Romina Batista, pelos ensinamentos e apoio;

Aos colegas Daniely, Fred, Valdinei, João Henrique, pelo apoio nos grupos de estudo, informações adicionais e amizade;

Aos demais colegas do Curso de Mestrado, pelo companheirismo, apoio, incentivo, amizade, dedicação e otimismo.

RESUMO

A dinâmica inovadora das mudanças socioeconômicas e científicas traz novas perspectivas axiológicas que relacionam cultura com eficiência econômica. Nesse sentido, promove difusão de valores comuns aos grupos de pessoas que aumentam a demanda por produtos e serviços culturais. Diante deste contexto, algumas cidades souberam se reinventar e assim se destacaram a partir da criatividade, desenvolvendo uma economia que se move ao redor de ativos intangíveis e simbólicos, no fortalecimento de setores tradicionais da economia. Atualmente, cidades assim desfrutam de forte crescimento urbano e alta qualidade de vida. Por outro lado, a complexidade das metrópoles faz do trabalho desse tema um grande desafio, entretanto aponta uma enorme oportunidade de desenvolvimento socioeconômico para sua população. Neste sentido, a presente pesquisa se configura como uma proposta de investigação acerca do potencial criativo da cidade de Boa Vista, capital de Roraima, frente à sua realidade multi e intercultural, buscando destacar elementos da economia criativa como uma possibilidade a mais de geração de renda, na contribuição de seu desenvolvimento socioeconômico sustentável, a partir de princípios norteadores para as cidades criativas. Para o desenvolvimento deste estudo foi utilizado o método de pesquisa tipo descritiva, sob a orientação da ciência econômica. A partir da observação do espaço urbano de Boa Vista, buscou estabelecer comparação com cidades que passaram por um processo de reinvenção urbana, apostando na criatividade de sua população, através da avaliação de ambientes criativos, percepção e comportamento de sua população frente a questões econômicas, sociais e culturais. Adicionalmente discutem-se alguns direcionamentos de ações públicas e privadas capazes de promover condições para Boa Vista se tornar uma cidade criativa.

Palavras chave: Cidade. Criatividade. Desenvolvimento socioeconômico.

ABSTRACT

The innovative dynamics of the changes socioeconomics and scientific brings new perspectives axiological that relate culture with economical efficiency. In that sense, it promotes diffusion of values common to the people's groups that increase the demand for products and cultural services. So, some cities knew how to reinvent standing out starting from the creativity, developing an economy that moves around of intangible and symbolic assets, in the invigoration of traditional sections of the economy. Now, they enjoy strong urban growth and high life quality. On the other hand, the complexity of the metropolises does a great challenge of the work of that theme, however it points an enormous opportunity of socioeconomic development for its population. In this sense, the present research configures itself as an investigation proposal concerning the creative potential of the city of Boa Vista, capital of Roraima, front its reality multi and intercultural, looking for to detach elements of the creative economy as a possibility the more of generation of income, in the contribution for its development maintainable socioeconomic, starting from beginnings guides for the creative cities. For the development of this study the descriptive method of research type was used, under the orientation of the economical science. Starting from the observation of the urban space of Boa Vista, it was looked for to establish comparison with cities that went by a process of urban (re)invention, betting in the creativity of his/her population, through the evaluation of creative atmospheres, perception and behavior of his/her population front to subjects economical, social and cultural. Additionally, some directrix of public and private actions are discussed capable to promote conditions for Boa Vista to become a creative city.

Key Words: City. Creativity. Socioeconomic development.

LISTA DE FOTOS

FOTO 01 - Parte histórica da cidade	93
FOTO 02 - Orla Taumanã	94
FOTO 03 - Igreja Matriz Nossa Senhora do Carmo.....	94
FOTO 04 - Prédio da Prelazia	95
FOTO 05 - Casa da 12 Portas	96
FOTO 06 - Casa da Cultura	96
FOTO 07 - Vista aérea do Centro de Boa Vista	99
FOTO 08 - Monumento dos Garimpeiros	99
FOTO 09 - Cathedral Cristo Redentor	100
FOTO 10 - Palácio da Cultura	100
FOTO 11 - Vista Aérea da Praça das Águas	101
FOTO 12 - Fonte na Praça das Águas	101
FOTO 13 - Praça Velia Coutinho	102
FOTO 14 - Centro de Turismo, Artesanato e Geração de Renda.....	102
FOTO 15 - Artesanato Indígena I.....	108
FOTO 16 - Artesanato Indígena II.....	108
FOTO 17 - Panelas de barro Macuxi.....	108
FOTO 18 - Caixinhas de revistas	109
FOTO 19 - Espaço Caxambú.....	111
FOTO 20 - Feira do Passarão	111
FOTO 21 - Arraial do Parque Anauá.....	114
FOTO 22 - <i>Show</i> de Músicas.....	115
FOTO 23 - Apresentação teatral.....	117
FOTO 24 - Vista do Museu	119
FOTO 25 - Ubá indígena	119

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 - <i>Ranking</i> do índice de Criatividades das Cidades de Grande Porte.....	57
TABELA 02 - <i>Ranking</i> do índice de Criatividades das Cidades de Médio Porte.....	58
TABELA 03 - <i>Ranking</i> do índice de Criatividades das Cidades de Pequeno Porte.....	58

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 CIDADES CRIATIVAS E SUSTENTABILIDADE: UMA NOVA ABORDAGEM DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL	17
2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS DE CIDADE CRIATIVA.....	17
2.2 DA INDÚSTRIA CULTURAL À INDÚSTRIA CRIATIVA	21
2.3 CULTURA E DESENVOLVIMENTO NUMA PERSPECTIVA INTEGRADA E INTEGRADORA	25
2.3.1 Concepções de cultura numa abordagem econômica.....	26
2.3.2 Cultura e criatividade no espaço urbano na era da globalização	29
2.4 DA ECONOMIA CRIATIVA À ECONOMIA DO CONHECIMENTO E ATIVIDADE CULTURAL URBANA	32
2.5 POLÍTICA PÚBLICA DE DESENVOLVIMENTO PARA UMA CIDADE CRIATIVA	35
2.6 CRIATIVIDADE E SUSTENTABILIDADE URBANA.....	38
2.6.1 Cidade criativas culturalmente sustentáveis	40
2.6 TURISMO E PATRIMÔNIO CULTURAL NAS CIDADES CRIATIVAS.....	42
2.6.2 Turismo e turista cultural criativo sustentável.....	44
3 CIDADES CRIATIVAS: EXEMPLOS DE REINVENÇÃO URBANA PARA UMA ABORDAGEM COMPARATIVA	47
3.1 CIDADES COM TENDÊNCIAS CRIATIVA NO MUNDO	47
3.1.1 Principais características de potencialidades que identificam tendências à criatividade no desenvolvimento socioeconômico de algumas cidades européias	48
3.1.2 Cidades e classes criativas nos Estados Unidos: uma abordagem à partir dos estudos de Richard Florida	57
3.1.3 Potencialidades criativas e desenvolvimento socioeconômico de outras cidades e a relação de Cannes	63
3.1.4 Potencialidades criativas e desenvolvimento socioeconômico de cidades com tendências no Brasil: principais características.....	66

3.1.4.1 Cidades brasileiras de Grande Porte com tendências criativas	67
3.1.4.2 Cidades brasileiras de Médio Porte com tendências criativas	73
3.1.4.3 Cidades brasileiras de Pequeno Porte com tendências criativas	76
4 POTENCIALIDADES PARA A REINVENÇÃO URBANA DE BOA VISTA/RR: PERSPECTIVAS PARA UMA CIDADE CRIATIVA	79
4.1 QUADRO INSTITUCIONAL PARA A CIDADE DE BOA VISTA	79
4.1.1 Estatuto das Cidades e políticas públicas criativas de desenvolvimento urbano: Princípios normativos para as cidades brasileiras	80
4.1.2 Plano Diretor de Boa Vista e desenvolvimento local: alternativas a uma economia criativa	83
4.2 HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DA CIDADE DE BOAVISTA	86
4.3 POTENCILIDADES CRIATIVAS DE BOA VISTA	89
4.3.1 Patrimônio histórico-cultural de Boa Vista: características de um ambiente próprio à economia da cultura e atração e desenvolvimento de talentos	89
4.3.2 Inovação urbana de Boa Vista e transporte público: potencialidades criativas e desenvolvimento socioeconômico sustentável	96
4.3.3 Inovação Urbana e qualidade de vida em Boa Vista: uma possibilidade a mais de desenvolvimento.....	99
4.3.4 Comodidade, belezas naturais e lazer como potencilaidades criativas de desenvolvimento socioeconômico em Boa Vista.....	101
4.3.5 Aspectos multi e interculturais de Boa Vista: ambiente de diversidade e tolerância	102
4.3.6 Potencialidades criativas expressa na gastronomia boavistense	104
4.3.7 Cultura e artesanato indígena: criatividade cultural e econômica.....	105
4.3.8 Criatividade urbana na geração de renda e desenvolvimento socioeconômico	107

4.3.9 Criatividade cultural, conhecimento e tecnologia: aspectos da indústria cultural do desenvolvimento socioeconômico de Boa Vista.....	109
4.3.10 Criatividade cultural: potencialidades para uma economia da cultura.....	112
4.3.11 Museu Integrado de Roraima: potencialidade socioeconômica e cultural.....	117
4.4 ALGUNS DELINEAMENTOS DE AÇÕES PARA BOA VISTA CRIATIVA	118
5 CONCLUSÃO	122
REFERÊNCIAS	125

1 INTRODUÇÃO

A dinâmica inovadora das mudanças socioeconômicas e científicas traz rápidas transformações no campo das comunicações pessoais e interpessoais, principalmente no espaço urbano, frente à economia globalizada. Desse modo, o mundo se vê forçado a discutir novos temas para a compreensão do desenvolvimento econômico e humano, baseado nas interseções positivas entre as pessoas que habitam um determinado espaço. Entre as várias proposições, uma diz respeito ao reconhecimento e validade de novas perspectivas axiológicas que relacionam cultura (ALBUQUERQUE, 2006) com eficiência econômica, devido à difusão de valores comuns ao grupo, que aumentam produção de bens e serviços.

Diante deste contexto, algumas cidades souberam se reinventar e se destacaram como cidades criativas, desenvolvendo uma economia que se move ao redor de ativos intangíveis e simbólicos, como a dimensão cultural, no fortalecimento de setores tradicionais da economia. Neste sentido, Reis e Urani (2009), cita como exemplo a cidade de Barcelona, a partir das Olimpíadas de 1992; cidade de Londres, a partir de 1997, sob o governo Tony Blair; Bilbao, desde fins da década de 1980.

Também nas cidades brasileiras há enorme criatividade, mas as iniciativas não se integram em uma plataforma, em uma estratégia de transformação (ao menos não ainda). Entretanto, segundo Reis e Urani (2009), algumas cidades têm olhado para essa questão mais detidamente, como é o caso de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Curitiba (PR) e Belo Horizonte (MG). Porém, a vasta maioria das outras cidades ainda está alheia a essas discussões. Algumas cidades de porte médio (100 a 500 mil habitantes), como é o caso de Santa Maria (RS), estão buscando trilhar esse caminho. Considerando a média populacional, Boa Vista, capital do Estado de Roraima, se fizer uso de seu perfil socioeconômico, poderá ser incluída nesse grupo por apresentar potencialidades criativas.

Há de se considerar ainda que, nesse contexto, destacam-se também algumas cidades de pequeno porte (até 100 mil habitantes), como Guaramiranga (CE), Paraty (RJ), Natividade (TO), embora não utilizem esse conceito.

A complexidade das metrópoles faz do trabalho desse tema um grande desafio, entretanto uma enorme oportunidade de desenvolvimento socioeconômico para sua população.

Boa Vista é a capital do estado de Roraima, que está localizado no extremo norte do Brasil. Seu contingente populacional corresponde a cerca de 65% da população total do estado (IBGE, 2008). Assim sendo, tornou-se o principal centro urbano do estado a concentrar migrantes nordestinos, sulistas e indígenas, por se apresentar como centro mais dinâmico do estado e ofertar bens e serviços diversos, incluindo atividades culturais. Este aspecto evidencia a forte concentração econômica nesta porção territorial em relação ao restante do estado. Isto ocorre devido ao poder de atração de pessoas e empreendimentos em diversas áreas, com destaque para a área cultural, expressa pela criatividade e caracterizada por ser ambiente de desenvolvimento e integração econômica da capital ao restante do estado, assim como com os países fronteiriços.

Entretanto, segundo o Plano Diretor de Boa Vista (*apud* BOA VISTA, 2006), mesmo contando com o maior contingente populacional multicultural do estado e concentrando a maior parte das atividades econômicas, Boa Vista é caracterizada como uma cidade pobre, haja vista os graves problemas sociais existentes e as grandes desigualdades socioeconômicas entre sua população.

Partindo dessa problematização, o presente projeto de pesquisa se configura como uma proposta de investigação acerca do potencial criativo da cidade de Boa Vista, buscando destacar elementos da economia criativa como uma possibilidade a mais de geração de renda, sem perder de vista a sustentabilidade social, econômica e humana. Em acordo a tal pressuposto, tem como objeto desenvolver um estudo identificando condições favoráveis a uma economia criativa e inovadora na construção de um desenvolvimento sustentado para a capital Boa Vista, a partir de princípios norteadores de cidades criativas.

Atento ao visto de que se trata de uma situação pouco atendida pelas autoridades públicas, esta pesquisa proposita discutir um tema que ainda se apresenta um tanto desconectado da consciência do coletivo urbano e do interesse e conhecimento de gestores públicos, a nível local e nacional. Destarte, o estudo propõe investigar o seguinte problema: *Qual o potencial criativo presente na realidade multicultural de Boa Vista e como aproveitá-lo para gerar desenvolvimento socioeconômico sustentado, tendo como parâmetros outras cidades de economia criativas?*

Nesse sentido, a hipótese que norteia a questão parte do pressuposto de que o potencial criativo presente na realidade multicultural de Boa Vista poderá ser aproveitado na geração de um desenvolvimento socioeconômico sustentado, capaz de transformá-la numa cidade criativa, a exemplo de outras cidades que passaram por um processo de reinvenção urbana e já demonstram indicadores de bem-estar social.

Dessa forma, a justificativa desta pesquisa está focalizada no princípio de que as cidades que utilizam a criatividade como fator para o desenvolvimento urbano sustentado constituem atores decisivos na economia de uma região. Nesse sentido, entende-se que ao apostar na criatividade, considerando seu perfil multicultural e moderno, a cidade de Boa Vista poderá se destacar no quadro da economia do conhecimento, frente às demais capitais brasileiras e principalmente da Região Norte, viabilizando uma melhor qualidade da vida urbana.

Ademais, destaca-se ainda como relevante o fato de que ao desenvolver-se a partir de premissas de criatividade, Boa Vista poderá expressar, em nível micro e macro, o seu grau de inteligência humana, os desejos, as aspirações, motivações, imaginação e criatividade de seus habitantes. Elementos, que para muitos, dada a conjuntura urbana na atualidade, estão sobrepondo a concentração de infraestruturais, acesso ao mercado e localização de centros de decisão, enquanto recursos urbanos.

Ainda, esta pesquisa busca orientar e contribuir para a formulação de políticas inovadoras, que poderão estimular a criatividade daqueles que a habitam e a lideram, escrevendo no presente seu sucesso no futuro. Sucesso que passará pelo desenvolvimento urbano, assim como pela capacidade e diversidade humana de talentos, pela cultura de organização solidificada na identidade local, sobretudo, pelo trabalho em rede entre os entes públicos e privados, na promoção do desenvolvimento e integração econômica.

Dentre os fatores apresentados que justificaram a realização deste estudo, encontra-se ainda a inexistência de trabalhos dessa natureza em Roraima e a escassez de informações para formar base de dados para a região e para o Brasil, sendo, portanto, um trabalho de relevância para os estudos econômicos regionais.

Desse modo, o objetivo geral para levar a cabo essa investigação é descrever e analisar o potencial criativo de Boa Vista/RR, identificando condições favoráveis a uma economia criativa e inovadora para seu desenvolvimento socioeconômico, frente à sua realidade multicultural.

Para cumprir com o objetivo geral, outros aspectos substanciais foram desenvolvidos no decorrer do estudo, compreendendo os objetivos específicos, que são: identificar o conceito e os principais aspectos teóricos e históricos da economia criativa como possibilidade de desenvolvimento urbano; demonstrar as características das cidades criativas; descrever o potencial criativo/inovador de Boa Vista/RR enquanto possibilidade de desenvolvimento socioeconômico numa realidade multicultural; analisar formas de utilização do potencial criativo de Boa Vista.

Para o desenvolvimento deste estudo, foi utilizado o método de pesquisa tipo descritiva, pois descreveu o potencial criativo da cidade de Boa Vista, sob a orientação da ciência econômica, estabelecendo comparação com cidades que passaram por um processo de reinvenção urbana, apostando na criatividade de sua população.

Entretanto, frente aos objetivos e finalidades da investigação, também se procedeu à combinação de pesquisa bibliográfica, por meio da seleção de livros, revistas, jornais e documentos dos órgãos institucionais relacionados com o tema de economia e cidade criativa. Procedeu-se também, através da pesquisa de campo, a coleta de dados, com a técnica de observação sistemática, de ambientes/locais que podem melhor compreender Boa Vista com potencial para ser caracterizada como cidade criativa.

Foi uma pesquisa que se apoiou no método comparativo, partindo de comparação entre cidades já classificadas como criativas, ou que estão passando por um processo de reinvenção urbana para este fim, destacando Londres, Barcelona, Nantes, Medellín, Toronto e as cidades americanas dos estados de Florida, quanto à classe criativa. No Brasil, a pesquisa tomou como base as cidades classificadas quanto à sua população como grande, médio e pequeno porte. Assim procedeu-se comparação com cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis, Belo Horizonte, Santa Maria, Guaramiranga, entre outras.

Neste sentido, inicialmente, buscou-se traçar, a partir de um estudo teórico e empírico, o perfil das cidades criativas pesquisadas, através de dados sobre a dinâmica que caracterizam estas cidades como criativa. Posteriormente, identificou-se a dinâmica de Boa Vista, através da avaliação de ambientes criativos, percepção e comportamento de sua população frente a questões econômicas, sociais e culturais, para então descrever características para Boa Vista se tornar uma cidade criativa.

Este trabalho está estruturado sistematicamente em 4 capítulos. O primeiro constitui-se nesta introdução. Já o segundo apresenta a fundamentação teórica adotada com o propósito de

possibilitar o correto tratamento e análise dos objetivos propostos para este estudo. Para tanto, aborda de forma descritiva o tema de cidade criativa e seu desenvolvimento numa perspectiva histórica, socioeconômica e, sobretudo, cultural.

O terceiro capítulo busca descrever algumas cidades que apresentam algumas das experiências de crescimento de cidades criativas. No sentido de dimensionar o tratamento do tema, foram abordadas cidades ao redor do mundo, analisando-se como procedeu-se o desenvolvimento de sua criatividade, enfatizando suas atividades criativas, bem como os indicadores econômicos, frente a seu desenvolvimento com esta economia. No rol destas cidades, aborda-se o continente europeu, americano e incluindo algumas cidades do Brasil, consoante a esse tipo de crescimento.

Com o quarto capítulo, pretende-se mostrar o potencial criativo da cidade de Boa Vista. Assim, inicialmente busca tratar do quadro institucional de Boa Vista, frente ao Estatuto das Cidades enfatizando o seu Plano Diretor. Em seguida, apresenta-se uma descrição do atual contexto socioeconômico da cidade de Boa Vista. Neste sentido, é feita uma abordagem de sua trajetória histórica, social e econômica, desde sua criação até os dias atuais.

Ainda neste capítulo, identifica-se e discutem-se as potencialidades criativas relacionando com exemplos de outras cidades que adotaram para seu desenvolvimento uma tendência econômica criativa. Neste sentido, encerra-se, propondo algumas estratégias e dimensionamento de ações, no sentido de Boa Vista utilizar seu potencial criativo para tornar-se uma cidade com um desenvolvimento sustentável, social e econômico.

E, por fim, a conclusão, onde tenta-se responder como o potencial criativo de Boa Vista/RR é capaz de oferecer condições favoráveis a uma economia criativa. Com deduções lógicas e uma recapitulação sintética dos resultados e recomendações para o aprimoramento de trabalhos futuros.

2 CIDADES CRIATIVAS E SUSTENTABILIDADE: UMA NOVA ABORDAGEM DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL

Esta parte apresenta o marco teórico que foi selecionado com o propósito de possibilitar o correto tratamento e análise dos dados coletados. Para tanto, foi abordado o tema da Cidade Criativa e seu desenvolvimento dentro de uma perspectiva socioeconômica e histórica, buscando identificar e descrever elementos norteadores de uma proposta de planejamento urbano inovado e inovador.

A teoria mostra que esta abordagem econômica é capaz de atrair talentos, crescimento tecnológico e desenvolver um espírito tolerante, como base necessária à estruturação das cidades criativas, a partir de uma economia criativa, fundada em procedimentos industriais criativos. Ademais, procurou-se apresentar elementos históricos, conceitos e ideias dos autores discutidos de maneira clara e lógica, para estabelecer uma relação adequada entre o marco teórico e o eixo investigado.

2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS DE CIDADE CRIATIVA

A cidade é uma criação humana. Historicamente seu surgimento é marcado pela necessidade social e econômica de relacionamento e subsistência humana. De acordo com Reis (2008), a primeira cidade de que se tem notícia surgiu na Mesopotâmia, cerca de 3.000 anos a.C., como centro de comando e troca de excedentes agrícolas. Já no período medieval, as pessoas passaram a migrar do campo para as cidades, dando origem à formação das indústrias e à divisão do trabalho, caracterizando assim a cidade industrial.

No século XX, ocorre o terceiro estágio dessa transformação das cidades, com o advento da sociedade e economia do conhecimento. Assim tem início o reconhecimento de uma nova forma de capital, o “capital humano”, entendido em termos sociais e econômicos.

Por outro lado, no final da década de 80 e início dos anos 90, surgem as reflexões a cerca da criatividade no espaço urbano, afetado progressivamente pelo avanço das novas tecnologias e o acirramento da globalização.

É nesse contexto tecnológico industrial que a “economia criativa” tem sua gênese em 1994 na Austrália, tomando visibilidade concreta no Reino Unido em 1997 e ganhando o mundo na primeira década do século XIX. É nesse cenário que tem origem a tendência da cidade criativa. Desse modo, verifica-se que as cidades inglesas tiveram papel determinante na história inicial das tendências de um espaço urbano constituído sob o signo da criatividade sustentável, a partir de uma escala gradativa das indústrias criativas à economia criativa e, por fim, cidades criativas.

Nesse sentido, Landry (2000) destaca que o indicativo da cidade, enquanto espaço econômico criativo, possibilita alternativas à criação de condições necessárias para as pessoas pensarem, planejarem e agirem com imaginação na procura de oportunidades ou respondendo a problemas urbanos aparentemente insanáveis.

A partir de tais premissas, percebe-se que os estudos das condições afinadas à ideia da “cidade criativa”, rapidamente deu origem à análise de uma “economia criativa”, avançando para os estudos de Richard Florida em 2002. O autor, aborda uma nova classe criativa¹ emergente das reconfigurações culturais da segunda metade do século XX. Segundo o autor, esta classe cresce rapidamente, são pessoas altamente qualificadas e bem pagas que ocupam o segmento de trabalhadores da tecnologia de entretenimento (MÜNCH, 1999), jornalismo financeiro, de manufatura com finalidade para as, cujos esforços, lucros das empresas e o crescimento econômico dependem cada vez mais, como aborda Albuquerque (2006). Eles não pensam em si mesmos, mas, conscientemente, compartilham um *ethos* comum, que valoriza a criatividade, individualidade, diferença e mérito.

Destarte, ergue-se então os estudos sobre as cidades criativas como centros do conhecimento ou globais, que na visão de Florida (2005), transformam-se em contextos

¹Lançada, em 2002, sua obra de referência *The Rise of the Creative Class*. Nesta obra, Richard Florida, Catedrático de Política Pública, doutor em Planejamento Urbano e diretor do Lloyd & Delphine Martin Prosperity Institute, em Toronto, Canadá, identificava uma nova classe econômica - a "classe criativa" - e declarava que seria ela a dominar a vida econômica, social e cultural deste século, como havia sucedido com a classe trabalhadora ou dos serviços. Mesmo sendo menos numerosa, a "classe criativa" - um conceito amplo que engloba profissionais que utilizam a criatividade como motor da sua atividade, entre artistas, músicos, cientistas, professores, agentes financeiros, empresários ou advogados - é motor do crescimento e da transformação da economia como um todo.

sociais com maior capacidade para atrair os membros da classe criativa e, conseqüentemente, os meios com maior competitividade econômica. É nessa perspectiva que Reis (2008) aborda a diversidade no conceito que, enquanto para alguns revela a efervescência do que é produzido criativamente no espaço urbano, para outros um ambiente que gera, capacita, atrai e retém talentos que sustentam a criatividade e os valores econômicos agregados.

Por assim ser, a importância de se definir o conceito de cidade criativa passa pela compreensão de contextos econômico, social e político, incluindo a historicidade do lugar. Nesse sentido, segundo Packter (2001), há que considerar as categorias de espaço, tempo e relação, que se manifestam perfeitamente nas questões ligadas ao desenvolvimento da capacidade de inovar e criar alternativas existenciais atrativas, na busca da qualidade de vida e de bem-estar humano social para as pessoas, de formar comunitária.

Diante do exposto, propõe-se que ainda são poucas as cidades do mundo a disporem de potencial e condições favoráveis ao desenvolvimento, a partir de uma economia do conhecimento e da criatividade, aliada a vocações regionais como aborda Reis (2007).

É com base nesse pensamento que Landry (2000), a partir de seus estudos analíticos sobre o tema, apresentou pela primeira vez em 1990 um conceito de cidade criativa. Intrigado pelo fato de que algumas cidades prosperam e outras não, o autor conclui que a cidade criativa é uma “ferramenta para a inovação urbana”. Desse modo, concorda com Florida (2002), ao destacar que as cidades podem ser consideradas criativas quando conseguem ser funcionais em três áreas específicas, chamadas por ele de 3 Ts: talento, tecnologia e tolerância.

Landry (2000), destaca ainda que para uma cidade ser criativa é preciso dispor de indústrias culturais, diversidade étnica e multiculturalismo, inovação arquitetônica, comunitarismo urbano, vizinhança e identidade. Em outras palavras, como define Reis (2008, p.3), “cidade criativa é entendida como uma cidade capaz de transformar continuamente sua estrutura socioeconômica, com base na criatividade de seus habitantes e em uma aliança entre suas singularidades culturais e suas vocações econômicas”. Nessa perspectiva é possível relacionar o objeto deste estudo com as ideias expostas, verificando que a cidade de Boa Vista dispõe de várias das qualidades relatadas, além de uma vocação à cidade do conhecimento, como aborda Ferreira (2010), apresentando elementos próprios de uma economia criativa.

Nessa perspectiva, concorda Florida (2005) ao definir cidade criativa como sendo “caldeirões de criatividade nos quais a energia criativa dos seres humanos pode ser transformada em novas formas de interação comunitária”. Desse modo o autor reforça a ideia

de que a atratividade, elemento fundamental num modelo de cidade criativa, depende do grau de tecnologia desenvolvido, do talento e da tolerância do local.

Ainda de acordo com Florida (2005), no âmbito da tolerância, destaca a importância de uma cultura aberta às diferenças para a criação de novas ideias e modelos produtivos. O autor está certo de que a aposta na cidade criativa se configura na atração de talentos, na existência de uma educação de qualidade, de empresas inovadoras e na prática da cooperatividade entre as pessoas. Por assim ser, estende o conceito de cidades criativas como cidades autênticas, informais e vibrantes de uma qualidade de vida excelente. São lugares onde habita a classe criativa, um lugar efervescente, porém tolerante. Já Liliana Magalhães, superintendente do Santander Cultural, na 1ª edição do seminário internacional Porto Alegre Cidade Criativa², define o conceito de cidade criativa da seguinte forma:

Entendo a cidade criativa como um espaço capaz de mergulhar em uma transformação sociocultural e econômica, sempre com olhar voltado para o entrelace das singularidades e vocações da cidade. Na convergência de metas entre agentes e setores uma estratégia comum de resultados para o mundo (SANTANDER, 2009).

Nesse sentido pode-se entender que a introdução do conceito de cidade criativa vem promovendo inovações na forma como tem sido as abordagens acerca da dinâmica das cidades. Tais modificações tornam-se mais evidentes quando se trata de questões socioeconômicas que se põem a funcionar como soluções competitivas e distintivas para esses mesmos locais: cidades ou regiões, como aborda Correia (2009).

Por outro lado, autores como Castells (2000), Sassen (2000) e Mosco (1996), os dois últimos citados por Ferreira (2010), entendem as cidades criativas como sendo cidades globais. Reconhecendo assim a forma em rede das relações sociais e econômicas, na produção de serviços especializados e financeiros, impulsionados pelas tecnologias de informação e comunicação (REIS, 2007).

Baseado nesse entendimento, ressalta Sessan (2000, *apud* FERREIRA 2010), ao conceituar cidade criativa como cidade global, que essas cidades são centros estratégicos para gerenciamento da economia global e sabem aproveitar suas potencialidades criativas para gerar desenvolvimento socioeconômico, caracterizando-se numa economia criativa, a partir de um processo de geração de trabalho e renda para a população local, assim como da

²Este seminário, realizado em setembro de 2009, abre portas para que Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, participe da Rede de Cidades Criativas, criada pela Unesco em 2004 e que já reconhece 16 cidades em sete áreas diferentes do planeta por sua excelência no campo das artes.

valorização da cultura local integrada de forma global (MÜNCH 1999, p.143) para além do simbologismo afetivo, promovendo o evento econômico e social (MATARASSO e LANDRY, 1998, p.4) e a qualidade de vida da comunidade.

2.2 DA INDÚSTRIA CULTURAL À INDÚSTRIA CRIATIVA

Uma leitura da história socioeconômica da indústria criativa mostra sua evolução a partir da ideia de indústria cultural. Nesse sentido salienta Landry (2000), que uma cidade só se torna criativa quando dispõe de indústrias culturais. Tratando acerca da historicidade do termo indústria cultural, Laurence e Phillips (2009) destacam que ele foi mencionado pela primeira vez em tom crítico negativo, pela escola de Frankfurt, em especial por Adorno (1991, *apud* LAURENCE e PHILLIPS, 2009, p.7)), ao observar que “toda a prática da indústria cultural transfere o motivo do lucro desnudo nas formas culturais”.

Nesse sentido, Adorno, demonstra sua preocupação com a produção cultural orientada pela proposta de geração de capital. A partir deste entendimento, Laurence e Phillips (2009, p.8) “acrescentam a ideia de indústrias culturais múltiplas que compartilham a atividade comum de produzir cultura, mas que são diferenciáveis em aspectos relevantes”, tornando o conceito mais amplo. Nesse sentido, percebe-se que num primeiro tratamento dado ao tema da indústria criativa, surge o termo indústria cultural.

De tal modo que na década de 80, o *Greater London Council*³ começou a utilizar o termo indústrias culturais para englobar atividades culturais que operavam como atividades comerciais, mas que não estavam integradas no sistema de financiamento público, sendo importantes fontes de riqueza e emprego (REIS, 2007). Não obstante, uma parte significativa dos bens e serviços que a população consumia (tais como televisão, rádio, cinema, música, concertos, livros) não se relacionavam com o sistema público de financiamento. Desse modo, compreende-se que o termo surge objetivando expressar a ligação existente entre arte e economia, consequência do desenvolvimento das atividades culturais como importantes fontes de riqueza e trabalho, (EWEN,1988) assim como para designar empresas que

³O Conselho da Grande Londres (GLC) é a política que rege o corpo de Londres à partir de 1965, sucedendo a London County Council. A reorganização da Administração Local em Londres foi proposto por uma Comissão Real e aceite pelo Governo, em 1961.

produzem bens e serviços culturais, ou são capazes de reinventar suas formas de gerar renda a partir dos recursos e/ou potencialidades disponíveis.

Como se pode constatar, somente na década de 90, a partir dos avanços tecnológicos é que o conceito se torna mais abrangente, visando a produção de software e todo o arcabouço das tecnologias de informação e comunicação, conforme aborda Reis (2007, p.276). Com base nesse princípio se pode afirmar que a gênese da indústria criativa está na indústria cultural, assim como a gênese da cidade criativa está na indústria criativa que proporciona uma economia norteadada pela criatividade.

Ademais, como aborda Velloso (2008), Reis (2007) e Miguez (2009) a ideia ou conceito de indústria criativa surge na Austrália por volta de 1994, ganha relevância no Reino Unido ao ser inserido nas políticas definidas pelo *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) e com a criação do *Creative Industries Unit and Task Force*, em 1997. Assim de acordo com Miguez (2009, p. 64), no *Creative Industries Mapping Document* as indústrias criativas são definidas como aquelas que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual.

Entre os vários elementos importantes, pode-se destacar o aspecto predominante da indústria criativa em possibilitar o intercâmbio econômico no mercado, que tem sua origem na criatividade e cujo valor se mede na rentabilidade dos direitos de “*propriedade intelectual*” (MANKIW, 2007; REIS, 2007), que se vendem ou licenciam no mercado, cada vez mais mercado de exportação de bens e serviços voltados ao crescimento econômico. Com base nesse pensamento, Mascarell (2006) reconhece a importância da indústria criativa para definir a tendência de uma cidade como criativa, assim como sua capacidade competitiva. Ademais, apresenta como iniciativa importante de governo, a criação de um fundo de capital de risco para projetos culturais locais.

Aqui nos parece ser necessário uma rápida abordagem acerca do tema dos direitos autorais ou de propriedade intelectual, com base na legislação brasileira. É justo e legal que o indivíduo usufrua de um bem produzido por meio de sua capacidade inventiva. Nesse sentido destaca Hanson e Gomes (s.d.) que a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), entende que “atualmente o termo ‘propriedade Intelectual’ se restringe a tipos de propriedade que resultem da criação humana”. Isso significa direito de posse aos resultados econômicos que esse bem possa proporcionar a seu criador.

Desse modo, em se tratando acerca do tema da propriedade intelectual, vale destacar que esta é uma das formas que a sociedade criou para valorizar suas criações. Segundo Hanson e Gomes (s. d.), a nível internacional, desde a criação em 1886, o Brasil participa da Convenção de Berna, a mais antiga convenção internacional sobre o direito autoral. Do ponto de vista nacional, a legislação brasileira sobre o tema é a Lei de Direito Autoral, nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

Os fundamentos constitucionais dos direitos autorais no Brasil estão expressos no artigo 5º, inciso XXVIII da Constituição Brasileira que prevê: “Aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar. Contrariando tal proposição, como aborda Reis (2007, p.204), segundo estimativas da *International Intellectual Property Alliance* (IIPA), o Brasil gera a quarta maior perda mundial por pirataria para as empresas dos Estados Unidos (US\$ 960,9 milhões/ano). Destaca ainda que juntamente com a Itália o nível de pirataria concentra-se em *software*.

Já do ponto de vista penal, a Violação do Direito Autoral é considerado crime contra a propriedade intelectual e de acordo com o Art. 184 do Código Penal Brasileiro, o infrator estará sujeito às penas de detenção de três meses a um ano ou multa e, conforme parágrafo primeiro do mesmo artigo, se o infrator visar lucro, a pena se agrava para reclusão de um a quatro anos e multa. Desse modo fica claro que o Direito Autoral protege obras intelectuais, entendidas em seu conjunto como a expressão de pensamentos e não pura e simplesmente como ideias.

Não obstante, Reis (2007), ao abordar a importância da criatividade para o desenvolvimento, destaca a necessidade de uma definição clara do direito de propriedade. Salaria que, especificando, o crescimento do direito de propriedade intelectual deve vir acompanhado de uma maior e melhor distribuição de renda, propiciada por uma inclusão socioeconômica criativa e inovadora que reforce a identidade nacional e valorize a diversidade cultural.

Todavia, retornando de forma específica à discussão inicial, já de acordo com Reis (2008), as indústrias criativas abrangem as indústrias da arte, artesanato, indústrias culturais e ainda os setores econômicos que bebem criatividade e cultura para devolver funcionalidade. Destarte, pode-se exemplificar a partir dos seguimentos da moda, *design*, arquitetura,

propaganda, *software* e mídias digitais e nesse sentido concorda com Prestes Filho (2005, *apud* HANSON e GOMES, s.d).

Desse modo, nota-se que após um momento de euforia, os vários países que mergulharam nessa questão começaram a definir, individualmente, os seus próprios setores criativos, como base de uma estratégia econômica e de desenvolvimento. Com base nesse princípio, Reis (2007, p.308) diz que “as indústrias criativas constituem apenas uma das cores no quadro da economia criativa”. Por assim ser, a autora entende que a discussão sobre indústrias criativas evolui para a da economia criativa, que abrange não só as primeiras, como também seus impactos nos demais setores da economia. Ademais, demonstra, concordando com Pacheco (2008), que “as indústrias criativas são sinônimo de vitalidade econômica” para uma cidade ou país.

Diante de tal pressuposto, verifica-se que para ambos as indústrias criativas estão a ocupar um lugar de destaque no crescimento da economia de vários países, a partir da geração de renda e bem estar humano, enraizados num desenvolvimento socioeconômico pautado pela sustentabilidade. Ao abordar acerca da “indústria criativa como alternativa a uma economia criativa”, capaz de conduzir uma cidade a um desenvolvimento socioeconômico potencializado, Reis (2009, p. 8) destaca o fator da produção cultural como geração de emprego e renda.

Temos assim a moda, que impulsiona toda a cadeia têxtil e de confecções; a arquitetura, que dinamiza a construção civil. Em essência, a economia criativa reconhece que embora produtos e serviços possam ser copiados, a criatividade não é passível de cópia. Pode-se copiar o que ela cria, mas não sua fonte. E, portanto, a criatividade poderia estar na base competitiva da economia de uma região ou país.

É de fato nesse contexto que a atividade cultural urbana centrada na criatividade poderá gerar desenvolvimento econômico que ultrapasse os limites da simples simbologia cultural e alcance a dimensão da geração de emprego e renda, proporcionando melhores condições de vida para as pessoas de uma cidade ou país. Destarte, elevar a qualidade de vida e o desenvolvimento humano somente criando e recriando a vida humana é que a ideia de economia criativa poderá encontrar sua razão de ser na sociedade contemporânea do alto grau de escassez e elevado índice de necessidades, estimulados pela satisfação do desejo de cada indivíduo. Assim também se presume para o desenvolvimento de cidades ou comunidades humanas que aprendem a se reinventar a partir de princípios indutores de uma economia inovadora e dinâmica.

2.3 CULTURA E DESENVOLVIMENTO NUMA PERSPECTIVA INTEGRADA E INTEGRADORA

O grande desafio de governos e sociedade civil na contemporaneidade é promover um desenvolvimento socioeconômico de forma integrada a um desenvolvimento cultural saudável. Partindo deste pressuposto, Reis (2007) salienta para a necessidade de uma integração das políticas públicas no sentido de que se possa promover um desenvolvimento que abranja todos os seguimentos da existência humana em uma determinada sociedade, isto é, um desenvolvimento garantido por uma sustentabilidade econômica e humana.

Baseado em tal premissa, entende-se que o desenvolvimento social, econômico e cultural é responsabilidade da sociedade integrada, isto é: pública, privada e civil. Por outro lado, é perfeitamente perceptível, principalmente a partir de 1980, com negociações na rodada do Uruguai do *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT)⁴, nos acordos de livre comércio, a ideia de que a cultura consiste em bens e serviços como quaisquer outros que podem ser comercializados sem efeitos colaterais na melhoria da qualidade de vida das pessoas (FERREN, 2010). Nesse sentido concorda o entendimento de Landry (2005) e Mcguigan, (2003), ao abordarem o tema.

Desse modo, é possível verificar que analogicamente ao meio ambiental, os recursos não são somente para a exploração econômica, mas também portam valores que se pervertem quando só imperam a lógica comercial, como destaca Ferren (2010). Concordando com Ferren, James D. Wolfensohn, presidente do Banco Mundial entre 1995 e 2005, argumentando sobre o potencial econômico e integrador da cultura, destacou que “a cultura se tornou crucial para o investimento”.

Por assim ser, na concepção de Miguez (2009), ela é um dos mais relevantes eixos que organizam a agenda econômica contemporânea. O autor destaca que seus múltiplos enlaces e sua transversalidade face a outras dimensões sociais têm lhe reservado uma posição de indiscutível centralidade no mundo na atualidade. Nesse contexto, vale destacar que tem extrapolado o campo da cultura propriamente dito e alcançado os debates da comunidade internacional sobre desenvolvimento, comércio internacional e propriedade intelectual.

⁴O Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT), foi negociado durante a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Emprego e foi o resultado do fracasso das negociações os governos ao criar a Organização Internacional do Comércio (ITO). O GATT foi formado em 1949 e durou até 1993, quando foi substituído Organização Mundial do Comércio em 1995. [World Trade Organization \[1 \]](#)

É precisamente nesse sentido que se fala de uma integração entre cultura e desenvolvimento numa perspectiva econômica. Trata-se do uso da cultura como ferramenta para gerar renda e qualidade de vida para os indivíduos de uma cidade ou outro espaço qualquer. Com mesma intencionalidade sobre o tema, Reis (2007) destaca a importância da sustentabilidade econômica como tarefa dos setores privado e público da economia. Destaca ainda a relevância dos indicadores econômicos e de desenvolvimento, integrados a indicadores culturais para responder às necessidades de desenvolvimento na atualidade.

Todavia, Reis (2007, p. 218), está certa de que para trilhar o caminho de um desenvolvimento cultural e econômico integrado, é preciso valer-se das potencialidades e dos recursos que ultrapassam os naturais e tecnológicos. Ademais, é preciso navegar pela sociedade do conhecimento e pela busca da experiência criativa, unindo passado e futuro, e ancorando-se na criatividade capaz de concretizar-se em inovações, que possam tornar vista, ouvida e conhecida uma determinada sociedade, comunidade ou povo.

2.3.1 Concepções de cultura numa abordagem econômica

A cultura tem se mostrado como um terreno fértil para a análise dos fenômenos econômicos, uma vez que, como os demais elementos da sociedade, se presta à mesma lógica de outros setores do capitalismo, sendo mais um reflexo da vigente instrumentalização econômica das relações sociais. Por outro lado, como aborda Jeffcultt (2009, p. 40), “compreender a economia da cultura é fundamental para entender a economia do conhecimento”. Tal raciocínio abre caminho ao que propõe as tendências criativas de um comportamento econômico.

Segundo a lógica de Weber (1991), o comportamento econômico está profundamente embebido de cultura e crenças, portanto, tomado em seu conjunto, está inteiramente sujeito aos códigos morais e aos valores. Em cada sociedade, para Weber, os atos econômicos são o produto de considerações pessoais, éticas e sociais.

Neste sentido, a cultura é entendida como “toda uma forma de vida material, intelectual e espiritual, onde se encontram propostas de mudança e resistência a essas propostas, e mais, as alterações efetivamente produzidas” (BRESCIANI, 1996, p. 38), exerce

enormes influências sobre o pensamento econômico e ético. Desse modo, impõe certos valores sobre quais atividades e comportamentos devem obter maior suporte e destaque, conseguindo então maior importância econômica e social.

Destaca-se, aqui, a proposição explicativa do filósofo grego Aristóteles, que viveu a mais de 2.300 a.c, em sua obra *Órganon*, que entende cultura como todo o conjunto da existência humana no tempo e no espaço, traduzido por sabedoria, que se configura a partir de três pontos imprescindíveis: existência ética, política e economia (ARISTÓTELES, 2005).

Por esse princípio, porém de modo específico, Mankiw (2007) destaca que a ciência econômica trata do problema da escassez de recursos ante a infinidade de necessidade dos seres humanos. Concordando com essa ideia, Florissi e Waldemar (2007) propositam que a economia lida com um problema alocativo de bens disponíveis que são finitos, e que o comportamento do indivíduo é o de maximizar o seu grau de bem-estar.

Assim, diante dessa escassez de recursos, o indivíduo se depara com um problema de escolha, tendo que optar por uma entre diversas possibilidades de consumo, baseado no utilitarismo racional, busca aquela cesta de bens que lhe provê o maior bem-estar possível. Neste sentido, para uma análise de economia da cultura, o comportamento racional se torna o foco do pensamento científico econômico.

De acordo com tais categorias, vale destacar que Florissi e Waldemar (2007) defendem que bens culturais são aqueles que, além de expressar a capacidade criativa, envolvem algum tipo de valor cultural e que também geram valor econômico. Diante de tal premissa, a relação da cultura com economia emerge como possibilidade de expressão da subjetividade e da objetividade humana em sua totalidade.

Com base nesse princípio, é mister relatar o pensamento de Miguez (2009, p. 61), ao abordar esta relação:

As relações objetivas entre o campo da cultura e outras esferas societárias não são novas, [...] no caso específico das relações com a esfera econômica [...] pode ser localizada na Europa do século XIX, momento em que a submissão do artista e do escritor aos ditames da lógica mercantil aciona a emergência de um mercado da cultura.

Todavia, sabe-se que, apesar da relação histórica entre cultura e economia, de acordo com o autor, não chegou a despertar qualquer interesse especial nos estudiosos e pesquisadores do campo da economia, ainda que seja possível registrar, desde muito tempo,

observações pontuais sobre o tema. Somente nas últimas décadas é que o assunto passa a ser visto como de fato integrado ao processo de desenvolvimento numa abordagem econômica, visando a maximização do bem-estar, não apenas como combate a melancolia como destacava Adam Smith (*apud* MIGUEZ, 2009), mas sobretudo econômico. Fazer da cultura uma fonte de emprego e renda é colocar a capacidade criativa humana em função da qualidade de vida.

Destarte, como o indivíduo procura maximizar o seu grau de bem-estar, é de se esperar que procure obter a maior utilidade possível quando faz uso de algum bem cultural. Cabe destacar que a discussão aqui gira em torno de que o objetivo da abordagem econômica com enfoque no setor cultural é a de “procurar obter uma aproximação da disposição a pagar de um indivíduo no que se refere a algum bem que possua ou que possa gerar tanto valor econômico como cultural” (FLORISSI e WALDEMAR, 2007, p. 13). É, sobretudo, valorizar a criatividade do talento humano na geração de renda, como visão de capital cultural, e desenvolvimento, além da promoção de novos conhecimentos.

A noção de “capital cultural” é outra questão discutida por Florissi e Waldemar (2007), ao tratar o tema da abordagem econômica da cultura, a partir da criatividade humana. Trata-se nesse tema de recursos que representam, possuem ou provêm tanto valor cultural quanto econômico. Segundo os autores, um bem cultural pode se apresentar na forma tangível, ou seja, com características criadas por atividades humanas e sobrevivem por um certo período de tempo. Enquanto que os capitais culturais intangíveis são aqueles provenientes de ideias, práticas, crenças e valores compartilhados por um grupo. Essas categorias podem diminuir caso não receba manutenção apropriada, assim necessitam de manutenção para se manter operante constantemente.

Neste sentido, a intervenção do Estado se torna fundamental, em vista do capital cultural como fator de desenvolvimento econômico, onde o fornecimento de bens públicos como a educação, a qualificação profissional, a cultura, se tornam importantes para o desenvolvimento de uma região. Os bens públicos ou bens coletivos justificam-se conceitualmente pelo fato de terem consumo/uso indivisível, ou seja, o uso por um indivíduo não exclui a utilização por outro, que ainda por apresentarem características próprias, faz com que o Estado assuma a responsabilidade por seu fornecimento (FLORISSI, 2004).

Portanto, pelo fato dos bens culturais, mesmo provindo da capacidade criativa humana, serem escassos, se faz necessário a criação de um sistema regulatório que preserve suas características para que seu uso possa ser feito adequadamente ao longo do tempo,

favorecendo a eficiência econômica⁵, através de políticas públicas. Neste âmbito, Mankiw (2007, p.10) sublinha um princípio econômico: “que os governos podem melhorar os resultados de mercado”.

De acordo com esse raciocínio, para os fins dessa discussão, as políticas são ações públicas organizadas e sistemáticas que têm como objetivo a garantia e a oferta de bens em quantidade ótima, incentivando a cultura local em nível de capital cultural que gere uma demanda crescente e qualitativa no desenvolvimento econômico da região, preservando valores inerentes à população regional.

É nessa perspectiva que Jeffcutt (2009, p. 47), ratifica a ideia de que economia da cultura numa abordagem econômica está “baseada em talento criativo e empreendedorismo local, fornecendo emprego, qualificado e de alto valor agregado”. Assim leva à compreensão da produção cultural em escala industrial, demandando aperfeiçoamento da capacidade criativa dos indivíduos e das empresas, consolidando a ideia de indústria criativa.

2.3.2 Cultura e criatividade no espaço urbano na era da globalização

Ser visto e ouvido é fator fundamental para o desenvolvimento socioeconômico e cultural de uma cidade na era da globalização. A capacidade de gerar estratégias de vida a partir da criatividade torna-se dado determinante na superação de obstáculos ao crescimento, principalmente o econômico, como aborda Velloso (2008).

Nesse sentido, uma imagem, uma ideia pode ser algo determinante para o futuro de uma cidade na esfera regional, nacional e internacional. Por outro lado, é importante também estar atento, pois como salienta De Masi (2000, p. 146), “o ideal é aproveitar as oportunidades que existem para afirmar a própria subjetividade e não deixar-se carregar pela homogeneização massificadora da globalização”.

É nesse aspecto que o processo de globalização tem criado novos posicionamentos na economia mundial, como: levando as cidades a tomar ações planejadas, ligando economia e cultura e combinando os aspectos econômicos, culturais, sociais e políticos na produção de

⁵Segundo Mankiw (2007), uma economia é eficiente se esta maximiza o bem-estar da sociedade, entendida como o somatório do excedente dos agentes econômicos desta economia.

bens e serviços, principalmente no espaço urbano e gerando desenvolvimento de forma integrada e inovadora.

Por outro lado, no modelo econômico contemporâneo mundializado, uma economia que não se mover orientada por criatividade de sua população, conforme o autor citado, correrá sério risco de ter sua diversidade cultural achatada. Isso significa obrigação em ser criativo. Destarte, Miguez (2009, p.60) “lembra que o que é cultural no capitalismo globalizado das redes é o trabalho em geral”, que por sua vez, dada a dinâmica social e econômica da contemporaneidade, exige um grau cada vez mais acentuado de criatividade na produtividade. Esta é a arte de fazer cada vez mais com a mesma ou menor quantidade de recursos disponíveis, com vista ao *tradeoff*⁶ entre demanda e escassez.

Nessa perspectiva é que se pode propositar sobre a globalização como bem-estar social de uma comunidade ou cidade, elevando as potencialidades criativas, tornando-as conhecidamente mundializadas, principalmente através do trabalho intelectual que é sempre criativo. Por esse sentido, aborda De Masi (2000, p.220) que “estamos atravessando uma passagem de época, da atividade física à atividade intelectual”. O significante da questão é que a busca por alternativas tecnológicas, através de investimentos em educação passa a ser fundamental para o desenvolvimento socioeconômico e cultural de uma cidade ou região na atualidade. Tal categoria é determinante para desvelar e difundir talentos, gerar produtividade e consolidar desenvolvimento social e econômico.

Porém, há quem pense a globalização como algo negativo ao desenvolvimento econômico, social e humano. Por essa concepção, Santos (1998), afirma ser possível fazer duas leituras diferentes do atual fenômeno da globalização: uma em sentido economicista, outra sob a ótica humanista. Nesse contexto, o autor destaca:

Globalização em sentido economicista, parte de uma concepção neoliberalista da sociedade, centrada nos direitos de liberdade dos indivíduos para produzirem e consumirem através de uma economia de mercado, sob a máxima, propriedade privada e economia de mercado livre de controles estatais. Globalização em sentido humanista, prima pela igualdade de valores e direitos entre os seres humanos; respeito á diversidade e pluralidade; uso da multiplicidade de sentidos e meios de comunicação (SANTOS, 1998, p. 445).

⁶Em economia, *tradeoff*, é uma expressão que define uma situação de escolha conflitante, isto é, quando uma ação econômica que visa a resolução de determinado problema acarreta, inevitavelmente, outro (MANKIWI, 2007).

Ademais, Reis (2007) argumenta que a globalização se desvelou como dupla possibilidade frente a cultura. A primeira ideia destaca a possibilidade de “massificação da cultura”, pasteurizando e solapando as culturas locais. Tal pensamento despertou um sentimento de proteção cultural entre os países, incluindo o Brasil; uma bandeira sustentada pela UNESCO. A segunda ideia era de que a globalização, associada à tecnologia digital acabaria com a exclusão cultural, permitindo novas formas de criação, produção, divulgação, distribuição, consumo e um acesso quase que ilimitado às culturas de forma mundializada.

Ainda de acordo com Reis (2008), entre o otimismo ufanista e o pessimismo dramático, vingou o otimismo cauteloso. Assim vale destacar que o acesso a novas formas de produção e consumo culturais, possibilitou uma maior interseção entre as diferentes culturas das diferentes sociedades. Nesse contexto, muitas cidades puderam efetivar-se como cidades globais ou criativas (SESSAN, 2000, *apud* FERREIRA, 2010), tornando-se centros estratégicos para gerenciamento da economia, seja regional, nacional ou internacional, desfrutando de uma importante dinâmica no processo de especialização econômica.

Desse modo, é mister postular que o fenômeno da mundialização das atividades humanas em termos econômicos, sociais, políticos e culturais passam pela capacidade criativa das cidades que através do desenvolvimento de tecnologias, talentos e tolerância (FLORIDA 2002), promovem intercâmbio cultural entre as diferentes sociedades, porém reserva limites da singularidade de cada uma delas, que definem sua identidade. É a partir dessa proposição que as reflexões que se seguem sobre o mundo atual, tendo em vista a identidade cultural no contexto urbano globalizado, parece enfrentar uma realidade paradoxal.

De acordo com Vasconcelos *et al* (2002), à medida que os processos contemporâneos de globalização se intensificam e se alargam, envolvendo poderosíssimas dinâmicas de interligação e intercâmbio, de comunicação e difusão em termos mundiais, as identidades culturais diferenciadas, específicas, fragmentadas, ou mesmo marcadamente particularistas, em vez de se esbaterem ou desintegrarem, parecem tender a proliferar, a multiplicar-se e acentuar-se.

Nesse contexto, entendida como um processo de integração internacional, Velloso (2008, p. 145), repetindo o óbvio, afirma: “se o país negligencia sua inserção internacional, perde inúmeras oportunidades para acelerar seu crescimento e desenvolvimento”. Por outro lado, alerta também que a inserção internacional é importante, mas deve incorporar a

preocupação com evitar as armadilhas da vulnerabilidade externa. Dado que para ser evitado vai exigir indubitavelmente um sobressalto meritocrático aportado na capacidade criativa.

Desse modo, o fato vislumbrado é que o atual contexto relacional de urbanidade globalizada conduz a um duplo processo. Todavia, percebe-se também, e de forma positiva, que no âmbito dos protagonismos sociais, potencia a multiplicação de dinâmicas identitárias, que se transformam em potencialidades criativas, que inteligentemente aproveitadas, poderão viabilizar a qualidade de vida no espaço urbano, tornando a cidade ou região percebida e atraente econômica e culturalmente.

Por outro lado, as dinâmicas contemporâneas de globalização, profissionalização, mercadorização e mediatização da cultura, embora acentuem as possibilidades e as tendências de consumos culturais em regime privado, doméstico e individualizado, parecem ser acompanhadas por outras, nas quais sobressai, precisamente, a procura crescente de interação direta intensificada, em espaços públicos de diferentes configurações e a propósito de diversas modalidades de práticas e acontecimentos.

Nesse sentido visualizar a cultura como principal ambiente criativo e possibilidade de desenvolvimento socioeconômico da cidade na era da globalização, pressupõe estratégias econômicas de investimentos públicos e privados, capazes de potencializar crescentemente a criatividade e elevar o grau de bem estar social das pessoas. Assim como também partilhar, respeitosamente, com o resto do mundo o que há de melhor numa região ou cidade, sem perder de vista a identidade local.

2.4 DA ECONOMIA CRIATIVA À ECONOMIA DO CONHECIMENTO E ATIVIDADE CULTURAL URBANA

De acordo com o que proposita Howkins (2001, *apud* HANSON e GOMES, s.d.) as indústrias criativas tangenciam e expandem-se para o interior da chamada economia do conhecimento. Por outro lado, ao tratar da economia do conhecimento, Jones (2005, *apud* HANSON e GOMES, s.d.) menciona que ela se caracteriza pela “desmaterialização” da economia, na medida que a tangibilidade passa a ser apenas um detalhe, ou uma consequência. Tal entendimento se deve ao fato de que a economia criativa exige

investimento em educação e estímulo à pesquisa acadêmica, dados que exigem o avanço na construção de novos conhecimentos.

Argumentando sobre o tema, Jeffcultt (2009, p. 41 e 42) aborda:

Nas economias do conhecimento, esses processos criativos precisam ser entendidos como transacionais e contextuais. Além disso, propriedades organizacionais cruciais desses processos criativos podem ser resumidas da seguinte forma. Primeiro, estão situadas em comunidades e espaços, ambos local e global; segundo, estão ligadas em rede por meio de transações densas e relações de conhecimento com interdependências articuladas, sejam comerciais e não comerciais; e terceiro, são temporais, no que uma variedade infinita de bens simbólicos altamente diferenciados se justapõe por atenção em uma interação entre produtor e consumidor por meio de originalidade, identidade e oportunidade de mercado.

Partindo de tal proposição, é possível constatar que as atividades econômicas de uma cidade do conhecimento ou cidade inteligente, como é definida a cidade criativa, estão intimamente ligadas às atividades culturais desenvolvidas pelas pessoas que nela habitam ou a visitam como turistas. Desse modo, em acordo a Bendassolin e Wood Jr (2009), ao tratar do tema da cidade criativa, é preciso compreender a atividade cultural como atividade econômica e por assim ser, inserida no contexto da “economia criativa”.

Nesse sentido, Lala Deheinzelin (*apud* FERREN, 2010, p.8) argumenta que é preciso ampliar o conceito da economia criativa a uma “Cadeia Integrada da Economia Criativa” que engloba todas as etapas do processo criativo, entendido por ele como formação, criação, produção, distribuição, acesso, gestão de conhecimento e memória.

Por outro lado, de acordo com Reis (2007, p. 310), a economia criativa funciona, num primeiro momento, de forma cíclica, englobando bens tangíveis (preço) como: “oferta e produção, mercado e distribuição, demanda e consumo”. Já num segundo momento, engloba bens intangíveis (valor) como: “formação e capacitação, democracia de acesso, liberdade de escolha”. Desse modo entende que ela pode ser definida como sendo o ciclo que abrange criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos. Abrange desde os produtos artesanais até as artes cênicas, artes visuais, os serviços audiovisuais, multimídia e indústrias de *software*.

Destarte, a autora entende ainda que nesse sentido economia criativa significa a transformação de símbolos e significados em propriedade intelectual ou faturamento lucrativo, que ela considera como o “núcleo mesmo da cultura”. Dentro deste panorama, o

Ministério da Cultura do Brasil (MINC., 2006, s/p), ao tratar da relação entre criatividade, cultura e economia como fonte de renda e desenvolvimento socioeconômico de uma região ou cidade, define economia criativa como sendo:

[...] parte de um novo conceito mundial, a economia criativa é aquela que, independente de ter finalidade cultural, inclui a cultura, a criatividade e o conhecimento em seu processo de produção. Fazendo parte da Economia Criativa, por exemplo, o artesanato, as publicações, a moda, a música, o audiovisual, o design, a web, o software, a fotografia, as indústrias do lazer e entretenimento e as indústrias culturais, entre outros.

Nesse sentido, vale destacar o pensamento de Hartley (2005), ao afirmar que a arte enquanto cultura é uma propriedade pública, focada em questões de cidadania e liberdade. Por outro lado, a arte como negócio é de domínio privado, algo orientado ao consumo e à satisfação de necessidades singularizadas daquele que tende a consumi-la. Assim, por necessidade, o desenvolvimento das cidades e regiões passam a se estruturar a partir de planejamentos orientados por conceitos de criatividade, todavia estreitando as relações entre economia e cultura.

Desse modo, torna-se sensível a interdependência entre os aspectos econômicos, culturais, sociais e tecnológicos, na produção de bens culturais. Conforme relata Prieto (2002), a economia da cultura constitui-se em um instrumental analítico para resolver questões ligadas aos efeitos econômicos da atividade cultural.

Destarte, a atenção dada à economia global por políticos e organismos internacionais, tem feito com que a produção e os serviços criativos tornem-se cada vez mais vultosos e interessantes no comércio internacional, impulsionando economias locais, regionais e nacionais para uma integração internacional. Nessa perspectiva destaca Landry (2004) que:

[...] as cidades bem sucedidas aparentam seguir um padrão, dando importância ao Genius Loci e não criam barreiras à criatividade [...] a renovação da cidadania e a regeneração de uma cidade passa pela criatividade cultural, reforçando a coesão social, melhorando a imagem local, reduzindo comportamentos agressivos, potencializando a criação de parcerias públicas e privadas e o desenvolvimento da confiança e da identidade.

É nesse contexto que Afonso (2009, p.2) aborda a importância das indústrias criativas para o desenvolvimento urbano, a partir de uma economia da cultura centrada em propostas criativas e inovadoras. Com essa visão concorda com Florida (2008) e Landry (2004) que comungam da ideia de que indústrias criativas e cidades criativas alimentam-se mutuamente, através de uma relação simbólica.

Verifica-se então que o modo como tratam a relação entre cultura, economia e criatividade ratifica o pensamento expresso por Zukin (1982, *apud* CORREIA, 2009) ao relatar que a cultura gera uma revitalização da economia e da cidadania, promovendo uma nova dinâmica urbana.

2.5 POLÍTICA PÚBLICA DE DESENVOLVIMENTO PARA UMA CIDADE CRIATIVA

Os pensadores acerca do tema da cidade criativa estão certos de que é necessário empenho de formuladores de políticas públicas que contribuam para o bem-estar social e humano em uma cidade. Nesse sentido é mister destacar que as cidades com qualidade de vida e bem-estar social são orientadas por organizações sociais fortes e agentes públicos conscientes e comprometidos com o seu papel de liderança e indução da comunidade na busca de políticas criativas que atendam e doem sustentabilidade à cidadania no espaço urbano.

Nessa perspectiva, considerando as teorias de Florida (2004), acerca do talento, da tolerância e da tecnologia, vale destacar que as políticas públicas de desenvolvimento da cidade criativa devem estar direcionadas para o desenho de um plano que atraia investimentos e criação de condições para a existência de vários estilos de vida e amenidades. No âmbito brasileiro, é de boa aceitação os provimentos de política pública social urbana orientados pela Lei nº 10.257, de julho de 2001, denominada Estatuto da Cidade. A Lei estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo. Porém, esse assunto será tratado com maior profundidade no quarto capítulo desta pesquisa.

Por outro lado, Hanson e Gomes (s. d) entendem que a cadeia produtiva é muito cara aos estudiosos e definidores de políticas públicas de desenvolvimento regional na medida em que indústrias correlatas podem ser aglomeradas regionalmente (ou não) nos chamados arranjos produtivos ou *clusters*⁷, que contribuem em conjunto para o desenvolvimento,

⁷Os *clusters*, também denominados pela literatura como Arranjos Produtivos Locais (APL's) são aglomerações de indústrias e instituições que têm ligações fortes entre si e que necessitam de renda e de riqueza para serem dinamicamente competitivas. A essência do desenvolvimento de um *cluster* está na criação de capacidades produtivas especializadas.

podendo ser espontâneos ou estimulados por políticas de fomento específico, principalmente no que diz respeito ao estímulo à criatividade.

Desse modo, mesmo que o tema das políticas públicas criativas seja compreendido como políticas de Estado, consolidadas por projetos solidamente planejados, e não apenas ações de interesse de governos, é fundamental destacar o papel e a importância da sociedade organizada como agente fomentador da consciência de se pensar a cidade e seu *status* criativo, como aborda Landry (2000), ao propositar sobre o *Genius Loci*⁸ ou espírito criativo da cidade.

Por outro lado, a autora Ana Carla Fonseca Reis, economista e consultora em economia criativa para a ONU (UNCTAD e PNUD), em palestra na 1ª edição do seminário internacional Porto Alegre Cidade Criativa, tratando acerca de categorias pertinentes ao contexto constitutivo de uma cidade criativa, considera que:

Discutir uma cidade [...] exige reunir pessoas capazes de seguir um fio histórico, unindo pilares do passado, singularidades do presente e vocações futuras. Requer, também, revelar as intrincadas e multifacetadas relações entre formas de perceber a cidade, entender suas fragilidades e soltar as velas de seus potenciais (SANTANDER, 2009).

Com base nesse pressuposto, percebe-se que ao tratar o tema da política pública voltada para a criatividade no contexto urbano, a autora a define como sendo ações voltadas para o desenvolvimento de forma integral da cidade, sobretudo no estímulo às atividades culturais. Nesse sentido, aborda que o conceito do público pertence ao coletivo. Portanto, política pública deixa de ser sinônimo de política governamental. Em outras palavras, faz entender que a ideia de “a política pública de cultura ultrapassa os limites da pasta de cultura do governo e envolve o setor privado e a sociedade civil” (REIS, 2007).

Como aborda Pires (2010), “essa visão leva à construção de um ambiente favorável ao desenvolvimento da economia criativa, mola propulsora das cidades sustentáveis e inteligentes”. Destarte, entende que é dever moral do Estado proporcionar aos seus o bem comum. Logo a Política Pública é essencial para gerar desenvolvimento e dignidade humana, como bem conceitua Mehedff (2002, p.13):

Política pública é entendida como um processo de decisão, onde se estabelecem os princípios, as prioridades, as diretrizes que organizam programas e serviços nas diversas áreas que afetam a qualidade de vida do cidadão. A noção de política

⁸“O caráter do lugar” LANDRY, Charles. **The creative City, A toolkit for urban innovators.**

pública corresponde a formas de intervenção econômico-social - expressa em serviços, ações e programas – com vistas a um projeto de nação. É diferente de uma política de governo, que cuida da administração e gestão do Estado, pois, na política pública participam do processo de decisão o governo e a sociedade civil organizada.

Daí se abstrai a necessidade de conhecer aspectos da realidade como um processo de contínuas mudanças a partir de um espírito inovador e criativo, habitante do espaço urbano, privilegiando, com ênfase, no que se refere à *tecnologia, talento e tolerância*, como aborda Florida (2002), ao destacar o sucesso de uma cidade a partir de políticas de incentivos à produção tecnológica, ao desenvolvimento de talentos e ao espírito tolerante através da educação da consciência das pessoas.

Por outro lado, é evidente que o desafio de elencar uma cidade à condição de cidade criativa é enorme. Demanda formulação estratégias pautadas a partir de uma “economia criativa”. Desafio que como bem destaca Landry (2005) é de toda a população constituidora da cidade e não só de gestores públicos. Nesse sentido destaca que as pessoas são o conteúdo principal da cidade criativa. Por assim ser, a criatividade da cidade pode vir de qualquer fonte, isto é, de qualquer pessoa capaz de resolver um problema. Porém é fundamental destacar a capacidade de suas redes tanto quanto de sua administração. Ademais, política pública para cidades criativas é nada mais que políticas de investimento nas próprias pessoas para uma melhor qualidade de vida.

Ademais, as diferentes abordagens sobre cidades criativas (LANDRY, C, 2000; FLORIDA, R. 2002; KUNZMANN, K., 2006), buscam destacar a importância da aposta numa segunda geração de políticas públicas ligadas à criatividade e à inovação urbana. Uma proposta que vise à atração e à fixação de talentos, à capacidade de desenvolver investigação e produtos tecnológicos (universidades e empresas inovadoras) apoiada numa atitude tolerante, que valorize a diversidade social e cultural, assim como o respeito e conservação do espaço urbano.

Já em acordo ao que dispõe Pires (2010) sobre o desafio de formular políticas públicas capazes de instigar o protagonismo social e um ambiente favorável à criatividade e à inovação, é fundamental o incentivo e a indução de projetos inovadores que visem a maior competitividade regional, ao fortalecimento cultural e à ampliação do caráter público da cidade, como políticas de desenvolvimento criativo. Esta poderá ser a forma mais objetiva de transformar uma cidade, assim como Boa Vista, numa cidade inteligente, aumentando ainda mais a sua qualidade de vida.

Desse modo, estará também fortalecendo sua identidade e suas organizações sociais e a sustentabilidade da cidade, assim como as questões de cidadania e liberdade, como bem aborda Hartley (2005). Não obstante, Reis (2007, p. 143), ao abordar a importância das políticas culturais no sentido de políticas públicas, afirma a necessidade de “definir objetivos comuns e específicos a todas as pastas” de uma administração. Lembra ainda que no Brasil existem “cidades criativas” planejadas para tal, e outras que enveredaram por esse caminho a partir da intuição de alguns empreendedores.

Como sugestão, salienta que para fomentar tais cidades criativas no Brasil é preciso recuperar o patrimônio histórico-cultural; levar artistas para áreas não ocupadas do espaço urbano; atrair talentos; identificar a particularidade local que pode alavancar o crescimento econômico; e capacitar os gestores públicos para planejar os polos criativos.

Desse modo será possível elevar o grau de desenvolvimento socioeconômico de forma racional, garantindo a sustentabilidade e o respeito ao ambiente natural, como base necessária à sustentabilidade humana.

2.6 CRIATIVIDADE E SUSTENTABILIDADE URBANA

As cidades são lugares onde as pessoas podem cumprir uma necessidade social que é a de viver “juntas,” como acredita Landry (2006 p.2). Desse modo faz entender que os *stakeholders*⁹ de cada país devem negociar com os poderes públicos as políticas e medidas mais efetivas para garantir a sustentabilidade não só da diversidade cultural, mas também do que poderíamos chamar de ecologia social e cultural que interferem na vida urbana.

Na contemporaneidade está cada vez mais evidente a interseção entre sustentabilidade e desenvolvimento econômico e humano, associados à capacidade criativa das pessoas na cidade (REIS, 2007). Com referência à estrutura produtiva de hoje, encontramos que “as novas tecnologias são estimuladas pela ampliação dos conhecimentos e da prática científica”

⁹*Stakeholder* em inglês refere-se a todo ator social que tem um interesse (um *stake*) em qualquer situação, sobre tudo em situações em que políticas públicas ou ações privadas afetam a sua vida. Por exemplo, se uma usina nuclear decide se estabelecer num bairro, todos os moradores são stakeholders, porque eles vão sofrer, ou se beneficiar, da produção de energia ou poluição radioativa. O processo democrático é aquele em que todos os stakeholders têm oportunidade de participar nas decisões que afetarão a sua vida.

(WERTHEIN e CUNHA, 2004, p. 45), assim como da capacidade inovadora de uma sociedade.

De Masi (2000, p. 185) alerta que o baixo nível de ideia impede a capacidade criativa das pessoas na empresa. Alerta que a burocracia reduz a capacidade dos trabalhadores de uma empresa de inventar e se tornam outros robôs. O autor faz entender que a sustentabilidade passa também por uma formação ética permanente das pessoas e que o princípio utilitarista de uma competitividade destrutiva entre as pessoas e delas com a natureza, deve dar lugar a uma solidariedade criativa, fundada no respeito cósmico.

Embora o enfoque seja o que pensam os economistas e estudiosos da cultura no sentido de inovação e melhoramento estratégico das condições existenciais humanas, não se pode deixar de considerar a importância dos investimentos em Educação, Ciência e Tecnologia em relação ao desenvolvimento das potencialidades criativas de uma cidade. Desse modo, aborda Pires (2010, p. 11) ao destacar a importância da formulação de políticas públicas urbanas presentes no Plano Diretor¹⁰ da cidade que sejam capazes de “ser fornecedoras de criatividade e da economia do conhecimento, modelos urbanos de suporte à criatividade e à inovação, políticas públicas educacionais visando à difusão do conhecimento e à contribuição para a dinamicidade econômica da cidade”.

Corroborando com essa proposição, Landry (2000) aborda que elementos como as capacidades humanas, a vontade e capacidade das lideranças públicas, os aspectos urbanos e respectivas instalações, a cultura de organização da vida da cidade, assim como o trabalho em rede entre os entes públicos e privados são fatores fundamentais para o desenvolvimento urbano, dentro de perspectivas sustentáveis.

Partindo de tais premissas, é válido o princípio de que o presente e futuro de uma cidade está vinculado ao seu passado gestor, podendo gerar perspectivas de desenvolvimento a partir de categorias como seu potencial intelectual e tecnológico inovador. Nesse sentido, é válido a definição de cidade criativa como possibilidade de desenvolvimento sustentado para Boa Vista/RR, por reunir características próprias que lhe dão os atributos designados pelos princípios da economia criativa.

¹⁰Por exigência constitucional, o Plano Diretor é o instrumento básico da política de desenvolvimento para municípios com mais de 20.000 habitantes. Sua principal finalidade é orientar a atuação do poder público e da iniciativa privada na construção dos espaços urbano e rural na oferta dos serviços públicos essenciais, visando assegurar melhores condições de vida para a população.

Dentro dessa perspectiva, é mister destacar a ideia desenvolvida por Mankiw (2007) de que os ganhos de uma pessoa dependem da oferta e demanda pelo seu trabalho, que por sua vez dependem do talento natural criativo, do capital humano, dos diferenciais compensatórios, da discriminação e assim por diante. Ao apresentar tal raciocínio, o autor deixa evidente que o desenvolvimento, seja individual ou coletivo urbano, passa pelo potencial criativo e inovador dos indivíduos enquanto comunidade. Destaca assim a importância dos fatores como: talento, tecnologia e tolerância, abordados por Florida (2002).

Nesse sentido, desenvolver um perfil sustentável é ponto determinante para a atratividade. “Na era da criatividade, é necessário despertar o potencial criativo de todos” (FLORIDA, 2002). Fazendo uma digressão, percebe-se que já em 2002, o autor salientava que “as classes criativas querem viver em locais onde podem refletir e reforçar a sua identidade enquanto pessoas criativas”. Isso significa não viver passivamente, mas sim como atores do local onde habitam. Destaca, ainda, que querem gozar a cultura de rua, mistura de cafés e pequenas galerias, onde não se traça a linha divisória entre participante e observador, criatividade e criadores. Nesse contexto, destaca-se a capacidade criativa das pessoas, um desenvolvimento intelectual e sobretudo relacional, principalmente nos aglomerados humanos no espaço urbano, como se apresenta Boa Vista.

2.6.1 Cidades criativas culturalmente sustentáveis

As cidades criativas se apresentam na contemporaneidade com características especiais que residem na confluência entre capacidade de geração tecnológica, formação de uma mentalidade aberta e tolerante e atração de talento. Entretanto, em acordo ao que aborda Romeiro (2003), ao destacar uma “economia para o meio ambiente”, pensar uma cidade socioeconomicamente sustentável, exige uma preocupação especial com uma economia que seja também criativa em relação às questões ambientais no espaço urbano.

Uma economia que seja inventiva e inovadora o suficiente para uma interseção positiva entre os 3Ts de Florida e com a política dos 3Rs da conservação ambiental. Segundo Ribeiro e Filho (2008) os três erres (R) estão relacionados à capacidade criativa de reduzir a poluição

e a degradação do ambiente natural urbano diminuindo a quantidade de lixo; em reutilizar objetos que se descartados na natureza poderiam aumentar desnecessariamente o volume do lixo urbano. E, por fim, o último R ou capacidade criativa de reciclar, está relacionado à capacidade de transformar lixos em objetos reutilizáveis.

Nesse contexto, Reis (2008), deixa claro que uma cidade criativa culturalmente sustentável deve ser entendida como uma cidade capaz de transformar continuamente sua estrutura socioeconômica, com base na criatividade de seus habitantes e em uma aliança entre suas singularidades culturais e suas vocações econômicas. É nessa convergência de objetivos entre agentes e setores que se desenha uma estratégia comum, contínua, voltada a resultados sociais, culturais e econômicos.

Uma cidade para ser culturalmente sustentável deve se preocupar, principalmente, com duas dimensões prosseguidas em seu objetivo de desenvolvimento socioeconômico e humano. A primeira é a dimensão da promoção de uma criatividade especial e a segunda está relacionada à determinação da região geográfica. Nesse sentido, vale destacar mais uma vez Landry (2004), que ao abordar o espírito do lugar, deixa claro seu pensamento a respeito da importância do espaço geográfico na estruturação de uma cidade que consolida seu modo de governança em políticas criativas.

Desse modo, pode-se verificar que a ideia de uma cidade criativa culturalmente sustentável tem sua razão de ser a partir da melhoria na qualidade dos serviços prestados, na diversidade e qualidade dos “lugares” (WU, 2005, *apud* VASCONCELOS *et. al*, 2009), assim como na diversidade de suas atividades criativas e dos seus impactos na economia, na regeneração urbana, na educação ou na promoção de eventos culturais e comerciais, tudo isso voltado para a promoção da qualidade de vida e do bem-estar humano (VASCONCELOS *et. al*, 2009).

Nesse sentido torna-se importante a ideia de que a cultura e a cidade são os veículos para transmissão daquilo que permanece e que por permanecer deve gerar bem estar social. Desse modo, entender a cidade como o lugar do acúmulo de culturas e da interação mútua entre ambas, é percebê-la como ferramentas na construção de sentido. No entanto, de acordo com Brandão (2010), os muros que separavam as primeiras cidades do meio natural foram trazidos para dentro, com a formação de guetos, tribos e gangues.

Partindo dessa premissa pode-se constatar que uma economia cultural voltada ao desenvolvimento e à sustentabilidade urbana requer mais que medidas e incentivos. A autora

está certa de que a Convenção para a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais é um bom ponto para uma cidade criativa culturalmente sustentável, pois estabelece um marco de referência para legislar medidas específicas voltadas à sustentabilidade cultural, garantindo um desenvolvimento socioeconômico e humano.

2.7 TURISMO E PATRIMÔNIO CULTURAL NAS CIDADES CRIATIVAS

De acordo com o pensamento de Florida (2002), é possível afirmar que o potencial turístico de uma cidade está ligado a sua capacidade de atrair pessoas, começando pela “classe criativa”. Destarte, entende que as cidades têm que oferecer um ambiente cultural e social orgânico, dinâmico e de abertura à diversidade, pois essa atmosfera permite que tal evento possa vir a acontecer.

O termo patrimônio cultural expressa o conjunto das produções naturais e humanas que dá sentido à existência. Nesse sentido vale lembrar que está intimamente ligado às categorias de tempo, espaço, circunstância, relação e aos hábitos adquiridos. Partido dessa premissa Vogler (2009), salienta que o patrimônio cultural, apesar de ser histórico, transcende o passado e a própria produção, remetendo o homem e a natureza criativa humana para o futuro. Por esse sentido proposita que deve ter-se presente que o patrimônio cultural:

*includy no sólo monumentos y manifestaciones del pasado, sino las diversas manifestaciones de la cultura, tales como las artesanais y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, costumbres y tradiciones, los escritos, características culturales del grupo*¹¹ (VOGLER, 2009, p. 119).

O aproveitamento das potencialidades criativas de uma cidade ou região como fonte turística, precisa de planejamento sério, com políticas bem definidas que não visem apenas a objetivos economicistas, mas principalmente uma sustentabilidade do ambiente natural e social, na busca de uma qualidade de vida duradoura e que vá além da promoção do desenvolvimento puramente econômico. O patrimônio cultural, seja ele tangível ou intangível,

¹¹Tradução: inclui não apenas monumentos e manifestações do passado, mas as diversas manifestações da cultura, tais como artesanais e arte popular, roupas, conhecimentos, costumes e tradições, os escritos, as características culturais do grupo.

pode oferecer oportunidades para um desenvolvimento sustentável de atividades turísticas que devem ser sabiamente aproveitadas por uma cidade com tendência à criatividade.

Nesse sentido Reis (2007, p.257) entende que:

É fundamental planejar o turismo cultural, do mapeamento à realização, de modo sustentável e integrado à comunidade. O turismo cultural pode representar um importante fator de desenvolvimento sustentável, desde que seus potenciais impactos negativos sejam identificados e controlados. Conforme o turismo se firma como um dos setores econômicos mais importantes do mundo, a preocupação com o respeito aos patrimônios tangíveis e intangíveis deve receber atenção redobrada.

Por outro lado, não há dúvidas de que a sustentabilidade de alguns projetos de turismo cultural, pode ser observada no caso de suposta revitalização de centros históricos da cidade, como existem em algumas cidades mesmo no Brasil. Essa é uma maneira de cuidar do patrimônio cultural histórico urbano, para a promoção do turismo cultural criativo sustentável como ferramenta na geração de emprego e renda.

2.7.1 Turismo e turista cultural criativo sustentável

A atividade turística tem um papel destacável no contexto das relações interculturais, assim como no processo de desenvolvimento socioeconômico e humano de uma cidade, região ou país. Todavia há que reconhecer o desafio em extrair os benefícios econômicos do turismo cultural sem que a cultura seja reduzida a uma mercadoria trivial, assim como deteriorar o patrimônio ou mesmo descaracterizar as manifestações tradicionais de um determinado lugar.

Por assim ser, a definição de turismo cultural pode diferir de país para país. Partindo deste pressuposto, Reis (2007) destaca que a Organização Mundial do Turismo (OMT) entende turismo cultural como um fluxo de pessoas cujo objetivo principal está relacionado a festivais, que englobam todo tipo de evento atrativo numa cidade ou região.

Por outro lado, a autora destaca que na concepção do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), turismo cultural se dá por meio de visitas a monumentos históricos ou relacionados a obras de arte, relíquias, antiguidades, concertos, músicas, museus e

pinacotecas. Em outras palavras, é a busca das pessoas em satisfazer emoções artísticas e informações culturais.

Com esse fito, o turista cultural ou criativo é entendido como aquela pessoa que se desloca do lugar onde vive para outros locais com a finalidade de satisfazer desejos e necessidades emocionais e cognitivas. Buscando assim relacionar-se com o contexto, compreendê-lo e verificá-lo. Nesse sentido Landry (2000), entende que o turista criativo compreende os elementos culturais como a publicidade, a arquitetura, as artes e os ofícios, design, moda, televisão, rádio, filme e vídeo, *software* interativo e de lazer, música, artes performativas, edição e criação de *software*. Em outras palavras, para o autor ele se envolve no espaço como se fosse seu. Desse modo, entende ainda que o turista criativo não se move apenas nas cidades inteligentes, ele próprio faz a parte da indústria criativa e de uma classe criativa através da leitura que faz da cidade da informação e do conhecimento, dados que permitem-lhe fazer parte desta inteligência coletiva estratégica.

Nesse contexto é importante, além do planejamento, elementos como: divulgação das qualidades e potencialidades do lugar ou espaço cultural; desenvolver e verificar possibilidades políticas, religiosas e logísticas de acesso; despertar a comunidade para um comprometimento direto com o bom funcionamento e a manutenção da boa qualidade do local e, por fim, desenvolver e educar a consciência da comunidade local, assim como dos visitantes sobre os benefícios do turismo cultural.

Com base nas definições expostas, Reis (2007, p.249), apresenta o seguinte conceito:

Turismo cultural pode então ser entendido como aquele que proporciona uma experiência do estilo de vida das sociedades visitadas, oferecendo uma compreensão em primeira mão dos hábitos, tradições, ambiente físico, ideias e locais de significado arquitetônico, histórico, arqueológico presentes no grupo local.

Já quanto ao tema da sustentabilidade relacionada ao turismo criativo, Oliveira (2009, p143) a entende como um evento “*capaz de desarrollar la capacidad productiva (creatividad) de las personas ou sociedad, conduciéndolas a la plena realización económica y tecnológica*¹²”, no contexto amplo da existência histórica material e espiritual. Já Romeiro (2003, p. 6), entende como sendo “aquele que satisfaz as necessidades atuais sem sacrificar a habilidade do futuro de satisfazer as suas”.

¹²Tradução: capaz de desenvolver a capacidade produtiva (criatividade) das pessoas ou sociedades, levando a plena realização econômica e tecnológica

Nesse sentido, do ponto de vista histórico, vale destacar que o termo sustentável está relacionado à operacionalização de medidas para frear a deteriorização do ambiente natural ou meio ambiente, de certo modo, estimulada pelos procedimentos de desenvolvimento urbano, agrícola e de infraestruturas, necessários para a vida. É nesse contexto que a proposição colocada, concorda com a ideia de Vogler (2009), que percebe o turismo diretamente ligado a atrativos histórico-culturais. Destarte, o autor alerta:

*los atractivos históricos-culturales deben ser aprovechados en su integridad; ello no sólo beneficiarán a la cultura sino también a una mejor conservación y sostenibilidad de los recursos. Su integración con los productos turísticos provinciales, llevarán a su mayor difusión y valorización*¹³ (VOGLER, 2009, p.119).

Assim sendo, percebe-se nessa visão, que as atividades de turismo cultural sustentável, aparecem como alternativa que deve satisfazer às necessidades das gerações presentes sem comprometer as gerações futuras. Princípio fundamental e necessário a uma sustentabilidade humana. Nesse sentido torna-se perceptivo o fato de que existe uma inter-relação entre o processo de degradação do meio ambiente e o desenvolvimento econômico de uma cidade ou região.

Destarte, como aborda Reis (2007), um desenvolvimento econômico culturalmente sustentado precisa, imprescindivelmente ao longo prazo, de um meio ambiente saudável ou sustentável. Destarte, chama a atenção para a importância da cultura como ferramenta de desenvolvimento, presente nas mesas de discussões comerciais.

Ademais, de acordo com Hawkes, *apud* Reis (2007, p. 223):

A análise das negociações comerciais costuma deixar de lado seu efeito sobre a cultura, em parte porque não existe um grupo de negociações específico onde o tema seja tratado e porque seus efeitos não são facilmente quantificáveis. Isto ocorre porque a cultura constitui um tema transversal nas negociações comerciais, que se vê afetado pelo que é acordado nas demais mesas de negócios.

Desse modo, Reis (2007, p.249) entende que o “turismo cultural pode ser entendido como aquele que proporciona uma experiência do estilo de vida das sociedades visitadas, oferecendo uma compreensão” respeitosa do contexto existencial da comunidade, como meio de promover desenvolvimento econômico. Por outro lado, Florida (2002) está certo de que o

¹³Tradução: Os atrativos históricos e culturais devem ser explorados na sua totalidade, irá beneficiar não só a cultura, mas também uma melhor conservação e sustentabilidade dos recursos. Sua integração com os produtos turísticos provinciais, levam à sua maior divulgação e valorização.

crescimento econômico de uma cidade conduz a uma concentração de talentos que por sua vez eleva sua competitividade turística em relação a outras regiões.

3 CIDADES CRIATIVAS: EXEMPLOS DE REINVENÇÃO URBANA PARA UMA ABORDAGEM COMPARATIVA

Este capítulo procura descrever e analisar algumas cidades ao redor do mundo e no Brasil que desenvolveram uma tendência criativa a partir do aproveitamento de suas potencialidades culturais e econômicas, colocadas como função de um desenvolvimento socioeconômico. Destarte, procura destacar seus investimentos na cultura da criatividade e a mudança de paradigmas, no que diz respeito ao empreendedorismo, a oportunidades, beleza e sensibilidade urbana. Demonstra assim que a criatividade é uma ferramenta apropriada ao desenvolvimento socioeconômico de qualquer espaço urbano, considerando as singularidades do lugar na aplicabilidade de modelos criativos e inovadores.

3.1 CIDADES COM TENDÊNCIAS CRIATIVAS NO MUNDO

Ser criativo é saber se reinventar diante dos desafios enfrentados no cotidiano social. É nesse contexto que as cidades que souberam se reinventar, se destacando como cidades criativas, desenvolvendo uma economia que se move ao redor de ativos intangíveis e simbólicos, como a dimensão cultural (AFONSO, 2009) conseguiram êxito no fortalecimento de setores tradicionais da economia. Entretanto, Reis (2008) adverte: políticas, estratégias, modelos e ações não são copiáveis de uma cidade ou região a outra. Deixa claro que categorias como a singularidade do espaço e as relações que aí se estabelecem, não podem ser transpostas a outro contexto, sem a devida tradução.

Segundo Cavalcanti (s,d), no coração da criatividade estão três elementos: primeiro, pessoas criativas, profissionais capazes de produzir novas ideias sobre gestão urbana. Segundo, organizações abertas, sensíveis a parcerias público-privadas que incentivem ambientes criativos na produção de obras e serviços urbanos. Terceiro, mecanismos

funcionais que viabilizem a operação de novas abordagens para transporte coletivo, parques urbanos, educação continuada e saúde comunitária.

É nesse sentido que várias cidades estão compondo a iniciativa da Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Segundo Reis (2008), este endosso conferido pela UNESCO, foi lançado em 2004, com o objetivo precípuo de formar uma rede de cidades que compartilhem experiências, impulsionem o potencial criativo conjunto e desenvolvam eventualmente projetos comuns.

Nessa perspectiva, estão incluídas várias cidades já reconhecidas como criativas. Assim, destacam-se cidades como Assuan, no Egito e Santa Fé, no Novo México, que se caracterizam como criativas por seu desenvolvimento no campo das artes populares; Popayán, na Colômbia, pela gastronomia; Edimburgo, na Escócia, pela literatura; Buenos Aires e Montreal, pelo design de sua arquitetura; Bolonha, na Itália, Glasgow, na Escócia, e a espanhola Sevilha, pela música típica (CASTIONI, s.d.). Sem contabilizar várias outras onde a criatividade funciona como elo para ativar a transformação do espaço urbano, algumas descritas sucintamente nos subtítulos abaixo. Entretanto, pode-se perceber que cada cidade tem uma marca especial que a coloca como destaque no universo das cidades criativas, segundo seu “genius locci” (LANDRY, 2000).

3.1.1 Principais características de potencialidades que identificam tendência à criatividade no desenvolvimento socioeconômico de algumas cidades européias

O destaque inicial na seara das cidades criativas será dado a Barcelona. É uma cidade do nordeste da Espanha, capital da comunidade autônoma de Catalunha, que possui uma população de 1.615.098 habitantes (INE 2008). É a segunda cidade espanhola mais povoada e a décima da União Europeia. Na avaliação de Reis e Urani (2009), figura como um dos maiores exemplos de cidade criativa. Já segundo Martins (2009), a dedicação de Barcelona para *design* criativo e de seu espaço público tornou-se destaque internacionalmente, sendo um caminho que outras cidades estão agora a seguir em todo o mundo. A partir das Olimpíadas de 1992, passou a ser reconhecida como cidade cultural por excelência, epicentro de produção criativa e polo de atração de negócios e talentos, do audiovisual à biotecnologia. Assim

verifica-se que o processo de transformação de Barcelona em cidade criativa tem raízes sociais e econômicas muito profundas.

Segundo Reis (2008), a identidade cultural da cidade, vítima dileta da ditadura franquista, manteve-se resistente até a reconquista da democracia espanhola, em 1975. Essa capital cultural, de identidade aguerrida e cosmopolita, é na verdade tida hoje como um dos grandes motores da criatividade urbana, impactando tanto no desenvolvimento físico da cidade, como em seu modelo econômico e social.

No campo da infraestrutura urbana, a criatividade de Barcelona pode ser identificada em vários segmentos, porém o destaque fica por conta da coleta de lixo urbano, organizado a partir de um sistema de dutos de ar comprimido que suga todo o lixo depositado em urnas espalhada por toda a cidade e mesmo em grande parte dos condomínios residenciais. Os impactos são altamente perceptíveis no campo econômico, higiênico e poluente (REIS, 2008). Além de reduzir custos com contratação de empresas coletoras do lixo, reduziu a poluição sonora e de gases com provocada por caminhões circulando pelas ruas dia e noite.

Reis (2008), aponta ainda que um dado emblemático desse processo transformativo é o projeto Barcelona 22@2, voltado à recuperação de uma região degradada da cidade, ancorado em um modelo de cooperação público-privada e pautado por uma estratégia de longo prazo. Além de outros setores intensivos em conhecimento e criatividade. Ademais, Barcelona investiu pesadamente na recuperação de seu patrimônio histórico, na promoção de sua imagem no exterior e na construção ou fortalecimento de seus equipamentos culturais e espaços públicos, além de várias ações no desenvolvimento da indústria criativa, como aborda Castioni (s.d.). Como resultado, é o destino turístico preferido dos europeus que buscam viagens culturais de fim de semana. Integrou então de forma sólida o mapa dos pólos culturais mundiais, constatando seu poder atrativo tanto de talentos quando de visitantes que abastecem os cofres da cidade com seus euros e dólares.

Já a cidade de Bilbao é a capital da província de Bizcaia, também na Espanha, possui uma população de 353.168 habitantes (INE 2007). Está localizada às margens do rio Nervión, que se comunica com o mar Cantábrico. O que caracteriza Bilbao como uma cidade de tendência criativa, entre outras coisas, está relacionado principalmente ao seu potencial comercial tecnológico integrado através de seu porto comercial, considerado o maior porto comercial da Espanha. Destaca-se o turismo comercial, a arte, a cultura e uma infraestrutura urbana segura que obedece a lógica da qualidade de vida e do desenvolvimento social e

econômico humano. A cidade tem uma trajetória com similaridades à de Barcelona. Seguiu uma trilha paralela para se transformar socioeconomicamente em uma cidade com tendência criativa. Segundo Reis (2008), esta cidade que se formou em função de seu porto, entrou em crise aguda na era pós-industrial, o que lhe levou a realizar um profundo estudo de consolidação da sociedade do conhecimento, dado que a torna característica pelo seu nível tecnológico.

Assim, com o objetivo básico de encontrar uma estratégia que lhe granjeasse empregos, impostos, bem-estar social e a reposicionasse no mundo, a recuperação da cidade foi objeto de uma parceria entre agentes públicos e privados, que desenhou oito eixos estratégicos. Entre eles, vários ligados a infraestrutura (metrô, aeroporto), mas todos simbolizados por uma face visível: o Museu Guggenheim, ligando assim diretamente ao evento cultural.

A preocupação socioeconômica do projeto é evidente até mesmo na realização anual de um estudo de impacto do Museu Guggenheim na economia espanhola. De fato, segundo Reis (2008), os dados turísticos de 2007 revelam que 67% dos visitantes foram estrangeiros (ante 60% em 2006), tendo o museu contribuído para a economia da região com € 220 milhões e a geração de 4.399 empregos. Contribuiu ainda com arrecadação tributária adicional, além de um programa educacional e afins.

Quanto à cidade de Londres, sua relevância como capital do Reino Unido da Grã-Bretanha (que inclui Inglaterra, Escócia e País de Gales) e Irlanda do Norte, já lhe coloca numa condição de cidade global, expressando seu caráter multicultural e produtivo, conferindo assim um favorecimento direto à tendência a uma cidade criativa. Londres tem uma população de 50,76 milhões (estimativa 2006), e densidade demográfica de 388 hab/km², com amplo número de etnias, culturas, e religiões. Ademais na cidade falam-se mais de 300 línguas, com cerca de 50 comunidades de mais de 10 mil, segundo Landry (2010). Nesse contexto, é mister destacar que o que faz de Londres uma cidade com tendência criativa é o seu poder cultural e sua capacidade de se reinventar ao longo da história, buscando inovações no campo econômico e social (LANDRY, 2010).

Segundo Reis (2006), Londres foi degradada pelos recorrentes bombardeios da Segunda Guerra Mundial em 1946. O bairro de South Bank teve sua população reduzida de 50 mil para 4 mil habitantes. Como uma região sem pessoas tampouco tem vida, em um atroz círculo vicioso, os espectros dos edifícios remanescentes só se salvaram de serem demolidos,

em 1977, devido a amplas manifestações populares. Em face disso, o governo se uniu à iniciativa privada para desenvolver um programa de preservação de edifícios e construção de novos espaços, fortemente ancorado em cultura e criatividade.

Neste sentido, a cultura em sua dimensão artística e humanística, segundo Landry (2010), foi concebida como desenvolvimento socioeconômico para elevar a cidade a um grau de criatividade, modificando sua estrutura econômica do ponto de vista da tecnologia, da atração de talentos e, sobretudo da tolerância no que diz respeito à interculturalidade. O governo se uniu à iniciativa privada para desenvolver um programa de preservação de edifícios e construção de novos espaços, fortemente ancorados em cultura e criatividade, como destacam Vasconcelos *et al*, (2009). Desse modo buscou valorizar o patrimônio histórico londrino, visualizando uma possibilidade simbólica, mas, sobretudo econômica e de bem-estar social para a comunidade local e externa, considerando sua influência socioeconômica em outras cidades ou regiões vizinhas.

Atualmente, Londres é uma das maiores cidades do Reino Unido, em termos culturais. Os resultados para a regeneração social e econômica são reforçados pelos números levantados, como os da *Tate Modern Gallery*. Segundo o *Arts Council London*, o benefício econômico da galeria para a área foi de £100 milhões, além de ter criado 3.000 novos empregos e impulsionado um crescimento de 23% no número de hotéis e restaurantes (REIS, 2006).

Ainda segundo Landry (2010), 680 mil pessoas trabalham nas indústrias criativas que representam 15% da economia de Londres e quase 20% de sua força de trabalho. Esses percentuais lhe permite desfrutar de um volume de negócios entre £ 25 e £ 29 bilhões de euros anualmente. O total de pessoas envolvidas nesses procedimentos econômicos culturais representa 12% da população do Reino Unido. Ainda em termos percentuais, Landry (2010), destaca que Londres representa 40% da infraestrutura de artes de todo o Reino Unido, assim como 70% dos estúdios de gravação de música e 90% da atividade da indústria da música. Representa ainda 70% dos filmes rodados no Reino Unido e na produção de televisão. Assim como 46% de publicidade, 85% da moda e designers e 27% das práticas arquitetônicas. Essas são potencialidades aproveitadas na transformação de Londres como cidade criativa, aplicáveis em qualquer outra cidade.

Os ganhos estão estimados em £ 3,852 milhões, contra importações de £ 2,522, deixando um saldo líquido £ 1,300 milhões. Segundo Landry (2010), a estabilidade

econômica de Londres na atualidade, está diretamente ligada às riquezas herdadas dos povos judeus e indígenas que ajudaram a desenvolver e sustentar o papel de Londres como uma cidade do mundo criativo.

Londres é reconhecida internacionalmente pela sua cultura popular e as outras culturas, muitas vezes, cosmopolitas por natureza, especialmente na música, comédia, teatro alternativo, *design* e moda. Landry (2010), destaca que a criatividade cultural de Londres não é apenas concentrada na região central da cidade, mas se estende para a maioria dos subúrbios, como Hackney, Islington, Camden Town, Brixton ou Hammersmith e, mais recentemente, do Sul do rio Tamisa para Southwark e Deptford. Caracteriza-se uma heterogeneidade cultural urbana. Ponto relevante para o acesso da comunidade aos bens culturais, que por sua vez resulta em geração de bem estar econômico local.

A cidade de Mântua, localizada na Itália, em italiano significa Mantova. É uma cidade lombarda de aproximadamente 4.000 anos, considerada de porte pequeno, com cerca de 50 mil habitantes. Tornou-se a Cidade do Livro após coordenação comercial entre editoras e livrarias. Em sua 12ª edição, em 2008, a feira reuniu 213 autores de todo o mundo. Segundo Frei Betto (2008), a feira do livro de Mântua, patrocinada pela prefeitura, não concede prêmios e não cobra entrada em conferências, debates e exposições. Ali importam a cultura, a estética, as ideias, a diversidade literária que reúne escritores da nova geografia da Europa Central e do mundo árabe, da China e da África.

O dado importante é que todos estão dispostos a socializar seus métodos de criação e suas ideias. Tal singularidade coloca a cidade na condição privilegiada de cidade do conhecimento, portanto criativa. Expressa uma multi e interculturalidade no sentido de que as culturas existem em seu espaço urbano e se relacionam interativamente com um mesmo objetivo que é gerar bem-estar social e econômico, a partir das potencialidades criativas culturais, principalmente as literárias e turísticas, usadas de modo significativo para as pessoas, tendo como foco o conhecimento.

A cidade de Berlim, capital da Alemanha, possui uma população de 3,4 milhões habitantes. O que faz de Berlim, uma cidade com tendência criativa, está diretamente relacionado ao conjunto de potencialidades apresentadas, que há alguns anos começaram a ser utilizadas. Entre as diversas abordagens criativas que enriquecem seu contexto urbano, configurando num desenvolvimento socioeconômico sustentável, vale destacar a produção cultural criativa, com ênfase nos festivais, especificamente o Festival Turístico dos Amores.

Destarte, dada a sua relevância, segundo Richter (2010), o Festival Turístico dos Amores, entre outras potencialidades criativas, expressa em seu contexto econômico e cultural urbano, pode ser identificado como um dos principais fatores que coloca a cidade no rol das cidades que vem desenvolvendo uma tendência criativa. Como bem aborda Cavalcanti (s.d), o Festival Turístico dos Amores movimenta os parques ecológicos na Alemanha e tem impactado, de forma positiva e diretamente no universo das novas tecnologias de gestão urbana em Helsinque. Ao lado do Festival dos Amores, destaca-se também como evento criativo o *Transmediale de Berlim*, um dos maiores e mais antigos festivais de arte e mídia da Europa, que reúne cientistas, ativistas políticos e videoartistas.

Segundo Richter (2010), o evento foi criado em 1988, no contexto da Berlinale, a fim de oferecer uma plataforma à vanguarda digital e de videoarte, em filmes, trabalhos para a web, instalações interativas e performances. Neste sentido, o festival acabou gerando um pódio de debates, no qual os organizadores investigam o papel das tecnologias digitais na sociedade de hoje. Na avaliação do sociólogo Matthias Rick, (*apud* RICHTER, 2010), o festival representa a liberdade de ação numa sociedade dominada pela tecnologia. Ainda na visão de Castioni (s.d.), Berlim se destaca como cidade criativa pelo *design* de sua arquitetura. Assim considera o contraste entre o antigo e o moderno, como fonte de fortalecimento do patrimônio histórico-cultural da cidade, garantindo um veio turístico, potencializado no período dos festivais, mas sustentado de forma regular durante 365 dias por ano. Desse modo o autor deixa claro a indiscutibilidade dos impactos econômicos, provenientes dessa atividades, favoráveis à cidade.

Depois de uma crise econômica de grandes proporções na década de 1980, a cidade de Nantes se tornou um lugar marcado por tensões sociais. O isolamento e a recessão pareciam ter minado, além dos recursos econômicos, também as capacidades criativas inovadoras na busca de alternativas à superação da crise, assim como a capacidade de rumar a um novo patamar de desenvolvimento socioeconômico. Passados vinte anos, é possível encontrar uma nova cidade que se reergueu após descobrir suas potencialidades criativas e fazer uso delas como ferramentas e ambientes de desenvolvimento social e econômico. Na atualidade, Nantes é considerada particularmente dinâmica e criativa, seu desenvolvimento é impressionante, conforme aborda Bonnin (2009).

Segundo o autor, o que faz de Nantes, com uma população de aproximadamente 270.000 habitantes, uma cidade inovadora e criativa é a sua atividade cultural fervilhante. Os

investimentos em cultura proporcionaram a retomada da vida econômica e cultural, tendo como base do desenvolvimento a criatividade. Destarte, de acordo com o autor, a significativa evolução pode ser notada através da progressão econômica da cidade, que aparece em 1º lugar entre as cidades francesas para a criação e constituição de empresas. Ademais, no que diz respeito à geração de emprego e renda, a cidade expressa um acentuado aumento de funções assalariadas em profissões como as de engenheiros e gerentes nos diversos segmentos de mercado. De acordo com o autor, perfazendo cerca de 33% da força de trabalho assalariada. Ademais, Bonnin (2009), ao descrever Nantes, afirma que sua característica como cidade criativa está expressa no turismo cultural criativo urbano, impulsionado pelo grande número de balneários que tornam a cidade mais atraente.

A transformação da cidade para uma tendência econômica criativa teve início em 1989, quando Jean-Marc Ayrault, recém-eleito prefeito, mostrou aos cidadãos que a confiança e o orgulho de pertencer a um território pode ser recuperado. Bonnin (2009) destaca que o governante, direcionou suas ações para a transformação do planejamento da cidade. Nesse sentido, desenvolveu políticas públicas criativas para os diversos seguimentos do setor público, destacando os setores de transporte público e o cultural, que funcionaram como força motriz do desenvolvimento econômico e social da cidade. Desse modo colocou as pessoas habitantes da cidade como ponto central das orientações políticas e dos projetos.

Em relação ao patrimônio histórico cultural, o autor ressalta a restauração da “*Château des Ducs*” e a abertura de um grande museu onde está expressa parte de sua cultura desenhada na história da cidade, desde os períodos da escravidão até os dias atuais. Para expressar o direito de liberdade como valor inalienável, a partir de 1990 a cidade passou a premiar com o “Edito Prêmio de Nantes” aquelas pessoas que lutam pelo respeito à liberdade de consciência, de opinião e de tolerância aos Direitos Humanos. Desde 2006, a cidade tem o privilégio de sediar o Fórum Mundial sobre Direitos Humanos, onde a UNESCO se reúne com instituições de caridade internacionais, ONGs e representantes de várias outras cidades envolvidos com o tema.

Bonnin (2009), enfatiza a redescoberta econômica da cidade a partir da criatividade cultural, donde iniciou os primeiros eventos culturais. Destarte na concepção do autor o que mais identifica Nantes como cidade criativa está relacionado à indústria cultural por sua característica criativa. Cita como exemplo o festival de música clássica “*La Folle Journée*”,

que é executado durante 4 dias, com início às 10h da manhã de cada dia e encerramento à zero hora (meia noite).

São apresentados mais de 230 concertos espalhados por diferentes salas de concertos em um só lugar. O evento foi apreciado por um público de 124.000 pessoas em 2009, com taxa de frequência de 97%. Nesse contexto, o autor destaca que em qualquer cidade criativa é essencial ter personalidades que põe em causa a forma como as coisas geralmente são criadas e compartilhadas. Pessoas que relacionam entre si, que tenham iniciativas e saibam gerenciar seus desejos, promovendo sinergias entre os setores da cidade que muitas vezes são separados uns dos outros.

A cidade de Linz na Áustria é exemplo de que um espaço urbano bem reutilizado; é sem dúvida expressão da criatividade de gestores e das pessoas que habitam a cidade. Desse modo, Linz desenvolveu-se como cidade tecnológica, a partir da criação do Centro de Mídia e Tecnologia, que lhe confere uma singularidade no desenvolvimento econômico e social urbano (MARTINS, 2009). Conforme aborda Cavalcanti (s.d), o centro funciona desde 1997. Dispõe de uma área de 48 mil m² destinada a abrigar institutos de artes visuais, museu de mídias, instituto de mídia e acústica, assim como bibliotecas e um magnífico centro de *design*.

Assim, o que fez de Linz uma cidade criativa foi sua descoberta e uso de potencialidades criativas na reutilização do espaço urbano e a formulação de políticas públicas voltadas para a criatividade cultural, direcionada para o bem-estar urbano e a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Mostra, então, que as pessoas devem estar sempre em primeiro plano em qualquer proposta de desenvolvimento socioeconômico. Sendo assim, o autor entende que uma cidade criativa economicamente, é, sobretudo, uma cidade inclusiva e, portanto, humanista.

Com relação a Lisboa, capital e maior cidade de Portugal, com 10,7 milhões de habitantes (estimativa INE, 2009), sua tendência a cidade criativa, na concepção de Martins (2009), tem início neste século. Nesse contexto, ressalta a necessidade de uma reflexão sobre como uma cidade global nos séculos XV e XVI, que assistiu a sua importância e centralidade, pode ser progressivamente diluída até o início deste século, quando começa mostrar sinais de vitalidade criativa.

O autor aborda o fato de que, dado ao seu direcionamento econômico criativo, recentemente Lisboa apareceu na lista das 25 cidades “mais habitáveis” do mundo, com mais razões para se viver com qualidade. Este fato é sumariamente justificado pela descoberta e

utilização de suas potencialidades criativas, crescentes na atividade cultural, concretamente referendado pela Baixada Santista e o novo Museu do Oriente, como exemplos da Península Ibérica e de sua transformação num autêntico centro cultural.

Portanto, Martins (2009) afirma que o lado criativo de Lisboa é feito, sobretudo, com a percepção de que a cidade é um destino cultural intenso. Argumenta então que no processo de reinvenção para Lisboa se tornar cidade criativa, está incluído os esforços para a inovação, a recriação de espaços (transformando os espaços obsoletos, dando-lhes novos usos), trabalhando em ambiente de sustentabilidade (recursos e reforço no incentivo à utilização de energias renováveis). Esforços que ainda envolvem os habitantes de Lisboa, incluindo os imigrantes que, além de expressar o caráter multicultural da cidade, participam dos processos criativos de integração étnica e cultural, contribuindo para o desenvolvimento da cidade de modo integral. Nessa perspectiva, complementa: “*We all say it, and many of us feel it: Lisbon has the potential to establish itself as a creative city*”¹⁴ (MARTINS, 2009, p.76).

A descrição das potencialidades e a maneira como estas cidades do Continente Europeu usaram para tornarem-se cidades economicamente criativas, permitiu verificar que sua trajetória socioeconômica apresentam uma grande diversidade de exemplos práticos de políticas públicas criativas passíveis de serem desenvolvidas por qualquer outra cidade, em qualquer outro espaço continental do planeta. Entretanto, cabe “respeitar as características do lugar” como recomenda Landry (2000). Verifica-se que as potencialidades mais presentes são as referentes ao campo do setor turístico, incrementado por elementos como: patrimônio histórico-cultural, edifícios emblemáticos, *clusters* regionais especializados e grandes fatias de fundos estruturais.

Algumas dessas cidades partem de um problema e apostam na criatividade. Desse modo, se inspiram em modelos ou desenvolvem as suas próprias estratégias e políticas autonomamente. Nesse sentido, percebe-se que grande parte das práticas europeias ocorre ao nível de governança regional e local. Entretanto, não é possível estabelecer um padrão. Porém, para uma melhor visão do contexto da economia criativa, busca-se, neste estudo, investigar algumas cidades com tendência criativa, estruturadas a partir dos princípios econômicos do Continente Americano.

¹⁴Tradução: Todos nós dizemos, e muitos de nós sentimos o seguinte: Lisboa tem o potencial para se estabelecer como uma cidade criativa.

3.1.2 Cidades e classes criativas nos Estados Unidos: uma abordagem a partir dos estudos de Richard Florida

O estudo das potencialidades criativas e as maneiras como utilizá-las para o desenvolvimento socioeconômico em algumas cidades nos Estados Unidos da América, está centrado basicamente nas investigações do estudioso do tema, o pesquisador Florida (2005), que apresenta um estudo comparativo entre as cidades e regiões criativas. Em sua pesquisa considera que a chave para o crescimento econômico não reside apenas na capacidade de atrair a classe criativa, pois para traduzir essa vantagem subjacente em resultados econômicos criativos na forma de novas ideias, é fundamental que as empresas sejam inovadoras na produção e uso de alta tecnologia e acreditem nas potencialidades do lugar, investindo no crescimento regional. Para avaliar melhor esses recursos, o autor desenvolveu um indicador denominado Índice de Criatividade.

O Índice de Criatividade é uma mistura de quatro fatores igualmente ponderados como a parte da classe criativa dos trabalhadores; indústria de alta tecnologia, relação entre a alta tecnologia nacional e a porcentagem regional de rendimentos proveniente de alta tecnologia, usando o Instituto Milken e Tech Pólo Index, que se referem como o índice de alta tecnologia; a inovação, medida em número de patentes per capita; e diversidade, medida pelo Índice Gay, uma *proxy* razoável para a abertura de um espaço para diferentes tipos de pessoas e ideias.

Segundo o autor, este indicador composto é a melhor medida de uma região subjacente de capacidade criativa do que a simples medida da classe criativa. Assim o Índice de Criatividade é, portanto, o indicador de base da classificação geral de uma região na economia criativa. Nas tabelas a seguir está representado o *ranking* do Índice de Criatividade para cidades, agrupados em três categorias de tamanho, conforme estabeleceu Florida.

TABELA 01 - Ranking do Índice de Criatividade das Cidades de Grande Porte

(áreas metropolitanas de informação das populações mais de 1 milhão no Censo 2000)

Cidade	San Francisco	Austin	San Diego	Boston	Seattle	Chapel Hill	Houston	Washington	Nova Iorque	Dallas
Índice de Criatividade	1057	1028	1015	1015	1008	996	980	964	962	960

Fonte: Adaptado de FLORIDA, Richard. The city and the creative class (2005).

TABELA 02 - Ranking do Índice de Criatividade das Cidades de Médio Porte
(áreas metropolitanas de informação das populações de 250.000 a 500.000 no Censo 2000)

Cidade	Albuquerque	Albany, NY	Tucson, AZ	Aleentown ,PA	Dayton, OH	Colorado Springs	Harrisburg PA	Little Rock AR
Índice de Criatividade	965	932	853	801	766	756	751	740

Fonte: Adaptado de FLORIDA, Richard. The city and the creative class (2005).

TABELA 03 - Ranking do Índice de Criatividade das Cidades de Pequeno Porte
(áreas metropolitanas de informação das populações de 500.000 a 1 milhão no Censo 2000)

Cidade	Madison WI	Des Moines IA	Santa Bárbara CA	Melbourn FL	Cidade Boise, ID	Huntsvill e AL	Lansing MI	Birmingham NY
Índice de Criatividade	925	862	856	855	854	799	739	731

Fonte: Adaptado de FLORIDA, Richard. The city and the creative class (2005).

Ao analisar os dados acima, Florida (2005), faz referência a Pittsburgh que é o sexto maior centro de estudantes universitários e lar de três grandes franquias de esportes. Possui ainda museus e espaços culturais de renome, além de uma espetacular rede de parques urbanos e fantástica arquitetura da era industrial. Além de grandes áreas urbanas, com uma abundância de alojamentos encantadores e de fácil acessibilidade. O autor considera que a economia de Pittsburgh continua em um padrão de linha fixa medíocre. Ainda observa, que, tanto o núcleo da cidade quanto a área metropolitana perderam população no censo de 2000. Desse modo, conclui que mesmo diante de tantas potencialidades características de cidade criativa, Pittsburgh precisa ainda reinventar novas maneiras de utilizá-las melhor.

Já em Austin, capital do estado do Texas, o que a caracteriza como cidade de tendência criativa, segundo o autor, está diretamente ligado à diversidade étnica e cultural, expressando um contexto de multiculturalidade. Destaca que há muita gente jovem e isso contribui para uma próspera cena musical. A cidade apresenta uma fabulosa recreação ao ar livre e uma grande vida noturna que estimula a geração de trabalho e renda, movimentando a economia urbana. Para o autor, a tendência à cidade criativa está diretamente relacionada ao que ele chama de “classe criativa”, uma força nova e profunda na economia e na vida da América. A classe criativa hoje inclui cerca de 38,3 milhões de americanos, cerca de 30 % da

força de trabalho inteira nos Estados Unidos; contra apenas 10 % na virada do século XX e menos de 20 % recentemente, em 1980.

Neste sentido, o autor, observa que em 1999 o salário médio de um membro da classe criativa foi de quase US \$ 50.000 (48.752 dólares), comparado com cerca de US \$ 28.000 por um membro da classe trabalhadora e US \$ 22.000 para um funcionário do serviço de classe. Não surpreendentemente, que as regiões que têm grande número de membros da classe criativa são também alguns dos mais ricos e em crescimento econômico. Essa superioridade em ganhos reais mostra que o uso das potencialidades criativas de uma cidade pode melhorar a qualidade de vida das pessoas, aumentar a renda impulsionando o desenvolvimento socioeconômico.

Entretanto, Florida (2004) constata que outras cidades que se mantêm presas em antigos paradigmas do desenvolvimento econômico, citando como exemplo as cidades de Buffalo, Nova Orleans, e Louisville, perderam membros da classe criativa, e seu dinamismo econômico para lugares como Austin, Boston, Washington e Seattle, lugares mais tolerantes, diversificado e aberta à criatividade. Esse dado concorda com Landry (2007) ao afirmar que a classe criativa gosta de viver bem. Viver bem significa poder criar. Devido a essa migração da classe criativa, uma nova geografia social e econômica está a surgir na América, mais parecido com as divisões de classe que os americanos têm cada vez mais separado pela renda e bairro, estendido no reino da cidade e região.

Florida (2005) contabiliza que nos principais centros dessa nova geografia a classe criativa representa mais de 35% da força de trabalho. Realidade expressa na maior região de Washington, DC, a área de Raleigh-Durham, Boston e Austin, todas essas áreas estão submetidas a um tremendo crescimento econômico por força da criatividade. Aborda ainda que apesar de suas consideráveis vantagens, grandes regiões não têm conquistado o mercado de posições da classe criativa. Constata que, na verdade, uma série de pequenas regiões tem algumas das maiores concentrações de classe criativa no país. Isso é possível verificar em cidades como: East Lansing, Michigan, Madison e Wisconsin, demonstrando que o tamanho geográfico e populacional não é uma variável determinante para se tornar uma cidade criativa, mas sim o potencial criativo das pessoas baseado no gênero do lugar.

No outro extremo do espectro estão as regiões ignoradas pela classe criativa. Entre as grandes regiões, estão Las Vegas, Grand Rapids e Memphis com a menor concentração da classe criativa. Em pequenas áreas metropolitanas como Victoria, Texas, Jackson e

Tennessee, a classe criativa representa menos de 15% da força de trabalho. Os principais centros para a classe trabalhadora entre as grandes regiões são Greensboro, Carolina do Norte e Memphis, Tennessee, onde a classe trabalhadora torna-se mais de 30 % da força de trabalho. Várias regiões menores no Sul e Centro-Oeste são verdadeiros enclaves da classe trabalhadora com 40 a 50 % ou mais de sua força de trabalho nas ocupações industriais tradicionais. Neste sentido, o autor observa que das 26 grandes cidades onde a classe trabalhadora é composta por mais de um quarto da população, apenas Houston, está entre os dez melhores destinos para a classe criativa.

A cidade de Chicago apresenta-se como um baluarte da classe trabalhadora e ainda está entre os principais dos 20 grandes centros de cidades criativas dos EUA. Esse dado revela como a classe criativa e a classe trabalhadora tradicional podem coexistir. Frente a esse fato, o sociólogo da Universidade de Chicago, Terry Clark (*apud* FLORIDA, 2005), ao destacar o que faz de Chicago uma cidade criativa, foi desenvolver uma solução inovadora e política cultural para esta questão.

Em Mayor Daley, a cidade integrou os membros da classe criativa para a cultura da cidade e da política, tratando-os, essencialmente, apenas como um, ou outro grupo étnico “que precisavam de espaço suficiente para expressar a sua identidade”. Desse modo, a criatividade se expressa na música, artes visuais, *design*, moda, teatro e na maneira como cuida e utiliza seu patrimônio histórico-cultural, estimulando as atividades de turismo cultural urbano de forma socioeconomicamente sustentável.

Na contramão desse processo, o autor relaciona algumas cidades que parecem não estar preocupadas em se orientar por uma tendência de desenvolvimento criativo. Nesse contexto destaca a cidade de Las Vegas, conhecida mundialmente pela boemia da jogatina nos grandes cassinos, a cidade tem a maior concentração da classe de serviço tradicional entre as grandes cidades, estipulado em aproximadamente 58 %; enquanto West Palm Beach, Orlando e Miami tem cerca da metade desse percentual. Desse modo, Florida (2005) observa que estas regiões estão perto da parte inferior da lista de cidades habitadas pela classe criativa.

Poucas delas possuem quaisquer concentrações significativas da classe criativa, salvo em férias, como atrativo turístico. Porém não basta ser criativa apenas no campo do turismo para ser considerada uma cidade criativa. É preciso muito mais, é preciso criar alternativas inovadas de desenvolvimento próprio que identificam o caráter da cidade, gerar emprego e renda de forma sustentável em todos os períodos do ano. Por assim ser, Florida (2005),

lamentam que para estes lugares não atraentes para a classe criativa e nem tão pouco para os destinos turísticos, o futuro econômico e social é preocupante.

Seguindo nesse raciocínio, observa que mesmo com lugares como Austin e Seattle que estão prosperando, boa parte do país não está se adaptando às exigências dos tempos criativos. Não é que as cidades lutam contra a tendência criativa; pelo contrário, acredita que na maioria dos casos, seus dirigentes estão fazendo tudo o que eles pensam que podem estimular a inovação e o crescimento de alta tecnologia.

Entretanto, na maioria das vezes, eles não estão dispostos ou são incapazes de fazer as coisas necessárias para criar um ambiente ou *habitat* atraente para a classe criativa. Eles falam muito da necessidade de “atrair talentos”, mas continuam a despejar recursos na contratação de *call centers*, subscrição de varejistas da grande caixa, centro de *shoppings* subsidiar e esbanjar o precioso dinheiro do contribuinte sobre estádios complexos e extravagantes. Ou tentar criar cópias de bairros ou distritos de varejo, substituindo o antigo e autêntico com o novo e genérico, e assim conduzir à distância a classe criativa (FLORIDA, 2005).

Em sua análise frente a essa problemática, o autor se refere à pesquisa do economista Mancur Olson, que identifica porque tantas cidades em todo o país continuam presas na cultura e atitudes da época organizacional passada, incapazes de se adaptar às tendências atuais. Neste sentido, cidades como Detroit, Cleveland, e Pittsburgh estiveram na vanguarda da era da organização. Esse processo, por sua vez, elimina grande parte do impulso criativo, fazendo com que pessoas talentosas e criativas saem à procura de novos lugares onde pudessem mais facilmente desenvolver sua criatividade (FLORIDA, 2005). No entanto, pode-se concluir que não é possível a uma cidade tornar-se criativa sem que construa um espaço atraente para a classe criativa. Na visão humanista do autor, o potencial criativo dessas ou qualquer outra cidade é a própria classe criativa e não simplesmente os objetos criados.

Já na badalada capital dos EUA, Nova York, a região de Manhattan é a parte da cidade que mais se destaca como criativa. Chinatown é um dos bairros mais populares de Manhattan, onde se encontram todos os espetáculos e há de tudo o que é chinês. O comércio flui livremente impulsionando a economia e o desenvolvimento social da cidade

Greenwich Village, é um bairro muito conhecido por ter atraído muitas das mentes criativas que viveram na cidade de Nova York. Vários artistas, escritores, atores e músicos moraram nesta zona desde princípios do século XX, dentre eles incluem Edgar Allan Poe, Walt Whitman e Mark Twain. Também nesse bairro há muitos parques bonitos, como o

Parque Washington. Assim a cidade expressa seu potencial criativo, que por sinal é bem aproveitado, na cultura (ALBUQUERQUE, 2006) das artes, da tecnologia da cultura da moda e do conhecimento. A vida intercultural é percebida em todos os espaços da cidade, marcada pela imigração que a caracteriza ainda mais como uma cidade global, somado à sua condição de centro comercial e financeiro do mundo

O Harlem é outro bairro famoso de Manhattan. Conhecido por ser o lar do *blues* e do *jazz*; o Harlem foi em algum momento visto como a parte mais dura da cidade. Atualmente está mudado, tranquilo e calmo. Muita gente o escolhe como local para fixar residência. O Harlem também alberga o Teatro Apollo. A Noite de Amadores do Apollo foi o começo de muitos músicos famosos, como Billie Holiday, Ella Fitzgerald e The Jackson Five. Buddy Holly e sua banda foram os primeiros músicos brancos a tocar no Apollo.

Um outro local importante em Nova York é o bairro do SoHo. É um espaço que expressa as potencialidades criativas da cidade através da produção artística e uma culinária diversificada devido ao grande número de restaurantes existentes. De acordo com o autor, conta-se com mais de 250 galerias de arte e 200 restaurantes. Além disso, no SoHo se encontra o Museu de Arte Infantil e o Museu dos Bombeiros da Cidade de Nova York. A economia é ainda mais aquecida pela rede de lojas comerciais importantes que se localizam no bairro.

Desse modo, percebe-se que a cidade de Nova York desfruta de um desenvolvimento social e econômico estimulado pela criatividade. Porém, o autor mostra a preocupação dos gestores da cidade em formular estratégias de desenvolvimento, orientado por políticas públicas criativas, capazes de gerar emprego e renda, melhorando a qualidade de vida das pessoas. Esses são elementos que tornam a cidade atraente e tolerante.

Nesse sentido, Vasconcelos *et al* (2009), ao fazerem uma abordagem comparativa entre as políticas de governança para cidades criativas no mundo, observam que a existência de *clusters* de impacto mundial como é o caso de Hollywood ou o *cluster* multimídia de Los Angeles e Nova York, torna possíveis todas as formas de estímulos a iniciativas relacionadas com o setor da criatividade.

Em caráter conclusivo, pode-se verificar que Nova York, assim como as demais cidades dos Estados Unidos, dispõe de um modelo bastante distinto para a promoção das atividades criativas. Neste sentido, Vasconcelos *et al* (2009) observam que a tradição

empresarial norte-americana tornou as atividades criativas mais independentes dos fundos e das políticas públicas do que na Europa.

3.1.3 Potencialidades criativas e desenvolvimento socioeconômico de outras cidades e a relação de Cannes

Na América do Sul, de acordo com estudos realizados, é possível identificar tendência criativa em várias cidades. Nesse contexto da economia criativa, essas cidades dispõem de potencialidades que vêm sendo utilizadas para melhorar a qualidade de vida através de um desenvolvimento socioeconômico que tem se preocupado com a sustentabilidade humana. Desse modo, as proposições colocadas concordam com o que aborda Reis (2008), ao destacar investimentos em políticas culturais e educacionais nesses países. Com o fito de descrever como as cidades estão dinamizando a economia a partir do potencial criativo de seus habitantes, destaca-se a cidade de Medellín, capital da Colômbia.

Medellín é a segunda maior cidade colombiana em população, com aproximadamente 2.223.078 habitantes, segundo dados do Departamento Administrativo Nacional de Estatística em 2005. Em 1991 foi considerada a cidade mais violenta do mundo. Diferente de outras cidades já descritas, segundo Reis (2008), seu processo de reinvenção urbana teve início em um movimento cívico, independente e amplo, que aglutinou num mesmo propósito desde o meio acadêmico, passando pelas empresas privadas, associações comunitárias e diversas ONGs. Para a autora, seu foco criativo está centrado nas áreas da educação e da cultura.

Desse modo, através de políticas públicas criativas de investimento e gestão desses setores, apoiados claramente pelo governo municipal, a cidade de Medellín pode dar seus primeiros passos na direção de uma economia dinamizada pela criatividade. Segundo aborda a autora, os administradores da cidade receberam muitas críticas e acusações de estarem desviando o dinheiro que deveriam ser usado no setor de segurança pública, no combate ao crime organizado.

Já de acordo com Melguizo (2009), os investimentos na educação pública partiram de uma ferramenta de crédito para aqueles que desejavam estudar em qualquer uma das 32 universidades públicas e privadas, existentes em Medellín. Todavia, foi criado um programa de concessão de cerca de US\$ 500,00 por semestre para estudantes de famílias de baixa renda.

Destaca ainda o programa de bilhetes de vale transporte, de livros e também de despesas pessoais.

A comparação desse valor concedido com o valor pago pelo salário mínimo na Colômbia, da ordem de US \$ 240,00 mensais, explica sua importância na vida social e econômica dos estudantes de Medellín. Nesse contexto, o retorno dado pelos estudantes está relacionado ao bom desempenho escolar, assim como no trabalho social voltado para a população da cidade. Os incentivos econômicos dados pelo governo aos alunos, na concepção do autor, permite uma boa educação e isso tem influenciado diretamente no desenvolvimento sociocultural da população, refletindo-se no índice de visitas aos museus.

Com relação à cultura, mediante incentivos econômicos e sociais, Reis (2008) aborda que o governo colocou o melhor da cultura ao alcance da maioria, tornando a cidade atraente: a cidade possui quatro grandes museus, que concede entrada gratuita durante todo o ano para a população. No caso do maior museu, Antioquia, a entrada é livre para 90% da população. Como resultado deste programa de entradas livres (que, na verdade, não é gratuito, pois a prefeitura paga os bilhetes), o número de visitantes ao museu aumentou anualmente de 62.000 para 550.000 visitantes. No caso do museu de artes modernas, o número saltou de 5.800 visitantes para 188 mil. Por outro lado, as visitas ao Jardim Botânico saltaram de aproximadamente 30.000 para 1.358.000, como destaca Melguizo (2009).

Diante desse contexto, percebe-se que em vez de se equipar belicamente, Medellín descobriu uma nova forma de combater a violência, através dos livros. Por outro lado, o urbanismo social como iniciativa de fomento à criação cultural, fortaleceu a participação cidadã, recuperando a autoestima das pessoas. Atualmente, os resultados sociais e culturais vicejam, mostrando que, mesmo diante do longo caminho a percorrer para se tornar efetivamente uma cidade criativa, Medellín continua descobrindo e utilizando suas potencialidades criativas, no seu desenvolvimento socioeconômico e humano.

Segundo Melguizo (2009) até mesmo a mudança de sua imagem internacional é evidente, hoje, a cidade é polo de turismo de negócios e palco de grandes eventos internacionais, a exemplo da Assembleia Geral da OEA, da Assembleia do BID, dos Jogos Sul-Americanos, do Congresso Ibero-Americano de Cultura e da Bienal Ibero-Americana de Arquitetura.

Já a cidade de Toronto, dentre outras cidade do Canadá, ratifica a afirmação de Florida (2002) que diz: “sempre existiram cidades criativas”. Toronto é considerada uma das cidades

com maior grau multicultural do mundo. É o centro financeiro do Canadá, bem como um dos principais centros culturais e científicos, caracterizando-se como uma cidade do conhecimento e global. Suas potencialidades criativas a faz emergir no continente americano como uma metrópole que atrai dezenas de milhares de imigrantes anualmente. Para consolidar completar a tendência à criatividade, segundo Florida (2002), Toronto possui uma das economias mais diversificadas da América do Norte, com a maior concentração de sedes de empresas e instituições culturais e a maior comunidade artística do país.

Um grande centro financeiro habitado pela classe criativa em todos os segmentos da economia e da vida social urbana; as mais de 100 culturas da cidade conferem um estilo único, através do inesperado e surpreendente nas artes, no teatro, na arquitetura e na música vibrante e muito mais. Em janeiro de 2005, Toronto foi escolhida pelo governo canadense como uma das maiores capitais culturais do Canadá. É todo esse conjunto urbano que confere uma excelente qualidade de vida impulsionada pelo seu desenvolvimento socioeconômico sustentável.

No que diz respeito à segurança, é uma das cidades mais seguras do continente americano, com taxas de criminalidade menor do que qualquer outra cidade de grande porte. Em anos recentes, a cidade de Toronto tornou-se um dos maiores centros da indústria cinematográfica do país, juntamente com Vancouver, também no Canadá, por causa do baixo preço na produção de filmes e shows de televisão. Produz mais filmes e programas de televisão do que qualquer outra cidade das Américas, somente, com exceção de Los Angeles e Nova York.

Entretanto, vários autores comentam que no Canadá cada vez mais surgem estratégias nacionais sub-setoriais para diversas atividades que promovem a cultura, os seus artistas e as empresas criativas. O Estado do Québec, por exemplo, tem o seu próprio Ministério da Cultura e da Comunicação dedicado a estes fins, ainda que não utilize o conceito “criativo” (VASCONCELOS *et al*, 2009).

A tese de Landry (2000) é de que toda cidade pode ser criativa, desde que seja respeitado seu *genius locci*. Nesse sentido, é mister destacar o relatório de Cannes de 2009 que relaciona as dez cidades mais criativas do mundo. De acordo com o documento, Jonesburgo, capital da África do Sul, ocupa o primeiro lugar da lista na área da publicidade. Seu destaque deve-se à sua posição de liderança no *ranking* da criatividade mundial nessa área. O relatório enfatiza a criatividade na indústria de publicidade, identificada pelo seu

potencial inovador recebedor de vários prêmios. No contexto criativo apresentado pelo relatório, Joanesburgo desbancou cidades como: San Francisco, Berlim e Buenos Aires, justificando os 17 Leões ganhos em Cannes. Não obstante, a cidade abriga a agência de publicidade *TBWA Hunt Lascaris*, uma das agências mais cobiçadas do mundo.

Com a finalidade de mostrar o potencial criativo e de como as cidades estão fazendo uso desse potencial, o relatório destaca os *rankings* oficiais de agências de publicidade, de regiões, países e cidades com base em seu desempenho no *Cannes Lions International Advertising Festival*, organizado anualmente na cidade costeira francesa de Cannes. Nos últimos quatro anos, a cidade de Londres, em termos gerais tem liderado consecutivamente a lista de Cannes. Nova York aparece em segundo lugar e São Paulo em terceiro.

Heron Gavin, diretor do grupo da *TBWA Hunt Lascaris*, disse que todas as cidades que foram classificadas no *top* das vinte cidades foi uma amálgama de diferentes culturas. Entretanto, Joanesburgo foi como um ímã para os povos de toda a África. É também uma cidade que, economicamente, culturalmente e historicamente, foi construída na luta e muito esforço orientados para soluções de seus problemas. Nesse contexto apresenta uma Joanesburgo africana, global, enorme, porém acessível. Afirma que a cidade é uma verdadeira floresta no *bushveld*. É caótico, mas ordenado. Nesse sentido entende que criatividade prospera em contexto socioeconômico culturalmente paradoxal que se fundem.

3.1.4 Potencialidades criativas e desenvolvimento socioeconômico de cidades com tendência no Brasil: principais características

O Brasil é considerado por sua população um país com potencialidades criativas, mas que ainda não estão sendo plenamente utilizadas. As reinvenções constantes na busca de alternativas à qualidade de vida, vem modificando o perfil social e econômico de várias cidades, embora as iniciativas ainda não apareçam de forma integradas em uma plataforma estratégica de transformações socioeconômicas criativas.

Diante desse contexto, Reis e Urani (2009) abordam que a vasta maioria das cidades brasileiras ainda está alheia a essas discussões. Entretanto, algumas têm olhado mais detidamente para essa questão e já começaram a traçar estratégias de reinvenção urbana, embora ainda não utilizem claramente o conceito de cidade criativa. Nessa perspectiva,

Golgher (2009) realizou uma pesquisa junto a grandes centros urbanos brasileiros, onde para cada uma dessas regiões foram obtidos alguns indicadores em parte, semelhantes ao realizado por Florida (2005), em “Cities and the Creative Class”. Os indicadores estão relacionados a: proporção de trabalhadores no setor criativo, índice de talento, índices de alta tecnologia, índice de boêmia, índice de diversidade ou índice gay. A fonte de dados utilizada foi o Censo Demográfico de 2000 na versão de micro dados. Inicialmente, os dados foram obtidos para as regiões metropolitanas do Brasil como descrito nessa base de dados relacionada. As cidades envolvidas nos estudos de Golgher, foram: Belém, Grande São Luís, Fortaleza, Natal, Recife, Maceió, Salvador, Belo Horizonte, Vale do Aço (MG), Grande Vitória, Rio de Janeiro, São Paulo, Baixada Santista (SP), Campinas (SP), Curitiba (PR), Londrina (PR), Maringá (PR), Florianópolis, Núcleo Metropolitano do Vale do Itajaí (SC), Norte/Nordeste Catarinense, Porto Alegre (RS) e Goiânia (GO), Manaus (AM) e Distrito Federal, que também contêm grandes centros urbanos.

O significativo é que, a complexidade das metrópoles faz do trabalho desse tema um grande desafio nas cidades brasileiras. Por outro lado, é uma enorme oportunidade de desenvolvimento socioeconômico para as populações urbanas dessas cidades. Principalmente para os próximos 10 anos, com transformação do Brasil no grande centro esportivo do mundo, dado o advento da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016. O contexto se configura em excelentes oportunidades diretas, principalmente para doze cidades brasileiras que irão sediar a copa¹⁵. Poderão exercer sua criatividade para oferecer ao país infraestrutura e serviços públicos que se caracterizem por inovação, qualidade, empreendedorismo, sustentabilidade e engajamento cívico.

3.1.4.1 Cidades brasileiras de Grande Porte com tendências criativas

O que faz de Curitiba, capital do Paraná, uma cidade com tendências criativas está relacionado, principalmente, ao potencial de atração e tolerância de seus 1.828.092 habitantes

¹⁵O presidente da Fifa, Joseph Blatter, anunciou em Nassau, nas Bahamas, as 12 cidades brasileiras que irão receber os jogos da Copa do Mundo de 2014 (em ordem alfabética): Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. Disponível em: <http://www.dgabc.com.br/News/5747475/fifa-anuncia-as-12-cidades-que-irao-sediar-a-copa-de-2014.aspx>. Acesso em 14 mai. 2010.

(IBGE, 2008). Curitiba continua sendo a sétima cidade mais populosa do Brasil. Neste sentido Lerner (2009, p. 32), observa “*I’d argue that the greater the ‘sociodiversity’, the greater the capacity to embrace multiplicity, the more humane – and creative – the city will be*”¹⁶.

A cidade passou por uma verdadeira revolução urbana nos últimos anos, melhorando significativamente seu perfil socioeconômico. Segundo Cavalcanti (s.d), suas ruas pedestrianizadas, a exemplo da rua XV de Novembro (Rua das Flores), considerada em primeiro lugar a nível de calçada no Brasil (LERNER, 2009), fizeram da cidade uma referência nacional e internacional em planejamento urbano, respeito ao meio ambiente e conciliação de programas sociais com desenvolvimento econômico. Segundo Reis (2008), em boa parte, devido à visão do arquiteto e urbanista Jaime Lerner, que ainda revolucionou o sistema de transporte público de Curitiba, com percursos para *jogging* e ciclismo. Eleito três vezes prefeito de Curitiba e por duas vezes governador do Estado por dois mandatos. Eleito presidente da União Internacional de Arquitetos em 2002.

O potencial de atração da cidade não atinge somente o cidadão comum, mas se estende ao mundo dos negócios. Em uma pesquisa desenvolvida pela revista “América Economia”, em 2005, com mais de 1300 executivos, mesclando aspectos profissionais e de qualidade de vida, Curitiba foi escolhida a quarta melhor cidade da América Latina para fazer negócios. Ficou atrás apenas das cidades de Santiago, São Paulo e Monterrey.

Já o Rio de Janeiro começa a perceber que investir na economia criativa pode ser uma aposta muito promissora para os seus 6.186.710 habitantes (IBGE, 2009). Neste sentido, a capital carioca, reuniu no 30º OsteRio, convidados como economistas, artistas, geógrafos, antropólogos e outros, no sentido de discutir visões diferentes e complementares, objetivando que essa multiplicidade de origens e olhares é exatamente o tipo de conexão que pode elevar o Rio ao status de cidade criativa. Desse modo, segundo Pires (2009), o que faz do Rio uma cidade com tendências criativas, relaciona-se ao seu potencial cultural, ao índice de boêmia e a presença de atividades de alta tecnologia que estimulam a criatividade e a inovação.

Do ponto de vista cultural, entre os diversos eventos culturais representados pela arte musical, teatro, cinema e outros segmentos da indústria cultural criativa, vale destacar o Carnaval do Rio. Além de ser considerada a maior festa popular do Brasil, o carnaval do Rio

¹⁶Eu diria que quanto maior a sociodiversidade, o maior a capacidade de abarcar a multiplicidade, o mais humano e, mais criativa a cidade será.

impacta o desenvolvimento socioeconômico da cidade. O evento cultural se expressa pela criatividade atraindo turistas do mundo inteiro e estimula a economia da cidade.

No evento, após expor sobre o conceito de cidade criativa, Reis (*apud* LIMA, 2009), concluiu: “é preciso aproveitar este momento histórico de convergência entre a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos para dar um salto nesse sentido”. Já Segundo Lima (2009), a ideia da cidade como o lugar da mistura de centralidades diversas e do encontro de diferenças pontuou a fala de muitos dos presentes, sugerindo moldes que promova o desenvolvimento do Rio de Janeiro como cidade criativa.

Neste sentido, vale destacar o potencial criativo dos artistas do *graffiti* muito frequentes no caso das favelas do Rio de Janeiro. Holanda (2009) enfatiza o projeto Gueto, na favela Sampaio, observa que esses artistas fazem verdadeiras obras de arte especiais. Acredita que essas obras podem revitalizar partes pobres de uma cidade e transformá-las em pontos de encontro culturais. Destarte, o *graffiti* poderia compensar parte do fato de que a arte e a cultura são pouco disponíveis nas favelas do Rio, assim como de todo Brasil. Por outro lado, Pires (2009), aborda que o índice de boêmia na cidade está relacionado à presença de atividades de alta tecnologia, criatividade e inovação. Neste sentido, o Rio de Janeiro está em 3º lugar dentre as capitais brasileiras.

A capital carioca é uma cidade acústica, reconhecida pela sua inesgotável capacidade de apontar tendências e valorizar a sua identidade internacional no Brasil e no mundo. O projeto da construção da Cidade da Música, presta uma justa homenagem e incorpora elementos da arquitetura brasileira. Ademais, oferece aos cariocas e aos visitantes da cidade a possibilidades de redescobrir a paisagem da Barra da Tijuca e experimentar um novo espaço de convivência e cultura. A construção da Cidade da Música potencializa essa vocação, insere o Rio nas redes mundiais de cidades criativas e agrega ainda mais valor ao capital simbólico da cidade. Ademais, existem pontos turísticos e eventos como o carnaval, que configuram potenciais para o desenvolvimento socioeconômico criativo.

Segundo Oliveira (2009), o Rio de Janeiro possui o maior conglomerado de empresas de mídia e comunicações da América Latina, as Organizações Globos. O autor observa também que a cidade é contemplada por um grande número de universidades e institutos, é o segundo maior polo de pesquisa e desenvolvimento do Brasil, responsável por 17% da produção científica nacional (IBGE 2005). Elementos que a caracteriza como sendo uma cidade do conhecimento, propícia à criatividade.

Por outro lado, a grande São Paulo está se organizando com relação a ter suas potencialidades criativas reconhecidas, ferramenta e ambiente de desenvolvimento econômico e social de forma sustentável. Segundo Reis e Urani (2009) a cidade de São Paulo é um mundo próprio, borbulhando na efervescência cultural e econômica, com pouco menos de 11 milhões de paulistanos, por nascimento ou por opção, que se misturam na cidade e representam cerca de 15% do PIB nacional. Para não mencionar os outros 38 municípios que cercam São Paulo, compondo uma rede densa de cerca de 20 milhões de pessoas. Possui o maior centro financeiro da América Latina, detendo o título de capital mundial da gastronomia.

A agitação da cidade mais populosa do hemisfério sul é fomentada por uma cultura totalmente heterogênea. A cidade é detentora de uma importante parcela na produção de conhecimento do país. Conforme os autores, hoje, a cidade abriga mais de 90 mil eventos por ano, 12,5 mil restaurantes, pessoas de todo o mundo, e foi duas vezes eleita o melhor destino de negócios na América Latina. Nesse sentido tornou-se referência internacional para a realização de grandes eventos culturais, tecnológicos e, principalmente da moda. Já reconhecida internacionalmente como um polo da moda brasileira, promovendo grandes desfiles, destacando a São Paulo *Fashion*. Segundo Reis e Urani (2009), todo o conjunto inovador das mais diferentes áreas do desenvolvimento socioeconômico que envolve novas tecnologias, indústria cultural em todos os segmentos e um alto grau de tolerância, faz de São Paulo uma cidade que caminha para se tornar efetivamente uma cidade criativa.

Os Programas de Metas da cidade de São Paulo estão contemplados na Agenda 2012, compreendido entre o período de 01/01/2009 a 31/12/2012. As ações a serem desenvolvidas descritas na agenda, atendem as exigências da Emenda nº30 da Lei Orgânica do Município e teve como base os modelos de administração por resultados e de acompanhamento de gestão, implantados em várias cidades do mundo, como Bogotá, Barcelona, Sidney e Minneapolis. Para tanto, a Agenda 2012, será desenvolvida através da gestão de seis eixos principais dentre os quais, o principal é transformar São Paulo em cidade criativa, usando suas potencialidades para o desenvolvimento socioeconomicamente urbano.

De acordo com a agenda, o desafio é colocar a diversidade, os talentos e o conhecimento gerado no espaço urbano da cidade, a serviço da interação entre as pessoas. Ademais, incentivar atividades culturais, esportivas, turísticas, assim como a preservação do patrimônio histórico-cultural e a recuperação de espaços públicos. Essas medidas devem se

articular com a constituição de redes produtivas de serviços que combinem criatividade e informação como: cultura, lazer, moda, gastronomia e novas tecnologias, medidas de estímulo à criação de empregos qualificados e geração de renda. Estão envolvidas no planejamento as áreas da cultura, do turismo, do esporte e das relações internacionais (AGENDA, 2012).

Ademais, segundo Schiesari (2009), São Paulo é considerada a 17ª cidade mais globalizada do mundo e 19ª mais rica. Nesse sentido, expressa um elevado nível multicultural, com um alto grau de informalidade. De acordo com que propõe Florida (2002), ao apresentar a teoria dos 3Ts, a cidade se apresenta como o maior centro universitário do Brasil, promovendo pesquisas e desenvolvimento tecnológico. Tem um alto poder de atração da classe criativa em todos os seguimentos da arte, como destaque para a música, teledramaturgia, teatro e cinema. Todo esse contexto se harmoniza num espaço tolerante, onde as pessoas convivem e produzem alternativas socioeconômicas de vida.

Como exemplo de tolerância, aborda-se as diversas manifestações interculturais de gênero, com destaque para a Parada Gay, que já faz parte dos grandes eventos do calendário cultural da grande São Paulo. Assim deixa de ser apenas um movimento social de reivindicação, tomando proporções de evento cultural popular, por sinal muito bem prestigiado a nível nacional e internacional.

Já Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais, abriga uma população média de aproximadamente 2.452.617 (estimativas IBGE, 2009), é a 6ª cidade mais populosa do Brasil. Considerada pela *Population Crisis Commite* da ONU, como a metrópole com melhor qualidade de vida da América Latina. A cidade se destaca pela receptividade do povo mineiro, expressando seu espírito acolhedor e tolerante, para quem quer apreciar as delícias oferecidas nos diversos segmentos culturais. No conjunto destacam-se parques recreativos, uma culinária singular especial, um enorme patrimônio histórico-cultural, que estimula ainda mais o poder atrativo e o turismo urbano, assim como em seu entorno. É com base nesse contexto que Golgher (2009), diretor do Instituto Cidades Criativa, pretende transformar a capital mineira e seu entorno em um núcleo criativo, a partir de iniciativas culturais e urbanísticas. Suas propostas são baseadas no índice de 3 Ts: tecnologia, talento e tolerância (FLORIDA, 2002), adicionado do índice da boêmia, caracterizado pela vida noturna e as programações culturais e artísticas que alegria a vida noturna da capital mineira.

Assim, há propostas concretizadas que já podem ser vistas e vividas no espaço urbano de Belo Horizonte. Dentre elas, está o Savassi Festival, festival de *jazz* que acontece nas ruas

de Belo Horizonte há nove anos. O evento estimula a criatividade cultural musical e promove desenvolvimento socioeconômico urbano. Outro evento destacado por Golgher (2009), é a Mostra de Design que reúne discussão e exposição de trabalhos de *designers* locais e nacionais. Para o autor a ideia de criatividade tem a ver com emergência. Neste sentido, a próxima edição da Mostra de Design está programada para ser feita na rua, ao ar livre e contará com visitas a escritórios de *design*, que movimentará a economia desses locais.

Dessa forma, Golgher (2009), além de expor as potencialidades criativas da capital mineira, está criando mecanismos para utilizá-las no desenvolvimento social e econômico da cidade. Ademais, abre discussões e aponta caminhos no desenvolvimento de projetos de ocupação do espaço público por meio da arte. Busca também gerar atividades culturais que tenham algum tipo de relação com os usos que se faz dos espaços oferecidos pela cidade.

Sensível às críticas, mas confiante e consistente nas inovações capazes de gerar desenvolvimento, lembra que quando começou o Savassi Festival, em 2000, falavam que evento cultural na rua era destrutivo. Entretanto, hoje observa que as pessoas se sentem bem no espaço público. No Savassi Festival é feito um *lounge* no cruzamento de duas ruas, um *lounge* sem vergonha com um tapete barato e algumas almofadas. O povo chega e se espalha, se sente o rei do lugar. Frente a este cenário, o autor completa: “isso é fazer uma cidade criativa”, ser livre, aberta e informal.

Outro ponto importante que aparece como potencialidade à criatividade está relacionada à infraestrutura urbana. Em Belo Horizonte está se criando muita infraestrutura para as artes na atualidade. Há uma profusão de centros e mostras culturais espalhados por toda a cidade. Segundo Golgher (2009), atualmente, ocorre a exposição de Chagall, Rodin e logo abrirá a de Vik Muniz. No bairro Jardim Canadá, em Nova Lima, está começando a haver uma série de galerias de arte, como a Rhys Mendes e a Lemos de Sá e vários artistas já têm seus estúdios ali. No Vale do Sol, o grupo Corpo e o Armatrux estão construindo suas sedes. Mostra assim o grau de atratividade da cidade para a classe criativa.

Existe também um movimento, meio subterrâneo, de migração de alguns espaços para o centro da cidade. Dessa forma, foi aberto no edifício Maleta, uma galeria de arte, a Quinta Galeria. Todavia, o interessante é que, através de ideias inovadoras, está se começando a ocupar espaços da cidade que haviam perdido a atividade. O autor aposta que esse movimento passará em breve a ter uma densidade quase gravitacional, onde as pessoas começarão a ir para esses lugares espontaneamente.

Ainda, na trilha das cidades de grande porte (acima de 500 mil hab), para se tornarem cidades criativas no Brasil, encontra-se a capital gaúcha, com 1.438.830 habitantes (IBGE, 2008), que em setembro de 2009, realizou a 1ª edição do Programa Porto Alegre Cidade Criativa. Um seminário internacional destinado a construir uma agenda de políticas que insira a cidade no mapa mundial de cidades criativas. Nesse sentido, a partir de suas potencialidades criativas, torna-se capaz de se transformar socioeconomicamente com base na aliança entre suas singularidades culturais e vocações econômicas.

Nesse contexto, um dos setores de palestras proferidas no encontro, buscou discutir sobre temas ligados às áreas de Audiovisual, Artes Visuais e Design Urbano. Já num segundo setor, as palestras tiveram um caráter transversal, abordando temas ligados às áreas de Economia, Mídia e Comunicação, Criatividade e Inovação. Entre os palestrantes convidados estão gestores públicos, especialistas em mídia e representantes de universidades do país e do exterior. Dentre os palestrantes destaca-se Ana Carla Fonseca Reis¹⁷, o coordenador do Setor de Comunicação e Informação da UNESCO no Brasil, Guilherme Canela, que realizou uma palestra sobre comunicação, diversidade e criatividade, dentre outros (SANTANDER, 2009).

O significativo é que com a troca de experiências internacionais e de práticas e expertises locais, o seminário teve como objetivo esboçar uma agenda que envolva os diversos setores da sociedade e fortaleça a capital gaúcha como cidade criativa, integrante de uma rede mundial de cidades em transformação. O evento promovido pelo Santander Cultural em parceria com a Prefeitura Municipal de Porto Alegre e da UNESCO no Brasil, mostra que a transformação de uma cidade em cidade criativa exige uma interação socioeconômica entre atores públicos e privados, com apoio da sociedade em geral.

3.1.4.2 Cidades brasileiras de Médio Porte com tendências criativas

De acordo com Reis (2010), algumas cidades de porte médio (entre 100 e 500 mil habitantes) são as que mais crescem nos países em desenvolvimento. Desse modo, garantir o seu crescimento de forma sustentável, de maneira que ao mesmo tempo se possa preservar as

¹⁷Consultora e em economia criativa para a ONU, autora de artigos e livros sobre o tema, muito referendado nesta pesquisa, diretora do Garimpo Soluções, autora de “Economia da cultura e desenvolvimento sustentável” - prêmio Jabuti 2007.

características que as diferenciam das metrópoles, é o desafio de prefeitos, gestores públicos e da comunidade em geral. Segundo a autora, as cidades de médio porte possuem vantagens e oportunidades em relação às metrópoles: não têm os problemas das grandes e nem falta de recursos das pequenas, são vitais para o balanço do desenvolvimento regional.

Nesse sentido percebe-se que as cidades de médio porte apresentam sociedades mais engajadas, estabelecem pontos e conexões entre as pequenas e grandes cidades, entre o local e o global, entre o passado e o futuro (REIS, 2008). Nesse contexto, é oportuno lembrar que a cidade de Boa Vista, Capital do estado de Roraima se enquadra nesse perfil, dado seu quantitativo populacional de aproximadamente 300 mil habitantes. Destarte, é relevante investigar as potencialidades criativas de algumas cidades consideradas de porte médio no Brasil, com vista ao que propôs a autora.

Nesse universo, destaca-se, também, Florianópolis, capital de Santa Catarina, com uma população de 408.161 habitantes (IBGE, 2009). A cidade tem se orientado economicamente de forma sustentável, embasada em planejamentos estratégicos, implementados através de políticas públicas criativa de desenvolvimento socioeconômico e cultural. Diante desse contexto, Pires (2009) aborda que o futuro dessa ilha/continente, que se encontra nas mãos de algumas lideranças públicas e privadas altamente competentes, reflete sua transformação em uma cidade de crescente inovação e criatividade.

A autora chama a atenção para indicadores de desenvolvimento sociais e econômicos, que retratam uma tendência clara para uma econômica criativa. Observa ainda que no item proporção de trabalhadores na economia ativa, a cidade está em 2º lugar a nível nacional. Aborda que esse indicador está relacionado à proporção de trabalhadores em atividades criativas, ou seja, qualificação acima da média. No indicador região de alta tecnologia, Florianópolis aparece novamente em 2º, atrás de Brasília que aparece em 1º. Nesse índice é analisado o grau de sofisticação da economia.

Com relação ao índice de boêmia que visa medir a prática de um estilo de vida não convencional, geralmente ligado à música noturna e a outros tipos de artes, Florianópolis aparece em 1º lugar, com Salvador em 2º e o Rio de Janeiro em 3º. Segundo os estudos de Pires (2009), e índice de boêmia elevado em Florianópolis torna a cidade mais atraente para aqueles trabalhadores altamente qualificados, pois envolvem trabalhadores em artes, atores, diretores, pintores, compositores, músicos, *designers*, desenhistas industriais.

Nesse sentido entende que a capital de Santa Catarina tornou-se uma cidade atraente para a classe criativa. Já no índice diversidade, aparece algo diferente de todos os outros indicadores, pois Florianópolis que sempre está em 1º ou 2º lugar, aparece em 16º lugar, o que pode ser lido como uma cultura mais conservadora ou com sinais de preconceito. De acordo com Pires (2009), essa é uma análise simples, porém deve fazer parte do debate do pensamento futuro da cidade. Desse modo, é possível identificar as principais potencialidades criativas da cidade de Floripa e entender como elas estão sendo utilizadas como ferramentas de desenvolvimento socioeconômico da cidade.

Quanto a Santa Maria, é uma cidade do interior do Rio Grande do Sul, vale abordar seu empenho em buscar envolver a população nas decisões que visam discutir o futuro da cidade, Santa Maria, com 266.209 habitantes (IBGE, 2008), apresenta uma tendência clara de que pretende trilhar o caminho econômico criativo para se tornar uma cidade criativa. As discussões sobre a inserção das cidades de médio porte no universo da economia criativa, se deu pela primeira vez no 1º Encontro Internacional de Cidades de Médio Porte, em março de 2010, na Conferência Internacional de Cidades Inovadoras, que aconteceu em Curitiba. O evento foi promovido pelo Sistema Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP).

Nesse sentido, buscando dar exemplos de sucesso em criatividade para cidades de médio porte no Brasil, Bampi (2010), destaca o modelo de Chattanooga, cidade do Estado americano de Tennessee (EUA), que a partir de 1980, passou a desfrutar de um processo de grande transformação, inspirado nas experiências inovadoras de outras cidades. Assim, deixou de ser a cidade mais poluída dos EUA nos anos 60 para se tornar a mais verde. No processo de reinvenção urbana, a política foi utilizar a população nas tomadas de decisões para a cidade, cujos planos foram colocados em prática e as próprias pessoas foram participantes ativas do processo.

O exemplo de Chattanooga, serviu de inspiração para Santa Maria, que agora está investindo em tecnologia, infraestrutura, desenvolvimento rural e educação Bampi (2010), destaca também que a governança em Santa Maria está envolvendo a população para construir o futuro da cidade e não o governo. Para poder crescer de forma sustentável e ser criativa, a prefeitura convocou a população para responder: “Como é a cidade que queremos?”. Neste sentido, Reis, (*apud* BAMPI, 2010), destaca que é preciso manter e revelar as singularidades, que não deve ser vista aos pedaços, mas como um todo. Vista como uma conexão de ideias e

de diversidade. Dentro deste modelo, o espaço público de Santa Maria está deixando de ser um espaço de ninguém, passando a ser um espaço de todos.

3.1.4.3 Cidades brasileiras de Pequeno Porte com tendências criativas

Cabe destacar, algumas cidades de pequeno porte (até 100 mil habitantes), como Paraty, uma cidade do interior do Estado do Rio de Janeiro, que segundo Cavalcanti (s,d), está ousando se tornar a cidade da literatura, com base na Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP). É na literatura que a cidade encontra sua principal potencialidade criativa. Desse modo aborda que seu festival literário, com várias imitações, arrasa no charme e na atenção da mídia. Segundo o Portal do Livro no Brasil, em 2009, a feira contou com 34 autores convidados, sendo 15 estrangeiros, vindos de sete países. Ao se referir sobre o balanço do evento, Mauro Munhoz, diretor geral da FLIP, contabilizou “Acreditamos que a FLIP injetou pelo menos R\$ 5 milhões na economia de Paraty”. O público que assistiu as mesas nas tendas dos autores e do telão e participou dos eventos organizados na Casa da Cultura foi de aproximadamente 35.200 pessoas. Desse modo, entende que a cidade vem se desenvolvendo numa perspectiva social e econômica, buscando tornar-se cada vez mais atrativa, talentosa e tecnológica, a partir de seu potencial inovador.

Já a cidade de Natividade, é historicamente a mais antiga do estado de Tocantins. Desse modo é chamada de berço histórico-cultural do estado e está entre as trinta maravilhas do Brasil. Natividade possui ruas tortuosas, becos, praças, e construções arquitetônicas em estilo colonial de influência portuguesa tombadas pelo IPHAN (Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Uma das obras mais esperadas do Programa Monumento do Ministério da Cultura que teve início em 2001, foi o Museu Histórico de Natividade, integrado ao Centro de Artesanato e Apoio ao Turista, inaugurado em 2009. Com o objetivo de conservar o patrimônio histórico-cultural da cidade, que conta cerca de 70 imóveis públicos e privados, praças e becos, o programa investiu em sua restauração e revitalização.

A cidade conta, também com a beleza natural da serra com suas ruínas, cachoeiras e

piscinas naturais de água cristalina. Segundo Magno (2009), foi realizada a 1ª Oficina de Diagnóstico que irá elaborar os Planos de Desenvolvimento do Turismo Integrado e Sustentável para o Tocantins (PDTIS), com a iniciativa da Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado do Tocantins (ADTUR) e da empresa paulista “Indústrias Criativas, Estratégias e Projetos LTDA”. Na pauta destes encontros estão inclusos a identificação de pontos estratégicos da atividade turística nos municípios, de forma a atender as demandas locais, fortalecendo o turismo regional de forma ordenada.

Quanto à organização cultural, é indiscutível seu potencial. A sistematização cultural está organizada em um rico calendário, com festas religiosas e manifestações culturais. Esta é uma herança deixada por portugueses e africanos. A tradição do Festejo do Divino Espírito Santo constitui uma das relíquias culturais cultivada pela religiosidade dos nativitanos. Trata-se de um momento único, em que se pode voltar no tempo e vivenciar a fé, a emoção, a suntuosidade e simplicidade de uma tradição secular que se mantém viva até os dias atuais, além da Romaria do Bonfim.

Desse modo, de acordo com Magno (2009), percebe-se que em Natividade se destaca a preservação de uma arte secular herdada dos portugueses e africanos, conhecida como a técnica da confecção em filigrana de joias artesanais em ouro e prata. A herança portuguesa, da técnica da filigrana atravessou séculos e tem se mantido viva pelas mãos de mestres ourives nativitanos, e encantam turistas. Para o brinde da Caixa, os *designers* sugeriram um broche em forma de capim dourado, uma planta típica de Tocantins, que brilha como ouro. A embalagem valoriza ainda mais o bordado delicado das joias: um cestinho de capim dourado, trançado por artesãos que reflete a capacidade inovadora.

Um ofício que mobiliza comunidades inteiras de uma das regiões que está ganhando o mundo, com bolsas e chapéus que já foram parar na cabeça de modelos famosas, como Gisele Bündchen. Dez artesãos da cidade ganharam apoio e autoestima com a encomenda da Caixa, que por sua vez presenteou a associação dos ourives com uma mesa com todas as ferramentas para o exercício do ofício. O contexto de Natividade mostra uma perfeita harmonia entre o historicamente antigo e as produções contemporâneas. Reflete a criatividade em olhar para o mundo representativo da cultura do passado com olhos do presente e traduzir tudo isso em desenvolvimento social e econômico, visando o bem estar da comunidade.

Por outro lado, Guaramiranga situada no Maciço do Baturité, região serrana a pouco mais de 100 km de Fortaleza, no Ceará, possui apenas cerca de cinco mil habitantes. Embora

pequena, é caracterizada como uma cidade criativa. Segundo Carvalho (2010), o processo de transformação teve início em 2000, quando o estado não dispunha de muitos eventos culturais. As poucas atrações quase sempre vinham de outros estados e eram prioritariamente realizados na capital Fortaleza, deixando o interior à margem. Neste sentido, conforme Reis e Urani (2009), Guaramiranga era uma cidade sem perspectiva, com uma economia estagnada.

Entretanto a cidade de Guaramiranga, apresentava certas singularidades que se pode traduzir por potencialidade criativas. O que faltava era descobrir como utilizá-las para seu desenvolvimento socioeconômico. Tarefa que coube a todos os seus habitantes.

Dentre as singularidades relacionadas, a autora destaca o fato de que, historicamente, as famílias mais abastadas de Fortaleza sempre tiveram casas na cidade e promoviam diversos saraus em suas fazendas de café, durante o feriado prolongado de carnaval. Assim, unindo todos esses problemas e traços para transformá-los em solução, o “Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga” foi a bandeira de mudança e visibilidade da região, sustentada por uma estratégia sólida e uma série de ações enredadas.

Segundo Reis e Urani (2009), essas performances são complementadas por oficinas, atividades de ecoturismo, encontros de talentos já famosos juntamente com outros que ainda estão desabrochando. Destaca também a existência de outras atividades como pavimentação de estradas e ruas visando fortalecer o fluxo turístico para a cidade. Na atualidade a cidade desenvolve novas vocações produtivas e os indicadores econômicos, turísticos, sociais e culturais da região, mostram uma escalada frente aos indicadores originais. As autoras destacam, sobretudo, os benefícios de setores econômicos como a hotelaria, gastronomia, comércio e a geração de ocupação e renda para a população local, que, por sua vez, impacta também no restante do estado.

Desse modo, é conclusivo o princípio de que toda cidade pode ser criativa, não importa o tamanho, a cultura, o perfil econômico ou qualquer outra variável nesse contexto. O importante é que, dentro de cada singularidade, seja identificado as potencialidades e utilizadas de modo a gerar desenvolvimento e bem estar para as pessoas. Conforme destaca Landry (2004), acerca de se observar o “carácter do lugar”.

4 POTENCIALIDADES PARA A REINVENÇÃO URBANA DE BOA VISTA/RR: PERSPECTIVAS PARA UMA CIDADE CRIATIVA

Este capítulo procura sistematizar uma discussão descritiva acerca da cidade de Boa Vista, abordando suas potencialidades criativas e como utilizá-las na promoção de seu desenvolvimento socioeconômico. Desse modo, a partir de sua trajetória histórica e de exemplos de outras cidades que adotaram uma tendência econômica criativa para um desenvolvimento urbano sustentável, busca articular as reflexões com o marco teórico, visando responder aos objetivos da pesquisa. Ademais, realiza uma abordagem sobre a política urbana brasileira de forma geral, apresentando um quadro institucional para as cidades previsto na Constituição Federal, o Estatuto das Cidades, colocando como foco da discussão o Plano Diretor da cidade de Boa Vista.

4.1 QUADRO INSTITUCIONAL PARA A CIDADE DE BOA VISTA

O Brasil é um dos países que mais rapidamente se urbanizou em todo o mundo. Segundo Oliveira (2000), em 50 anos transformou-se de um país rural em um país eminentemente urbano, onde 82% da população moram em cidades. Este processo de transformação do *habitat* e da sociedade brasileira se reproduziu no contexto boavistense, que atualmente concentra cerca de dois terços da população total do estado de Roraima e faz da capital o centro financeiro e econômico do Estado. Ademais, revela um quadro institucional urbano que expressa certo grau de abertura, liberdade e de informalidade que conforme Golgher (2009), “é o que mais faz uma cidade ser criativa”, dado tão importante como sua característica multicultural (LANDRY, 2000).

Por outro lado, são inúmeras as consequências deste veloz processo de urbanização, que dadas circunstâncias podem resultar em variáveis positivas ou negativas para uma cidade. Do ponto de vista da negatividade, percebe-se que o fenômeno de urbanização provocou nas cidades, o agravamento do histórico quadro de exclusão social, tornando mais evidente a

marginalização e a violência urbana que, atualmente emergem como motivos de grande apreensão, tanto para moradores e usuários, quanto para os governos das cidades.

Um quadro que começa se manifestar em Boa Vista, dado o aumento da população que cresce em ritmo mais acelerado que a geração de emprego e renda, impulsionando a expansão de suas periferias. Torna assim cada vez mais evidente a necessidade de “transformação da estrutura socioeconômica” (REIS, 2010, p. 3), através de estratégias governamentais de incentivo à criatividade das pessoas, como alternativa a um desenvolvimento que não dependa exclusivamente da economia do contracheques emitido pelo serviço público.

Assim, pela primeira vez, a cidade foi tratada na Constituição Federal, que nasceu com o intuito de assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social. Ainda, no estabelecimento da Constituição de 1988, o país alcançou, também, um novo e promissor patamar com a incorporação, na lei fundamental, da participação popular nas decisões de interesse público.

Diante deste contexto, vale destacar que uma das primeiras medidas do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, logo após sua posse, em 2002, foi a criação do Ministério das Cidades. Seu significado é da maior importância para a política urbana brasileira, e o futuro das cidades, no sentido de contribuir na resolução de problemas sociais e econômicos, criando alternativas inovadoras de desenvolvimento. Tal proposição concorda com o entendimento de Landry (2000), ao abordar que o indicativo da cidade enquanto espaço econômico criativo, possibilita alternativas à criação de condições necessárias para as pessoas pensarem, planejarem e agirem com imaginação na procura de oportunidades ou respondendo a problemas urbanos aparentemente insanáveis.

4.1.1 Estatuto da Cidade e políticas públicas criativas de desenvolvimento urbano: princípios normativos para as cidades brasileiras

A formação ou surgimento da cidade está ligado a necessidades sociais e econômicas humanas (REIS, 2008). Por assim ser, a cidade se caracteriza como uma criação humana que necessita de uma organização social regulamentada por normativas capazes de garantir o

convívio entre as pessoas, gerando bem-estar coletivo. Nesse sentido, a nível nacional, a cidade foi tratada na Constituição Federal Brasileira, com a inclusão dos artigos 182 e 183, compondo o capítulo da Política Urbana, decorrente da ativa participação de entidades civis e de movimentos sociais em defesa do direito à cidade, à habitação, ao acesso a melhores serviços públicos e, por decorrência, a oportunidades de vida urbana digna para todos.

O tema ganha destaque também no âmbito da Constituição do Estado de Roraima, de 31 de dezembro de 1991, em seu art. 121 que trata das disposições gerais da Política Urbana do Estado “a política urbana, a ser formulada e executada pelo Estado e pelos Municípios, terá como objetivos o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e a garantia da melhor qualidade de vida de sua população, observando as disposições constitucionais pertinentes” (BRASIL, 2004, p.479). Nesse sentido concorda Reis (2007), ao abordar a necessidade de políticas públicas urbanas integradas capazes de promover um desenvolvimento que abranja todos os seguimentos da existência humana, garantido por uma sustentabilidade econômica e humana, princípio ratificado por Mehedff (2002, p.13), assim como por Flórida (2002), ao abordar sobre o sucesso de uma cidade a partir de políticas bem formuladas.

Ademais, o artigo 182, da Carta Magna, estabelece que “a política de desenvolvimento urbano, executada pelo poder público municipal, conforme diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes” (BRASIL, 2004, p. 110). Nesse contexto, pode-se verificar que o referido artigo define como instrumento básico desta política o Plano Diretor da cidade, que exige um estudo sistemático do espaço urbano conforme destaca Reis (SANTANDER, 2009).

Já o artigo 183, visando o direito de posse no espaço urbano, por sua vez, determina que todo aquele que possuir, “como sua área urbana de até duzentos e cinquenta metros quadrados, por cinco anos, ininterruptamente e sem oposição, utilizando-a para sua moradia ou de sua família, adquirirá o seu domínio, desde que não seja proprietário de outro imóvel urbano ou rural” (BRASIL, 2004, p. 111).

Nesse ambiente, Oliveira (2000) observa que este artigo abriu a possibilidade de regularização de extensas áreas de nossas cidades ocupadas por favelas, vilas, alagados ou invasões, bem como loteamentos clandestinos espalhados pelas periferias urbanas, transpondo estas formas de moradia para a cidade denominada formal. O contexto desenhado retrata, de forma especial a realidade da cidade de Boa Vista, apesar de ainda muito jovem e de seu porte médio, mas já experimenta problemas de cidades com maior porte e idades mais avançadas.

Assim, pelas normas emanadas da Constituição Federal, foi criada a Lei n. 10.257, de 10 de julho de 2001, denominada Estatuto da Cidade, que reúne importantes instrumentos urbanísticos, tributários e jurídicos que podem garantir efetividade ao Plano Diretor, responsável pelo estabelecimento da política urbana na esfera municipal e pelo pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e da propriedade urbana, como preconizam os artigos constitucionais acima mencionados.

Ainda, o Estatuto da Cidade estabelece a gestão democrática, garantindo a participação da população urbana em todas as decisões de interesse público. Nesse sentido, Oliveira (2000), observa que através dela, as associações representativas dos vários segmentos da sociedade se envolvem em todas as etapas de construção do Plano Diretor. Nesse sentido acrescenta que, também, na formulação, execução e acompanhamento dos demais planos, programas e projetos de desenvolvimento urbano municipal, o governo local juntamente com a população, podem discutir e encontrar, conjuntamente uma solução acerca de atividades com efeitos potencialmente negativos sobre o meio ambiente natural ou construído. Proposição sustentada por Florida (2002) “Na era da criatividade, é necessário despertar o potencial criativo de todos”, gestores e habitantes da cidade.

Para tanto, o Estatuto da Cidade apresenta caminhos a serem seguidos e estabelece objetivos claros a alcançar. Desse modo está em sintonia com os acordos decorrentes da Conferência Mundial sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente, ECO-92, realizada na cidade do Rio de Janeiro, e com as recomendações da Agenda Habitat II resultantes da Conferência das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos, realizada na cidade de Istambul em 1996.

Neste sentido, Oliveira (2000) adverte que a adoção de padrões de produção e consumo de bens e serviços e de expansão urbana, devem ser compatíveis com os limites de sustentabilidade ambiental, social e econômica do Município e do território sob sua área de influência. Destarte concorda com Romeiro (2003), ao propositar que pensar uma cidade socioeconomicamente sustentável, exige uma preocupação especial com uma economia que seja também criativa em relação às questões ambientais no espaço urbano, realidade presente no contexto de Boa Vista.

Com esta diretriz, o Estatuto recomenda a produção e o consumo de bens e serviços que respeite e vise uma sociedade mais justa (sustentabilidade social); assim como a preservação e utilização racional e adequada dos recursos naturais renováveis e não

renováveis, incorporados às atividades produtivas (sustentabilidade ambiental) e a gestão e aplicação mais eficiente dos recursos para suprir as necessidades da sociedade e não permitir a submissão absoluta às regras de mercado (sustentabilidade econômica), conforme Ribeiro e Filho (2008).

No âmbito do Plano Diretor Prevê-se, também, a proteção, a preservação e a recuperação do meio ambiente natural e construído, do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico e arqueológico. Oliveira (2000), observa que esta é mais uma importante medida para se obter a garantia da convivência vital entre o homem e o meio, bem como para a manutenção de nossa história urbana, seja ela local, regional ou nacional.

4.1.2 Plano Diretor de Boa Vista e desenvolvimento local: alternativas a uma economia criativa

De acordo com o que estabelece a Constituição Federal brasileira, o instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana é o Plano Diretor. Entretanto, as discussões e/ou debates sobre a importância do planejamento urbano na esfera local, ressurgem com vigor somente nos anos noventa, ganhando estabilidade nos anos seguintes. Para além da exigência constitucional, o intenso crescimento das cidades brasileiras reforça o papel do planejamento local como importante instrumento para organização e inovação (KUNZMANN, K., 2006) das ações governamentais, visando o bem-estar coletivo e a justiça social.

Nesse sentido pode-se entender que a introdução do conceito de cidade criativa em Boa Vista, poderá, a partir de políticas públicas criativas presentes em seu plano diretor, promover inovações na forma como abordar a dinâmica de desenvolvimento social e econômico da cidade. Tais modificações tornam-se mais evidentes (CORREIA, 2009) quando se trata de questões socioeconômicas que se põem a funcionar como soluções competitivas e distintivas.

Não obstante, de acordo com o Estatuto da Cidade, a visão atual do Plano Diretor assume a função de como instrumento, interferir no processo de desenvolvimento local, a partir da compreensão integradora dos fatores políticos, econômicos, financeiros, culturais, ambientais, institucionais, sociais e territoriais que condicionam a situação encontrada no

Município. Nesse contexto, destaca-se o pensamento de Pires (2010, p.11), ao abordar a importância de categorias presentes no Plano Diretor, capazes de estimular a criatividade de uma cidade, como é o caso de Boa Vista que dispõe de potencialidades criativas que poderão ser exploradas para seu desenvolvimento socioeconômico.

Destarte, Como parte de todo o processo de planejamento municipal, o Plano Diretor deverá estar integrado ao plano plurianual, às diretrizes orçamentárias e ao orçamento anual. Além de estabelecer que deverá considerar todo o território municipal. Nesse sentido, identificar as potencialidades criativas da cidade de Boa Vista e descobrir maneiras de utilizá-las para um desenvolvimento socioeconômico de forma sustentável, requer a sistematização alocada na obrigatoriedade constitucional de elaboração de seu Plano Diretor, conforme previsto para as cidades com população acima de vinte mil habitantes.

Nesse contexto, vale destacar que o Plano Diretor de Boa Vista - Lei° 244/91, mediante revisão e atualização através da Lei Complementar n. 924, de 28 de novembro de 2006, adota um caráter Estratégico em resposta às exigências imposta pelo Estatuto das Cidades. Assim passa a ter como marco inicial a presença da sociedade no estabelecimento de suas diretrizes, considerando as pessoas como ponto central no processo de desenvolvimento, fator fundamental para uma cidade que pretende desenvolver-se a partir de uma tendência criativa conforme aborda Bonnin (2009), ao descrever a cidade francesa de Nantes.

Por esse sentido, em acordo ao que propõe Filho (2008), no tocante às diretrizes voltadas para a estratégia de desenvolvimento econômico sustentável constantes no Plano Diretor em seu art. 5°, nos parágrafos III, VII e IX, ficam expressos princípios e tendências que conforma plenamente com o que proposita a teoria da cidade criativa, destacado por Reis (2008), assim como por Florida (2005) e Landry (2004), em:

[...]

III – incentivar a geração de trabalho e renda a partir da identificação das aptidões e vocações da população do Município de Boa Vista, priorizando as atividades econômicas que utilizam mão-de-obra intensiva e considerando a necessária criação de oportunidade de emprego para os portadores de necessidades especiais;

[...]

VIII – promover o desenvolvimento das potencialidades turísticas, do esporte e do lazer no município, harmonizando os planos, programas e projetos com a preservação do meio ambiente;

[...]

IX – valorizar a cultura e o artesanato locais, realizando diferentes formas de intercâmbio cultural de abrangência regional, inclusive com os países fronteiriços (BOA VISTA, 2006, p.2).

Na relação do Plano Diretor com o patrimônio histórico cultural em Boa Vista, elemento muito importante no tema discutido nesta pesquisa, cabe fazer uma síntese das normativas para sua tutela. Neste sentido, sua preservação, é de ordem constitucional e responsabilidade de todos os entes federados, ressaltando o papel do Município, concordando nesse contexto com o que propõe Oliveira (2000).

Desse modo, a Lei Complementar n. 924, de 28 de novembro de 2006, a qual dispõe sobre o Plano Diretor Estratégico e Participativo de Boa Vista, legislando sobre “Valorização do Patrimônio Cultural”, indica em seu art. 71 a incorporação ao processo de planejamento e gestão o pressuposto básico de respeito ao patrimônio construído e do patrimônio imaterial, de valor histórico e cultural. Assim sendo, ao garantir sua preservação, assegura princípios indispensáveis a uma cidade que tende a explorar sua potencialidade criativas, conforme salienta Reis e Urani (2009), ao abordar que “algumas cidades brasileiras tem olhado para essa questão de maneira mais detidamente”.

Por outro lado, cabe destacar que o Decreto Municipal n.º 2614, de 15 de outubro de 1993, já definia as edificações constitutivas e consideradas patrimônio histórico-cultural do Município de Boa Vista em seu art.1º. Dentre os acervos tombados para o Patrimônio Histórico do Município de Boa Vista, pode-se destacar: Todas as edificações que compõem a Travessa Floriano Peixoto no trecho da Av. Jaime Brasil ao Mercado do Peixe, bem como o muro do mercado, até o Porto do Cimento, e principalmente a Igreja Nossa Senhora do Carmo.

A preservação destas edificações compreende um outro projeto municipal denominado “Projeto Raízes” (Decreto 2176, de 16 de abril de 1993), o qual, conforme textualmente consignado no ato normativo que o instituiu, destina-se a preservar a memória histórica e cultural do Município de Boa Vista, assegurando a existência de edificações e marcos históricos desta capital.

Entretanto a Prefeitura de Boa Vista iniciou em maio deste ano, a elaboração do novo Plano Diretor, contando com sugestões apontadas pelos próprios moradores da cidade. Dessa forma, a união entre a gestão pública e a comunidade se deu no sentido de garantir a todos os direitos à moradia, transporte público, saneamento, energia elétrica, gás, abastecimento, iluminação pública, comunicação, e a fornecer equipamentos de educação, saúde e lazer. Destarte concorda com o pensamento expresso por Reis (2010), ao afirma que “a

transformação de uma cidade em cidade criativa exige uma interação sócio-econômica entre atores públicos e privados, com apoio da sociedade em geral”.

4.2 HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DA CIDADE DE BOA VISTA

A formação ou surgimento da cidade de Boa Vista, assim como de qualquer outra cidade, observando o curso da história, está ligado a necessidades sociais e econômicas humanas, marcada pela capacidade criativa de seus habitantes. Concorde Mankiw (2007), ao afirmar que as pessoas procuram maximizar o seu grau de bem estar social. Por assim ser, a cidade se caracteriza como uma criação humana.

Tal contexto expressa o conjunto das relações entre as pessoas, determinadas pela busca de melhores condições de sobrevivência, categoria imprescindível ao desenvolvimento e uso de potencialidades inovadoras, orientadas pela inteligência criativa de homens e mulheres. Por outro lado, segundo Luiz Fernando Cirne Lima e Cristiano Tatsch (SANTANDER, 2009), a história econômica de uma cidade é um fio condutor para a compreensão do que a cidade é no presente: “suas vocações, suas relações, as propriedades que regem a sociedade”. É nesse processo interativo de trocas e investimentos que se localiza o desenvolvimento de Boa Vista, sobre o olhar das vocações e singularidades expressas historicamente, é que se pode projetar seu futuro desejável.

É com base nesse pressuposto que Landry (2004), aborda a importância do “carácter do lugar” no processo de estruturação social e econômico da cidade. Nesse sentido, como destacara Reis (2008), a sistematização de um modelo de relações especiais, as comerciais, tem papel fundamental na constituição e sustentabilidade do espaço urbano. Nessa perspectiva, entende-se que a história da cidade de Boa Vista é a história de seu desenvolvimento econômico e social; assim como seu desenvolvimento econômico e social é também a sua própria história.

Boa Vista, foi o primeiro povoado caracteristicamente urbano de Roraima, surgiu nos primórdios do século XIX, oriunda de povoados e fazendas que estabeleceram-se ao longo dos rios que compõe a bacia do Rio Branco. Com o intuito de garantir a integração geopolítica e econômica da região localizada no extremo norte do país, foi fundado o Forte São Joaquim

construído entre 1775 a 1778, usando mão de obra indígena, conforme Barbosa (1993). Nesse período têm-se início, também, as atividades comerciais e econômicas, através da introdução do gado nos lavrados do Rio Branco. Destarte, a construção do forte e a introdução do gado como início das atividades comerciais foram determinantes para o povoamento e o desenvolvimento socioeconômico de Boa Vista.

Nesse contexto socioeconômico e político, conforme Barbosa (1993), em 1930 o comandante Capitão Inácio Lopes de Magalhães, fundou a primeira fazenda particular de pecuária à margem direita do Rio Branco, cuja denominação é Boa Vista. É nesse cenário que em novembro de 1858, é criada na bacia do Rio Branco, no lugar denominado Boa Vista, a Freguesia de Nossa Senhora do Carmo do Rio Branco, localizada acima das cachoeiras Cujubim e Bem Querer.

Definitivamente tem início então a cidade de Boa Vista. Todavia, Reis (2007, p.218), está certa de que para trilhar o caminho de um desenvolvimento econômico e cultural integrado, além das potencialidades e dos recursos que ultrapassam os naturais e tecnológicos, é preciso valer-se também da sociedade do conhecimento unindo passado e futuro e ancorar na criatividade capaz de concretizar-se em inovações, que possam tornar vista, ouvida e conhecida uma sociedade, comunidade ou povo.

A partir de iniciativas políticas, sociais e econômicas, é que em 9 de julho de 1890, o então Governador do Amazonas, Augusto Ximeno de Villeroy, cria o município de Boa Vista, desmembrando-o do município de Moura, pertencente ao estado do Amazonas. Um mesmo decreto eleva à categoria de vila a antiga Freguesia de Nossa Senhora do Carmo, que passa a ser denominada de Boa Vista. Na época contava apenas 164 casas, com a maioria localizada em torno da Praça da Bandeira, com uma população estimada em 1.200 habitantes, formada por portugueses, brasileiros de outros Estados, indígenas, mestiços e negros vindos da República Cooperativa da Guiana e ingleses. Verifica-se então, que a constituição urbana de Boa Vista remonta a um contexto multicultural que se estende historicamente desde o século XIX até os dias atuais.

Orientando-se pela necessidade de construir uma infraestrutura social e política consolidada a partir de uma sistematização econômica, em 13 de setembro de 1943, o Presidente Getúlio Vargas assinou decretos criando cinco territórios federais, dentre eles o Território Federal do Rio Branco, cuja capital é Boa Vista. Assim teve como primeiro governador o Capitão Ene Garcez dos Reis em 1944 a 1945. Em 13 de setembro de 1962, o

Território Federal do Rio Branco passou a se chamar Território Federal de Roraima. Por se tratar da primeira cidade construída na região e a de maior número de habitantes, Boa Vista permaneceu como centro administrativo e econômico do território, com *status* de capital.

Sabe-se que a organização econômica de uma cidade ou lugar está intimamente ligado à sua sistematização política e social (REIS, 2007). Nesse sentido, estruturado politicamente como município, Boa Vista teve como primeiro prefeito João Capistrano da Silva Mota (conhecido como Coronel Mota). Já de 1996 a 2000, a cidade foi administrada por Ottomar de Souza Pinto. Entre 2001 e 2004, foi administrada pela prefeita Maria Teresa Sáenz Surita Jucá, eleita pelo voto direto, sendo reeleita em 2004.

Porém, com sua renúncia para concorrer politicamente a uma vaga no Senado Federal em 2006, seu vice, Iradilson Sampaio assumiu a administração do município, sendo reeleito para o mandato 2008/2012. Nesse contexto, vale destacar que Boa Vista, associado ao desenvolvimento histórico e político, cresceu populacionalmente e socialmente, tornando-se uma cidade com características administrativas, concentrando quase a totalidade da economia gerada em todo o Estado. Ademais, a proposição conforma-se com Reis (2009) ao tratar do tema do desenvolvimento de uma cidade, orientando-se para as potencialidades criativas:

[...] discutir uma cidade [...] exige reunir pessoas capazes de seguir um fio histórico, unindo pilares do passado, singularidades do presente e vocações futuras. Requer, também, revelar as intrincadas e multifacetadas reações entre formas de perceber a cidade, entender suas fragilidades e soltar as velas de seus potenciais (SANTANDER, 2009).

Nesse sentido pode constatar que Boa Vista foi e continua sendo uma cidade tipicamente administrativa e concentra todos os serviços estaduais, desde o executivo, passando pelo judiciário e legislativo, aos sistemas de saúde, educativo (principalmente superior) até os serviços de produções industriais e grande parte de serviços bancários e outros relacionados ao comércio.

Com base na riqueza multi e intercultural, social e econômica é que se pode descrever Boa Vista como uma cidade com tendência criativa, única em beleza e importância no Norte do Brasil. “Características próprias do lugar” que se expressam em potencialidades que após identificadas podem ser utilizadas para gerar emprego e renda, proporcionando um desenvolvimento socioeconômico sustentável (LANDRY, 2004). Dentro deste contexto, Boa Vista se descreve como uma cidade de avenidas e ruas largas, ventiladas e jardins, além de uma população altamente receptiva e acolhedora.

4.3 POTENCIALIDADES CRIATIVAS DE BOA VISTA

Identificar as potencialidades criativas presentes em uma cidade pode ser considerado o primeiro passo para sua transformação socioeconômica (REIS, 2007). Partindo desse pressuposto, descreve-se aqui as potencialidades criativas de Boa Vista, baseado em sua realidade multi e intercultural tolerante, capaz de despertar e atrair talento, promovendo novos conhecimentos para o desenvolvimento de tecnologias que melhorem a qualidade da vida urbana. Destarte, aborda a utilização desse potencial expresso na estrutura urbana da cidade e, principalmente, em seu patrimônio histórico-cultural, como ambiente e ferramenta de desenvolvimento socioeconômico inovador, focado no respeito e convívio entre as pessoas, (LANDRY, 2005), “conteúdo mais importante de uma cidade criativa”.

4.3.1 Patrimônio histórico-cultural de Boa Vista: características de um ambiente próprio à economia da cultura e à atração e desenvolvimento de talentos

Para fomentar a tendência econômica criativa de uma cidade, especialmente a nível de Brasil, autores como Reis (2007, p.143) e Hartley (2005), veem o patrimônio histórico-cultural como a principal potencialidade criativa que deve ser explorada. Assim destacam a importância de levar artistas para áreas não ocupadas do espaço urbano; atrair talentos; identificar a particularidade local que pode alavancar o crescimento econômico; e capacitar os gestores públicos para planejar os polos criativos. Desse modo, acreditam ser possível alcançar o desenvolvimento socioeconômico de forma racional, garantindo o respeito ao ambiente natural, como base necessária à sustentabilidade humana.

Diante do contexto econômico expressos por bens culturais como potencialidades criativas, especialmente focando na cidade de Boa Vista, é mister destacar o que pensa Florissi e Waldemar (2007), ao defenderem que bens culturais são aqueles que, além de expressar a capacidade criativa, envolvem algum tipo de valor cultural e que também geram valor econômico.

Com base nesse pressuposto, pode-se verificar que o patrimônio histórico-cultural de Boa Vista caracteriza-se como uma de suas principais potencialidades criativas capaz de gerar

desenvolvimento socioeconômico e qualidade de vida para as gerações presentes e futuras. Ademais, considerando incentivos ao turismo criativo (LANDRY, 2000), como também aborda Vogler (2009), o patrimônio histórico-cultural, apesar de ser histórico, transcende o passado e a própria produção, remetendo o homem e a natureza criativa humana para o futuro. Nesse sentido, o autor propõe que deve ter-se presente que o patrimônio cultural inclui não apenas monumentos e manifestações do passado, mas as diversas manifestações da cultura, tais como artesanais e arte popular, roupas, conhecimentos, costumes e tradições, os escritos, as características culturais do grupo.

Já comungando dessa visão, foi criado pela prefeitura o Centro de Informações Turísticas no Prédio da Intendência, que faz parte do patrimônio histórico e cultural de Boa Vista, com a função de promover exposições artísticas e concertos musicais aos sábados. Além de vender artesanatos, roupas, instrumentos musicais e outros produtos feitos nas oficinas profissionalizantes formadas por 850 jovens assistidos pelo Projeto Crescer¹⁸ da prefeitura municipal. Não obstante, a partir dessa premissa é possível visualizar o futuro da capital roraimense mediante possibilidades de desenvolvimento socioeconômico, fundados nos princípios da economia da cultura criativa, visando o desenvolvimento de uma indústria criativa (VELLOSO, 2008), como eixo organizador da agenda econômica contemporânea (MIGUEZ, 2009), através de incentivos ao desenvolvimento e atração de talentos, conforme o entendimento de Florida (2002).

Desse modo pode-se perceber que a realidade expressa em Boa Vista mostra que o potencial turístico cultural da cidade está ligado a sua capacidade de atrair pessoas, começando pela “classe criativa” (FLORIDA, 2002), de toda a Roraima para a capital. Nesse sentido, entende-se que a cidade oferece um ambiente cultural e social orgânico, dinâmico e de abertura à diversidade. O significativo é que a atmosfera de inter-relação entre os diferentes atores socioeconômicos e culturais emerge como potencialidade aproveitável para desenvolvimento de atividades voltadas para o turismo cultural de forma sustentável. Destarte, verifica-se na geografia urbana da cidade um ambiente delineado por vários pontos culturais, que exprime seu potencial turístico criativo, capaz de fortalecer o desenvolvimento socioeconômico, afirmando sua tendência a cidade criativa.

¹⁸Um exemplo de projeto social na esfera municipal de combate às drogas, com adolescentes entre 14 a 21 anos em situação de risco.

Com base nas disposições criativas da cidade de Boa Vista, relacionadas como categorias de desenvolvimento socioeconômico e cultural, tendo o turismo cultural criativo como um dos componentes importante desse quadro, vale destacar o que Reis (2007, p.249), aborda a partir de seu entendimento sobre o tema:

Turismo cultural pode então ser entendido como aquele que proporciona uma experiência do estilo de vida das sociedades visitadas, oferecendo uma compreensão em primeira mão dos hábitos, tradições, ambiente físico, idéias e locais de significado arquitetônico, histórico, arqueológico presentes no grupo local.

Diante do contexto conceitual, é mister destacar que a arquitetura de Boa Vista tem guardado em seu patrimônio, o estilo predominante da virada do século XX. Nesse sentido, como dispõe o Plano Diretor (2006), o neoclássico que tentou reerguer com certo romantismo as formas romanas e gregas da antiguidade, predomina em contornos e umbrais das obras. Esses são dados presentes nas áreas mais antigas de Boa Vista e podem ser contemplados, em especial, no desenho arquitetônico de prédios e casas localizadas na região central da cidade que fica às margens do rio Branco, conhecido como Centro Histórico e Cultural de Boa Vista.

São obras preservadas tombadas pelo patrimônio histórico-cultural de Boa Vista, que, por sua vez, representam não só a capital, mas todo o patrimônio histórico, cultural e religioso do Estado de Roraima. Desse modo, vale destacar que ao expressar a capacidade criativa da cidade, portar um potencial de desenvolvimento socioeconômico e cultural que, como proposita Oliveira (2009, p143), é *“capaz de desarrollar la capacidad productiva (creatividad) de las personas ou sociedad, conduciéndolas a la plena realización económica y tecnológica.* Dado verificável em fotografias usadas como demonstrativo de alguns pontos considerados de maior relevância para o desenvolvimento socioeconômico e cultural da cidade, refletido por seu potencial criativo. Diante deste contexto, verifica-se um potencial econômico, capaz de gerar desenvolvimento urbano e bem-estar social humano.



FOTO 1 - Parte histórico da cidade
FONTE: www.prefeituradeboavista.com.br

A fotografia mostra o espaço originário da cidade de Boa Vista. Atualmente é possível verificar um contraste cultural entre o antigo e o moderno. O significativo é que a realidade cultural contrastante entre o passado e o presente, o velho e o novo resultam em potencialidade criativa de desenvolvimento socioeconômico para a cidade.

A foto seguinte mostra a *Orla Taumanã*¹⁹ como espaço cultural e econômico comercial da cidade, localizada entre o Patrimônio Histórico e as águas claras do Rio Branco, realçando o contraste, dando um chame especial para o embelezamento atrativo de Boa Vista.



FOTO 2 - Orla *Taumanã*

FONTE: www.prefeituradeboavista.com.br

Ademais, a *Orla Taumanã*, construída em 2004, é um espaço de convivência e lazer que realça ainda mais as belezas naturais de Boa Vista. Abriga 11 quiosques com lanchonetes, restaurantes e dois palcos para shows ao ar livre. É um espaço usado como ponto turístico e de lazer.

Ali, as pessoas vão para tomar ar puro, se divertir e apreciar a noite boavistense, curtindo os mais diversos ritmos musicais, dançar e beber, além de saborear a diversificada culinária local e intercultural, oferecida aos seus frequentadores. Destarte, expressa parte do grau de boemia da cidade, (FLORIDA, 2005), se assemelhando a outras cidades de tendência criativa descritas no capítulo anterior deste estudo. Expressa assim uma importante fonte de renda para o comércio local que se firma cada vez mais pela capacidade criativa das pessoas.

Em se tratando de obras que expressam traços de uma arquitetura histórica, destaca-se a Fazenda Meu Cantinho como sendo o primeiro prédio em alvenaria construído em Boa Vista. Serviu como residência e sede da Fazenda de gado Boa Vista que deu origem a cidade, erguida em seu entorno. Conservando seus traços originários, a obra expressa um potencial turístico e econômico ainda não explorado pela prefeitura e nem pela iniciativa privada. Mediante a tendência de cidade criativa, definir políticas públicas criativas (MEHEDFF, 2002, p.13) de exploração turística desse espaço e de outros como se descreve, pode ser uma alternativa de geração de emprego e renda, melhorando a qualidade de vida das pessoas, além de incentivar a criatividade urbana. Para Pires (2010), “essa visão leva à construção de um ambiente favorável ao desenvolvimento da economia criativa, mola propulsora das cidades sustentáveis e inteligentes”. Nesse contexto destaca-se também a Igreja Matriz como centro religioso e cultural.

¹⁹ Significa paz na língua da etnia Macuxi.



FOTO 3 - Igreja Matriz Nossa Senhora do Carmo
FONTE: Acervo próprio

A Igreja Matriz Nossa Senhora do Carmo foi totalmente restaurada, retomando sua arquitetura originária. É uma das obras mais importantes que compõe o patrimônio histórico e cultural da cidade. Contornada por uma linda praça e com uma bela vista para as águas do Rio Branco, expressa um clima de paz e tranquilidade pronto para a visitação turística. Desse modo, sem perder o caráter

histórico, expressa a inovação urbana de Boa Vista, destacando assim a “aposta numa segunda geração de políticas públicas ligadas à criatividade e à inovação urbana” (KUNZMANN, K., 2006).

Sua construção pelos missionários franciscanos teve início em 1892. Destacando-se um *design* arquitetônico de arcos plenos e abóbadas centrais, erguia-se o primeiro templo religioso da cidade. Já em 1909, foi totalmente reconstruída por padres beneditinos vindos da Alemanha, iniciativa característica de um resgate histórico, cultural e religioso de Boa Vista e de todo o estado de Roraima. Nesse mesmo período teve início a construção da prelazia de Boa Vista, outra obra que demarca a cultura da cidade, assim como de todo o Estado, caracterizando a consistência das potencialidades criativas da cidade a partir da “cultura relacionada com eficiência econômica (REIS e URANI, 2009), tendo em vista difusão de valores comuns ao grupo, que aumentam produção de bens e serviços.

Entre outros não citados, ainda no conjunto histórico-cultural das obras religiosas, com seu papel representativo e de valorização do lugar, do *genius locci* (LANDRY, 2004), destaca-se também a construção da Igreja de São Sebastião, que hoje faz parte do patrimônio histórico-cultural da cidade, constituindo-se em potencialidades socioeconômicas criativas.



FOTO 4 - Prédio da Prelazia
FONTE: www.prefeituradeboavista.com.br

O prédio da Prelazia foi edificado em 1907, como a Prelazia do Rio Branco, foi dirigida pelos Monges Beneditinos até 1944, onde funcionou como hospital de 1924 até 1944. Os Monges Beneditinos encerraram sua Missão em Roraima em 1948, quando foram substituídos pelos Padres da Consolata.

Na década de 1950 (em 1950) tornou-se a sede do governo estadual, assumindo um caráter de centro político-administrativo. Atualmente o prédio é sede da Diocese de Roraima (Ordem da Consolata). Faz parte do Projeto Raízes, que recuperou o Centro Histórico e Cultural da cidade, através de políticas de incentivo e desenvolvimento da cultura, financiado pelo governo federal.

O contexto expressa o caráter singular da cidade (LANDRY, 2002). Ainda com relação ao patrimônio histórico-cultural como potencialidade socioeconômica criativa, vale destacar também a antiga Residência do Coronel Bento Brasil. Construído no final do século XVIII, seu estilo colonial presente em sua estrutura bem preservada transmite elementos que expressam o caráter histórico-cultural e socioeconômico da cidade.



FOTO 5 - Casa das 12 Portas
FONTE: Acervo próprio

Pelo mesmo sentido destaca-se também a conhecida casa das 12 portas, construída no início do século XX, com seu estilo de época, expressando a história cultural e econômica de Boa Vista, assim como de todo o estado de Roraima. Pertencendo à família Fraxe, o prédio sempre teve finalidade econômica, como ponto comercial de Supermercado (Royale) e lojas diversas.

Na fotografia acima é possível verificar placas e cartazes de anúncios comerciais de lojas, expressando um caráter criativo econômico importante no desenvolvimento da cidade. Destarte, além de seu potencial turístico, a casa das 12 portas apresenta uma potencialidade comercial de geração de trabalho e renda local. Ademais, como exemplo de outras cidades de tendências criativas relatadas nesse estudo, expressa a importância do patrimônio histórico-cultural como potencialidade criativa no desenvolvimento socioeconômico local.



FOTO 6 - Casa da Cultura

FONTE: Acervo próprio

Nesse sentido, aliado ao universo do patrimônio Histórico de Boa Vista, porém com o olhar voltado para a cultura como fator de desenvolvimento, destaca-se a Casa da Cultura que expressa e representa a importância e a necessidade da formulação de políticas de incentivo cultural, reconhecendo o poder impactante da economia da cultura (PRIETO, 2002).

Usada como residência desde sua construção em 1940, principalmente governamental, só recentemente o prédio assumiu um caráter cultural, como espaço de expressão e discussão de programas e projetos culturais, a partir de políticas fomentadoras do desenvolvimento social e econômico da cidade de Boa Vista. Neste sentido, vale destacar o Teatro Carlos Gomes, símbolo maior do desenvolvimento cultural da cidade, construído em 1946. Foi denominado na época de *Teatrinho Carlos Gomes*, depois em 1958, passou a antiga Rádio Difusora de Roraima, já em 1967 sofreu reformas e foi adaptado para se transformar no Cine Rádio Roraima. Depois de um período de abandono, em 1986, foi totalmente recuperando e tombado como patrimônio histórico-cultural de Boa Vista. Atualmente é muito visitado por apreciadores de apresentação teatrais e espetáculos diversos. Entretanto, como contribuição para o desenvolvimento econômico, deve-se considerar o tamanho da população e as preferências multiculturais da cidade, que ainda giram em torno da música de forró e da dança nos clubes e casas de shows espalhados por toda a cidade.

Na área educacional, como obras pertencentes ao patrimônio histórico-cultural com potencialidades criativas, principalmente para o turismo, destaca-se o Colégio São José, como o mais antigo colégio de Roraima, fundado em 1924 pelos Monges Beneditinos. Nesse contexto, em continuidade às obras sociais dos padres beneditinos em Boa Vista, não pode ficar esquecido a importância que teve o Ginásio Euclides da Cunha, construído na década de 1950, a partir de sua contribuição para a formação intelectual da população local, lançando as primeiras sementes de uma economia do conhecimento, como bem aborda Reis (2007). Durante oito anos funcionou como Escola Técnica de Comércio Euclides da Cunha. Atualmente o prédio foi totalmente restaurado pela prefeitura e colocado para a visitação turística, numa perspectiva de turismo criativo.

4.3.2 Inovação urbana de Boa Vista e transporte público: potencialidade criativa para um desenvolvimento socioeconômico sustentável

A sustentabilidade urbana demanda ações diretas da gestão pública no meio ambiente urbano. Conforme aborda Jenkins (1998), a questão reside na alteração dos valores morais pessoais, tanto quanto na ação institucional. Desse modo, percebe que o debate sobre sustentabilidade econômica centra a atenção sobre a necessidade de inovação criativa de atitudes racionais capazes de corresponder a realidade ecológica na promoção do progresso humano.

Por outro lado, a inovação urbana de uma cidade está sempre relacionada à criação e recriação de espaços agradáveis e propiciadores de desenvolvimento social e econômico, conforme aborda Martins (2009), ao descrever as potencialidades criativas da cidade de Lisboa em Portugal. No contexto de Boa Vista, observa-se a geografia plana da cidade, aliada ao desenho arquitetônico inovado de casas, prédios, ruas e praças desenvolvidos nos últimos anos, capazes de proporcionar uma bela vista da cidade a quem a vê do alto. Tais elementos, como bem aborda Landry (2004), expressam o espírito criativo da cidade de Boa Vista.

Com base nesse pressuposto, é difícil não ficar impressionado com seu moderno plano urbanístico e todo o conjunto de potencialidades de desenvolvimento socioeconômico sustentável criativo oferecido também pela parte nova da cidade que expressa ainda mais sua jovialidade aberta à criatividade e a inovação. As avenidas largas, que convergem para o centro, num leque urbano planejado nos anos 30, pelo arquiteto Alexandre Derenusson, lembra a bela cidade de Paris. Nesse sentido, mesmo considerando o ressalto econômico e cultural entre Paris e Boa Vista, vale alimentar a ideia de orientação potencial à criatividade para um desenvolvimento sustentável urbano.

Boa Vista, no âmbito de potencialidades criativas, possui ainda poucos prédios altos, o que facilita a circulação do vento, dando um tom de abertura, liberdade geográfica e comercial, configurando também uma certa informalidade, dados que na abordagem de Florida (2005) e Golgher (2009), caracteriza uma cidade como sendo de tendência criativa. Geograficamente a cidade é formada por ruas de fácil acesso e todas com localizações bastante acessíveis.

Com um transporte público que vem desenvolvendo através de políticas públicas criativas de inovações, como: construção de terminais rodoviários modernos, aquisição de novos ônibus modernizados e calçamento de ruas e calçadas que facilitam o fluxo de veículos e pedestres, além de transportes alternativos de táxis convencionais e táxis lotação que prestam um grande serviço à população. Por outro lado, é sensível a necessidade de melhorias expressas em potencialidades que necessitam da criatividade urbana, através da iniciativa de políticas públicas de investimento direto e de estímulo ao investimento privado no setor, para a geração de outros tipos de transportes eficientes que contribuam para o desenvolvimento econômico.

Por ser uma cidade com uma população relativamente pequena, considerando outras capitais de estados no Brasil, o desenvolvimento de políticas criativas de incentivo ao desenvolvimento e uso do transporte público, poderá melhorar mais a qualidade de vida das pessoas, reduzindo o fluxo de veículos particulares nas ruas, descongestionando o trânsito e reduzindo a emissão de gases poluentes e diminuir o índice de acidentes urbanos. Constituída de um total de 50 bairros, alguns em crescente desmembramento, a estrutura urbana de Boa Vista está mapeada de informações que auxilia o tráfego turístico com placas de sinalização para orientar o acesso aos bairros e todo o tráfego urbano. Na fotografia a seguir pode-se verificar a forma como a cidade oferece acesso aos bairros e à região central. Expressa a sensação de liberdade e de acolhimento dados importante para uma cidade de tendência criativa, como aborda Florida (2005).



FOTO 7 - Vista aérea do Centro de Boa Vista
FONTE: www.prefeituradeboavista.com.br

A fotografia ao lado expressa o caráter inovador da cidade, demonstrando parte de seu potencial criativo presente na cultura local, que se destaca através da arquitetura moderna com lindos monumentos, praças, prédios, avenidas, parques, centros culturais e um destaque especial para o aeroporto com uma arquitetura totalmente remodelada pela INFRAERO em *design*, tamanho, lazer e tecnologia.

Destarte, oferece uma infraestrutura de qualidade para o desenvolvimento socioeconômico, com potencialidades atrativas de talentos para a cidade e expressão tecnológica inovadora (FLORIDA 2005). Entre outros pontos importantes que refletem esse

potencial criativo, vale destacar ainda, no centro da cidade, o Complexo arquitetônico do Centro Cívico que abriga outros pontos turísticos importantes da cidade, como mostra a fotografia, tornando a cidade mais atraente e divertida.



FOTO 8 - Monumento aos Garimpeiros
FONTE: Acervo próprio

O Monumento aos Garimpeiros foi erguido em homenagem ao grande período em que o garimpo movimentava a economia local, na década de 70 e 80, o que contribuiu para o crescimento multi e intercultural da cidade. Atualmente serve de ponto turístico cultural, presente nos cartões postais da cidade.

No conjunto do complexo arquitetônico, como expressão do potencial turístico cultural, entre outras obras encontra-se o Palácio Senador Hélio Campos, sede do Governo Estadual, localizado na praça do Centro Cívico, local muito usado para comemorações diversas. Ademais, a praça tornou-se espaço cativo e tradicional dos festejos juninos promovidos pela prefeitura e que a cada ano se configura como expressão artística e cultural da identidade boavistense, além de seu impacto econômico e social através da geração de emprego e renda, movimentando a economia local. Vale destacar também, por sua representatividade cultural, a Cathedral Cristo Redentor. Localizada no centro da cidade, expressa uma arquitetura inovadora é sem dúvida um dos locais mais visitados da cidade, devido a sua função como templo religioso, sua beleza e localização estratégica também na praça do centro cívico.



FOTO 9 - Cathedral Cristo Redentor
FONTE: www.prefeituradeboavista.com.br



FOTO 10 - Palácio da Cultura
FONTE: Acervo próprio

Já o Palácio da Cultura com arquitetura moderna e futurista, localizado ao lado do Centro Cívico de Boa Vista, tem um relevante papel no desenvolvimento sociocultural e econômico da cidade. É o local onde se pode encontrar uma das expressões mais forte do caráter multicultural de Boa Vista, por ser um espaço muito usado para realização de grande

eventos culturais, econômicos e sociais educativos. Abriga a maior biblioteca pública do Estado, com espaço para oficinas de teatro e artesanato, além de ser palco de exposições artísticas de fotografias, cerâmicas e artes plásticas.

4.3.3 Inovação urbana e qualidade de vida em Boa Vista

O tema da qualidade de vida no espaço urbano, está avizinado pelo desenvolvimento socioeconômico, que vem se tornando cada vez mais dependente do potencial inovador criativo da cidade (FERREN, 2010). Nesse sentido concorda Reis (2007), ao destacar o desenvolvimento social e econômico da vida urbana, a partir da economia do conhecimento e da criatividade, aliadas a vocações regionais, categorias imprescindíveis na sistematização da estrutura física de uma cidade, como é o caso de Boa Vista.

Entretanto, verifica-se que já na década de 1940, quando os automóveis ainda não eram um problema urbano e em Boa Vista poucos existiam, o projeto da cidade de Boa Vista já contava com ruas extremamente largas, sendo a avenida principal com cem metros de largura. Estas dimensões, aparentemente exageradas para a época, já expressavam um potencial criativo inovador com visão de futuro. Destarte mostrando-se de acordo com o progresso dos anos seguintes, fazendo com que a cidade conservasse a qualidade da vida urbana ao longo dos anos. Desse modo, pode-se visualizar nas fotos seguintes detalhes da sistematização da praça das águas, que se constitui como um verdadeiro complexo de lazer, serviços de *fast food*, diversão, lanchonetes e artes musicais, pinturas, teatro, danças tudo ao ar livre, além da beleza indiscutível.



FOTO 11 - Vista aérea da Praça das Águas
FONTE: Blog do Rocha



FOTO 12 - Fonte na Praça das Águas
FONTE: Blog do Rocha

Com seus diversos chafarizes e fontes de água, proporciona ainda um charme a mais à cidade. A população recebeu de presente na noite de *reveillon* de 1999 para 2000, o Portal do Milênio, monumento que passou a fazer parte do desenvolvimento socioeconômico e cultural de Boa Vista. Ainda como expressão do potencial socioeconômico e cultural criativo, destaca-se também o Centro de Turismo, Artesanato e Geração de Renda Velia Sodré Coutinho. O local conta com amplo espaço onde são realizados shows, além de outros eventos como a academia ao ar livre promovida pela prefeitura, feiras de *design*, teatro livre e eventos religiosos. O espaço tem capacidade para mais de 8 mil pessoas, além de núcleo permanente de exposições artísticas, lanchonetes e restaurantes com vista panorâmica para a Praça das  guas, que se identificam como potencialidades socioeconômicas (LANDRY, 2004) criativas e inovadora, estimulando “talento, tolerância e tecnologia”.



FOTO 13- Praça Velia Coutinho
FONTE:Acervo próprio



FOTO 14 - Centro de Turismo, Artesanato e Gera o de Renda
FONTE:Acervo próprio

Inaugurado no aniversário de 113 anos de Boa Vista, o Centro de Turismo, Artesanato e Gera o de Renda é compreendido como a principal área de lazer cultural e esportiva da capital. Nesse sentido expressa o perfil multicultural e parte do caráter econômico informal da cidade (GOLGHER, 2009), dados fundamentais para definir uma cidade de tendência criativa.

Diante desse contexto orgânico e socioeconômico de Boa Vista, vale destacar ainda o Complexo Ayrton Senna, localizado no centro da cidade, ligado ao conjunto arquitetônico da praça das  guas. Seus 3 km de quadras esportivas (t nis, vôlei, futebol de salão, *society* e basquete), pistas de *cooper*, *bicicross* e *kart*, quiosques de sucos, guaran  da Amazônia, sanduíches, sorvetes, bares e restaurantes, tem representatividade importante na economia da cidade, além de expressar a interse o intercultural entre as pessoas, principal potencialidade criativa da cidade a ser explorada, demonstrando seu caráter tolerante, como aborda Florida (2005).

Destarte, no universo da busca pela qualidade de vida a partir do desenvolvimento de potencialidades socioeconômica criativas e inovadoras, é comum encontrar nas periferias da cidade (bairros), praças com infraestrutura para vários tipos de esporte e lazer. Como exemplo, a Praça José Félix Corrêa Neto, tem um conjunto de quadras de tênis, vôlei de areia e futsal, parque infantil, área para ginástica, pista de *cooper*, banheiro e lanchonetes que agrega valor econômico e qualidade de vida.

Outro espaço de grande expressividade criativa e cultural que tonifica a economia da cidade, a partir de eventos caracterizados pela indústria cultural de Boa Vista é o Parque Anauá. Desse modo, o parque é, de fato, mais um espaço de produzir cultura em Boa Vista. Nesse sentido, Laurence e Phillips (2009, p.8), “acrescentam a ideia de indústrias culturais múltiplas que compartilham a atividade comum de produzir cultura, mas que são diferenciáveis em aspectos relevantes ” de grande amplitude econômica e social. Não obstante, é considerado o maior parque da Região Norte brasileira, possui um moderno espaço coberto para shows denominado Forródrômo, Praça de alimentação, a maior pista de *bicicross* da região Norte, uma pista de kart, anfiteatro, museu, parques infantis, parque aquático público recém-reformado, espaço para aerodelismo, restaurantes, lanchonetes, lago, fontes e escolas. Está sempre sendo utilizado em mega eventos ou *shows*.

De acordo com projetos do governo do estado, pode ser o local das futuras instalações da Universidade Estadual de Roraima, constituindo-se também em um grande centro de ensino, pesquisa e tecnologia da região norte do país. A cidade conta ainda com um segundo grande parque municipal. O Parque Municipal Germano Augusto Sampaio. Com finalidade social e econômica, a criatividade e a inovação se expressa através de um Centro de Artesanatos que tem o objetivo de geração de emprego e renda local. Sua finalidade é melhorar a qualidade de vida, beneficiando os artesãos do bairro e os jovens do Projeto Crescer.

4.3.4 Comodidade, belezas naturais e lazer como potencialidades criativas de desenvolvimento socioeconômico em Boa Vista

Os benefícios de setores econômicos como a hotelaria, gastronomia, comércio e a geração de ocupação e renda para a população local, que, por sua vez, impacta também no

restante do estado, é elemento fundamental na efetivação da tendência criativa de uma cidade (REIS e URANI, 2009), principalmente numa cidade jovem, de porte médio e inovador, central, em relação às demais cidades vizinhas, sejam nacionais ou fronteiriças, como se desenha o perfil de Boa Vista. Quanto à hotelaria, tem sido feito grandes investimentos no setor e atualmente a cidade é bem abastecida de hotéis com preços variados, sendo a maioria de fácil acesso, localizados em áreas centrais da cidade.

Por outro lado, o lazer cultural fica por conta dos atrativos naturais da cidade, representados pelas belas praias de água doce que se formam no período de seca (outubro a março) do Rio Branco. Ademais, a atratividade desses espaços de lazer converte-se em potencialidades econômicas e sociais, impactando a economia local. Entre as diversas praias e balneários, os locais mais frequentadas são a Praia Grande, Ilha de Várzea a 6 km de Boa Vista e; enquanto que a Praia da Água Boa, a 15km do centro da cidade, localizada no Rio Cauamé, com seus atrativos culturais e artísticos, atraindo o público visitante, principalmente nos finais de semana.

Nesse sentido como aborda Matarasso (1997), as artes e os ambientes artísticos, além do lazer, expressam papel determinante no desenvolvimento e na coesão social, impactando no desenvolvimento pessoal, na identidade e na imagem local e, finalmente, na qualidade de vida e no bem-estar socioeconômico da comunidade. Destaca-se ainda noutras de menor expressividade cultural e econômica, mas também muito utilizadas pelo turismo local como: Caçari, Curupira, Polar e Cauamé, todas dotadas de infraestrutura de apoio e serviços de bares e restaurantes, atendendo a demanda turística local e gerando impacto social e econômico no desenvolvimento urbano sustentável da Cidade.

4.3.5 Aspectos multi e interculturais de Boa Vista: ambiente de diversidade e tolerante

A cidade de Boa Vista é compreendida no meio artístico como sendo um caldeirão cultural, dado a diversidade étnica, configurando em hábitos e costumes que se interagem harmoniosamente, consolidando em potencialidades socioeconômica inovadoras, conforme destaca o cantor e compositor Serginho Barros em entrevista concedida à TV Roraima. Nessa perspectiva, concorda Florida (2005), ao definir cidade criativa como sendo “caldeirões de

criatividade nas quais a energia criativa dos seres humanos pode ser transformada em novas formas de interação comunitária”.

Nesse sentido o contexto reflete elementos histórico-social e econômico ligados ao processo de colonização do território de Roraima, pelos portugueses, com disputa de terras por ingleses, espanhóis e holandeses. Dado gerador de uma coexistência de contato entre os indígenas, locais importando traços culturais do não indígena nas famílias indígenas e vice-versa. Haja vista que, os indígenas constituem povos autóctones que habitam esta região desde tempos imemoriais (BAINES, 2007).

Por outro lado o fenômeno da migração para Roraima se desvela a partir de fatos de ordem social e econômico, como: a seca nordestina de 1877, o declínio do apogeu da borracha (1910-1913), no Amazonas, a descoberta do garimpo na década de 1980 e o incentivo governamental para a colonização do território de Roraima. Nesse sentido, a busca de melhores alternativas econômicas de sobrevivência, estimulou um fluxo migratório para Roraima, com grupos originários, principalmente, do Maranhão, Ceará, e, sucessivamente, famílias inteiras de todo o Nordeste brasileiro, além da região Sul.

Atualmente o que mais atrai imigrantes são os empregos gerados por concursos públicos, por parte dos brasileiros, e, comércio em geral por parte de guianenses, venezuelanos, bolivianos. Essas pessoas trouxeram seus costumes, suas histórias, sua visão particular de mundo, marcando assim o desenvolvimento econômico, social e político de Boa Vista. Dados que se constitui num conjunto de potencialidades criativas capazes de elevar a qualidade de vida de forma sustentável, gerando riquezas e bem-estar social para a sociedade boavistense e de todo o Estado. Diante desse contexto, no conjunto de suas riquezas, a que se destaca com maior grau de importância é sua própria população. Ademais, Lerner (2009), observa que quanto maior a sociodiversidade, maior a capacidade de abarcar a multiplicidade, mais humana e criativas a cidade pode se tornar. Nesse sentido concorda com a ideia de Landry (2005), ao propositar que o conteúdo mais importante numa cidade de tendência criativa são as pessoas. No caso de Boa Vista, são pessoas que sabem valorizar o que a cidade possui, destacando seu patrimônio histórico-cultural e sua diversidade etno-cultural.

Nesse sentido, destaca-se movimentos sociais como a Associação Roraimense pela Diversidade Sexual (Grupo DiveRRsidade), que em 2010 realizou a 7ª Parada pela Diversidade Sexual, composta por gays, lésbicas, bissexuais, travestis, transexuais e toda a população que simpatiza por esse evento que faz referência a liberdade de viver. Segundo

Rêgo (s.d), o evento conta com convidados nacionais e irreverência duplicada. Ademais desenvolve ações de ordem formativa e informativa, destacando a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis. O evento culmina com a premiação em Direitos Humanos Gay, Lésbicas, Bissexuais e Travestis (GLBT), uma maneira de homenagear aqueles que muito fizeram e fazem pelos direitos GLBT em Roraima. Expressão máxima da tolerância e porque não de talentos (FLORIDA, 2002). O evento que recebe contornos culturais e econômicos além do social. Conta com cerca de 60% dos presentes com idade entre 16 e 28 anos, em sua maioria heterossexual.

Por outro lado, ainda como expressão do caráter multi e intercultural, destaca-se em Boa Vista o Centro de Tradições Gaúcha (CTG), que a cada ano ganha adeptos vindos de outras regiões do Brasil. O centro é administrado por um Cearense, fator que mostra a harmonia cultural da cidade. Constitui-se na colônia dos pagos do Sul (RS) e já está em sua XVIII Cavalgada Farroupilha em Roraima, evento especial da Semana Farroupilha, iniciado em agosto de 1983. Em 2009, realizou o 1º Roraima *Fest Chopp*. O espaço é muito utilizado para shows, eventos beneficentes.

4.3.6 Potencialidade criativa expressa na gastronomia boavistense

Na gastronomia roraimense é possível encontrar sabores próprio do lugar, assim como das demais regiões do Brasil e de outros países, principalmente de países fronteiriços. Roraima é fruto de uma miscigenação de várias raças e costumes, o que faz de sua gastronomia uma mistura de cultura e sabores nos cardápios. O tacacá, a maniçoba, o churrasco gaúcho, o vatapá baiano e o queijo mineiro são algumas das especialidades resultantes do interculturalismo de Boa Vista. Somada a tudo isso está a culinária indígena, dando um toque regional e especial à alimentação, muito apreciada pelo turista que visitar a cidade. Desperta o paladar dos curiosos graças ao seu exuberante tempero, normalmente picante. Assim como destaca Castioni (s.d.), ao abordar o tema numa perspectiva criativa.

Por outro lado, a partir da compreensão de Landry (2004) “sobre o *genius locci*”, pode-se entender a gastronomia de Boa Vista como sendo uma característica marcante na identificação de suas potencialidades econômicas criativas. Nesse sentido, vale destacar que o café da manhã boavistense tem como especialidade do cardápio local, as delícias derivadas

da macaxeira ou mandioca, como a tapioca ou farinha de mandioca, banana frita, expressando a diversidade de sabores local.

Pé-de-moleque feito da carimã da mandioca enrolada em folha de bananeira, bolo de macaxeira, milho e cuscuz, retratando expressando o caráter cultural singular da região. Já o almoço, bem variado, conta com a tradicional caldeirada de peixe servida com pirão feito do próprio caldo com farinha de mandioca, ou ainda o guisado de galinha caipira que é outra especialidade. Além do sabor local, é possível deliciar-se com as maravilhas da cozinha árabe, indiana, italiana, francesa, ou um suculento churrasco gaúcho, uma carne de sol à moda do nordeste um acaragé baiano ou um frango com quiabo da tradicional cozinha mineira.

Como prato estritamente roraimense, merece destaques a damorida. Prato feito a partir da carne dianteira do boi, da caça ou de peixes. É originário da culinária indígena, preparado com peixe moqueado, assado como um espetinho regado à caldo de folhas de pimenta malagueta e jiquitaia, uma farinha de pimentas moídas. O turista que quiser apreciar essa iguaria terá que se deslocar até uma das diversas malocas indígenas do estado de Roraima, pois o prato não é servido pelos restaurantes da cidade de Boa Vista. O cardápio típico ainda conta com outros pratos como o chibé com carne assada, paçoca com banana e mugica de peixe.

No intervalo das refeições ou mesmo para acompanhá-las a sugestão é um dos sucos das frutas tipicamente amazônicas como o cupuaçu, a graviola, o buriti e o açaí que podem ser tomados naturalmente ou gelado e acompanhado da farinha de mandioca. Além do guaraná que pode ser bebido misturado com castanhas, amendoim, acerola e outras frutas. É nesse contexto sociocultural e econômico que se configura um conjunto de potencialidades que devem ser exploradas visando o crescimento econômico de forma sustentável para Boa Vista.

4.3.7 Cultura e artesanato indígena: criatividade cultural e econômica

Roraima é o estado que possui a maior população indígena distribuída em diversas etnias²⁰, nas quais se evidencia-se a Macuxi, a qual é maioria também na capital. Segundo

²⁰ Segundo dados fornecido pelo Núcleo Histórico Socioambiental - NUHSA/ UFRR, a população indígena do estado é composta por 11 etnias, que são: Wai Wai, Waimiri-Atroari, Yanomami, Yekuana, Macuxi, Patomona, Taurepang, Wapixana, Ingariko, Saporá e Maiongong.

dados do IBGE – 2007, o Estado de Roraima tem 43.291 habitantes indígenas 10,4% da população total do Estado, vivem numa área de terras demarcada que cobrem 46,68% do território roraimense. Dados que reforçam a preocupação com políticas de geração de renda a partir de suas potencialidades criativas que se expressam, principalmente, no artesanato.

Reafirmando sua condição multi e intercultural, a partir de uma população miscigenada, Boa Vista possui uma produção artesanal diversificada e portanto riquíssima, com uma identidade caracteristicamente indígena. São confeccionadas peças artesanais com grande perfeição, criatividade e riqueza de detalhes que lhes proporcionam rendimentos econômicos. Dentre elas, pode-se destacar a cerâmica fabricada pelos índios Macuxis; os cintos de sementes de imbaúba, do povo Wai-wai; as peneiras de arumã, da tribo Yanomami; os trabalhos em madeira, palha e fibra e as esculturas em pedra sabão de outras etnias como Patamona, Wapichana e Ingarikó.



FOTO 15 - Artesanato Indígena
FONTE: www.portal.rr.gov.br



FOTO 16 - Artesanato Indígena
FONTE: www.portal.rr.gov.br



FOTO 17 - Peneiras de barro Macuxi
FONTE: www.roraimaemfoco.com

Também são comumente usadas no artesanato indígena: o cipó, a jacitara, escada de jabuti (tipo de cipó), o bambu, a fibra de buriti, a fibra de abacate e açaí, o mulugu, o junco, e outros vegetais na produção dos maias variados utensílios, sobretudo domésticos e bijuterias. Produzindo verdadeiras obras de artes, os colares e pulseiras de sementes são confeccionados com fios de algodão cru, sementes de imbaúba braba tingidas com urucum, mangarataia, salva do campo, crajirú ou jenipapo. O que não falta é criatividade na produção artesanal, conferindo uma qualidade singular que garante a genuinidade das obras e a impressão cultural típica dos povos indígenas de Roraima, além do impacto econômico na sociedade indígena e no mercado local em geral.

Segundo Mendonça, (2009), quase três mil peças do artesanato indígena e artefatos produzidos por artistas de Roraima foram expostos no 4º Salão de Turismo, no Parque Anhembi em São Paulo. Vitrine da cultura local para o restante do Brasil e para o mundo, o estande de Roraima no evento teve ainda apresentação de Parixara, uma dança tradicional dos

índios Ingarikó. Do ponto de vista econômico, os organizadores avaliam que foram vendidas mais de 90% das peças expostas.

A exposição contou também com trabalhos realizados por artistas do Sindicato dos Artesãos de Boa Vista e pelos adolescentes da Cooperativa Crescer, também de Boa Vista. Ademais, é comum a ideia de que a produção artesanal, ao lado de outras potencialidades criativas, constitui uma fonte de renda para a cidade, capaz de elevar o desenvolvimento socioeconômico urbano como um todo e promover inclusão social, como destaca Mcguigan (2003). Nesse sentido vale destacar dados da Secretaria do Trabalho e Bem-Estar Social do Estado (SETRABES), de que o comércio de artesanato, incluindo indígena e não indígena, movimentou R\$ 400.000,00 por ano em Boa Vista.

Como forma de comemoração cultural e incentivo à produção, no dia do Índio, são feitas exposições de artesanatos diversos, desde as famosas panelas de barro dos Macuxis, a colares de sementes, redes, artefatos de fibras de buriti, feitos por indígenas das etnias Macuxi, Ingarikó, Wapixana e Wai Wai. Vale ressaltar que a maioria das produções são feitas por indígenas já residentes em Boa Vista, mas que vão buscar a matéria prima nas aldeias ou produzem o utensílio lá e trazem pronto para vender na cidade. No incentivo ao artesanato indígena destaca-se o projeto piloto *Anna'Eese'ru*, desenvolvido com o objetivo de estimular o desenvolvimento sustentável, (FLORIDA, 2002) da prática artesanal nas comunidades indígenas de Boa Vista, preservando as tradições culturais e gerando renda para as famílias de artesãos.

4.3.8 Criatividade urbana na geração de renda e desenvolvimento socioeconômico

Entretanto, segundo o Plano Diretor (2006), mesmo contando com o maior contingente populacional multicultural do Estado e concentrando a maior parte das atividades econômicas, Boa Vista é caracterizada como uma cidade pobre, haja vista os graves problemas sociais existentes e as grandes desigualdades socioeconômicas entre sua população. Entretanto, a exemplo de Nantes (BONNIN, 2009) pode ser percebido em sua população um potencial criativo capaz de driblar as intempéries econômicas e sociais da vida,

como é o caso de dona Sandra Oliveira, artesã que viu na dificuldade econômica a oportunidade para dar um novo direcionamento socioeconômico em sua vida.



FOTO 18 - Caixinhas de revistas
FONTE: Jornal Folha de Boa Vista

Ela buscou na criatividade alternativas econômicas para aumentar a renda familiar. Utilizando revistas velhas e sua mente criativa, dona Sandra desenvolveu, a partir de revistas velhas de amostras de produtos da Natura, uma modelagem de caixas para presentes, porta-joias e outros objetos, que tão logo descobertas pela população passou a ser a principal fonte de renda da família.

“Quando os clientes viram as caixinhas, já nem queriam os sabonetes e sim a caixinha”, conta dona Sandra à reportagem do jornal Folha de Boa Vista do dia 27 de maio de 2010. Isso é criatividade e só as pessoas podem ser criativas. Como as cidades são formadas por pessoas, pode ser chamada também de cidade criativa.

Por isso como destaca Florida (2005) e Landry (2000), o patrimônio mais importante da cidade criativa são as pessoas que nela vivem. Assim como outros vários existentes, desde o artesanato, a arte e outros seguimentos da produção econômica criativa. Destarte dona Sandra é um exemplo concreto de uma Boa Vista com potencialidades para uma economia pautada pela criatividade, com tendência à cidade criativa.

Assim como dona Sandra, merecem destaques as biojoias e outros produtos feitos a base de sementes regionais que estão presentes em lojas no comércio local e também em feiras nacionais. Segundo Trajano (2010), um exemplo prático de que boas ideias rendem bons frutos podem ser encontrado no grupo que investem na produção de artesanato, principalmente biojoias e bolsas, a partir do uso de semente e fibras do buruti, que é uma planta nativa do lavrado roraimense, que constitui matéria prima abundante, empregada com manejo sustentável. A renda extra já norteia o futuro das integrantes do grupo.

Já o patuá, açaí, najá, buruti e tucumã, mais o “cipó de cabrito e chifre de diabo”, madeiras descartadas e pequena porção de massa de porcelana, são a matéria prima do trabalho de 29 artesãos que fazem parte da associação dos Artesãos e Similares de Roraima (AASRR). São confeccionadas peças como porta-retratos, porta-canetas, porta-recados, entre tantos outros objetos que servem para dar de presente e ornamentar ambientes. O

investimento é mínimo e o retorno é garantido. Estes produtos são comercializados no Centro de Turismo, Artesanato e Geração de Renda e em outros pontos comerciais da cidade (TRAJANO, 2010).

É relevante destacar a qualidade da produção e acerca disso o autor lembra “mestre” Afonso, um dos artesãos mais destacados de Boa Vista, que é “capaz de extrair da argila formas com tanto detalhes que suas esculturas parecem real”. Entretanto existem outras produções artesanais como em guardanapo e toalhas que são corriqueiramente comercializados na praça das águas da Capital, no centro comercial livre Caxambu, construído em 2009 pela prefeitura na região central da cidade. O ambiente abriga inúmeras barracas de camelôs, assim como nas grandes Feiras livres do Passarão e do Agricultor e no mercado central de Boa Vista.



FOTO 19 - Espaço Caxambu
FONTE: Acervo próprio



FOTO 20 - Feira do Passarão
FONTE: Acervo próprio

Nesse contexto, esses espaços são considerados pontos ambientes onde se pode identificar parte do potencial criativo da cidade, desde a estrutura arquitetônica inovada das construções até os utensílios comercializados, exercendo forte impacto na economia da cidade e em seu desenvolvimento social.

4.3.9 Criatividade cultural, conhecimento e tecnologia: aspectos da indústria cultural no desenvolvimento socioeconômico de Boa Vista

O potencial socioeconômico a partir de um espírito criativo inovador presente no espaço urbano de Boa Vista, deve se expressar através de iniciativas públicas (políticas) e privadas, no desenvolvimento de tecnologias que, como aborda o professor Dr. Stéfano

Florissi²¹, transcenda a produção meramente física, alcançando a integralidade mais profunda do bem estar humano na sua totalidade de ser. Não obstante, Reis (2007) entende que a produção de serviços especializados e financeiros, impulsionados pelas tecnologias de informação e comunicação na produção de conhecimento e geração de um desenvolvimento socioeconômico sustentável, emerge como condição imprescindível ao propósito de transformar tornar uma cidade criativa.

Nesse contexto, em termos de infraestrutura urbana, vale destacar que Boa Vista aparece como terceira cidade do Norte a implantar a coleta seletiva do lixo seco, sendo que as primeiras experiências piloto para implantar a coleta foram estimuladas justamente nas praias, junto aos banhistas. Nesse sentido, considerando exemplos de cidades altamente índice de desenvolvimento socioeconômico criativo, expresso em seu potencial tecnológico, Reis (2008), concordando com Florida (2002), lembra que no campo da infraestrutura urbana, a criatividade de Barcelona pode ser identificada em vários segmentos, porém o destaque fica por conta do sistema de coleta de lixo urbano, organizado a partir de um sistema de dutos de ar comprimidos, tecnologia utilizada também pela cidade de Nova York, de acordo com documentário *Discovery Channel*, em agosto de 2010.

Assim sendo, com base no contexto das potencialidades acima descritas, a partir do pressuposto estabelecido por Florida (2005), de que a tecnologia, o talento (aqueles que possuem uma licenciatura ou mais) e a tolerância (a abertura para com a diversidade e a atitude favorável à inclusão), serão fatores determinantes no desenvolvimento socioeconômico das cidades num futuro próximo, é que se pode perceber Boa Vista em seus paços iniciais nessa construção de tecnologia e conhecimento, assim como do fortalecimento de sua identidade e imagem local (ALBUQUERQUE, 2006), como potencialidades criativas capaz de gerar meios com maior competitividade econômica na Região Norte do Brasil.

Por outro lado, iniciativas de desenvolvimento tecnológico passam por incentivos à produção científica, diretamente ligada a uma estrutura epistemológica, como aborda Ferreira (2010), ao definir cidade do conhecimento como potencialidade de desenvolvimento socioeconômico urbano criativo e produtoras de tecnologias. Nesse sentido concorda com a análise feita por Florida (2002), ao definir Toronto no Canadá como cidade criativa,

²¹Professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em notas de aula da Disciplina Tópicos Especiais de Políticas Públicas I do Curso de Mestrado em Economia – UFRGS/NECAR/UFRR, do qual é professor titular.

destacando seu potencial científico, cultural e intelectual e tecnológico, que a caracteriza como cidade do conhecimento ou global.

O mesmo tratamento é dado pelo autor, conformando com o pensamento de Reis (2006) ao descrever Nova York como exemplo de tecnologia a serviço da infraestrutura urbana e do bem-estar social da cidade. Diante deste contexto, as potencialidades criativas de Boa Vista como uma cidade do conhecimento, se expressam em indicadores como os apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, (IBGE), destacando que a população roraimense de universitários está em torno de 27 mil estudantes, o que representa 6,55% da população do Estado.

Destarte, os dados mostram que esse contexto tem mudado o perfil socioeconômico da capital e de todo o Estado, que dispõe de 14 instituições de ensino superior, todas com sede em Boa Vista, disponibilizando uma variedade de cursos ofertados. Como aborda o sociólogo Vicente de Paulo Joaquim, chefe do IBGE em Roraima, esta realidade representa uma tendência que vem influenciando no perfil da população do Estado nos últimos 10 anos. Ademais, entende que o simples fato de mais pessoas terem acesso ao ensino superior representa um ganho para a sociedade roraimense e de todo o país. Com essa análise, concorda com Oliveira (2009), ao descrever a cidade do Rio de Janeiro como cidade de tendência criativa, destacando seu grande centro universitário na produção de conhecimentos e desenvolvimento de pesquisas.

Ainda segundo aborda Vicente Joaquim, o mercado de trabalho no Estado possui carência de mão de obra qualificada em alguns setores especializados, mas como o mercado está em franco desenvolvimento, ainda existirá espaço por muitos anos, diferente de algumas regiões metropolitanas do Brasil. Ao finalizar, o chefe do IBGE foi categórico ao dizer que a quantidade de estudantes nas universidades do estado de Roraima representa um salto para o futuro.

Por assim ser, representa também um conjunto de potencialidades criativas capazes de elevar o desenvolvimento socioeconômico de Boa Vista, garantindo sustentabilidade humana e o protagonismo social, conforme Pires (2010). Não obstante, Jeffcultt (2009, p.40), entende que a compreensão da economia do conhecimento encontra seu sentido de ser a partir da “economia da cultura”. Tal raciocínio abre caminho ao que propõe as tendências criativas de um comportamento econômico.

4.3.10 Criatividade cultural: potencialidades para uma economia da cultura

Na atualidade não é estranho o entendimento de que a criatividade cultural tem papel relevante no processo de desenvolvimento socioeconômico de uma cidade. Nesse sentido destaca Landry (2002), que a “renovação da cidadania e a regeneração de uma cidade passa pela criatividade cultural, reforçando a coesão social”. Não menos importante é a proposição apresentada por Afonso (2009, p.2), sobre a importância das indústrias criativas para o desenvolvimento urbano, a partir de uma economia da cultura centrada em propostas criativas e inovadoras. É nessa perspectiva que se compreende o conjunto de eventos culturais de Boa Vista, destacando as festividades de quadrilhas, principalmente da Boa Vista Junina, promovido pela prefeitura e do Arraial das Três Nações do Parque Anauá promovido pelo Governo do Estado. São eventos tradicionais que impactam positivamente a economia local, expressando a criatividade cultural e gerando emprego e renda para milhares de pessoas.



FOTO 21 - Arraial do Parque Anauá
FONTE: www.prefeituradoavista.com.br

O destaque fica por conta das comidas típicas que expressam o caráter multicultural da cidade através da culinária diversificada. São vários dias de festa e essa é uma boa oportunidade para o turista conhecer as tradições da região Norte. Há também apresentação de grupos folclóricos como o Boi Bumbá, expressão cultural própria da Região Amazônica que habita o imaginário roraimense também.

As pessoas se vestem com roupas típicas, apresentam suas danças com coreografia retratando as festas do interior e histórias que relatam desde a conquista das terras pelo cavaleiro até o casamento. Complementarmente, ocorrem apresentações de grupos musicais e folclóricos regionais, nacionais e internacionais. Desse modo, (ALBUQUERQUE, 2006), exprime a globalização cultural através da circulação internacional dos bens culturais, conduzindo o triunfo de uma “cultura de entretenimento, que ao desintegrar a “cultura urbana”, cede lugar a uma rede global de centros de entretenimento, conforme Münch (1999)

Por outro lado, dentre as festas religiosas Boa Vista conta com a Festa de São Sebastião em 20 de Janeiro e a Festa de São Pedro, procissão de barco no Rio Branco e terrestre saindo da Igreja Matriz para a Igreja de São Pedro, além do Círio de Boa Vista realizado no segundo domingo de outubro. O conjunto das produções culturais baseados numa economia da cultura, é composto pelo tradicional Carnaval de Rua, o *Foliavista*, com blocos e alegorias, coroação de Rainha e Rei Momo, realizado na 2ª semana de outubro. Conta ainda eventos desportivos como o Torneio Internacional de Mountain Bike, realizado no sábado de aleluia e domingo de Páscoa. Merece destaque também os eventos comemorativos do aniversário do município de Boa Vista, em 9 de Julho, com a famosa e tradicional corrida 9 de Julho.

Destarte, as potencialidades criativas para o desenvolvimento socioeconômico de Boa Vista podem ser identificadas ainda nos demais eventos culturais e econômicos como a Feira da Moda de Roraima, realizada na primeira quinzena de maio e a Feira do Comércio e Indústria de Roraima (FECOMIR), realizada na primeira quinzena de dezembro. São eventos organizados com palco, tablado, barracas, espaço para vendedores ambulantes livres e artesãos. Na ala empresarial, as arquibancadas são preparados para o público visitante que lota o ambiente. O ambiente a céu aberto é preparado de forma a transmitir um ar de liberdade, porém é devidamente decorado. Durante os dias de festa, convivem juntos: artesãos, comerciantes, vendedores ambulantes e trabalhadores indiretos. Tudo isso se traduz por geração de emprego e renda e valorização dos artistas locais, como também expressam os festivais musicais.



FOTO 22 - Show de Músicas
FONTE: www.roraimaemfoco.com

A produção artística musical, muito atraente (FLORIDA, 2002) em Boa Vista através dos festivais, faz parte do conjunto da indústria cultural (AFONSO, 2009) da cidade, dinamizando a economia da cultura. Entre eles destaca-se o Festival de Música de Roraima (FEMURR), em sua XI edição, com show de gravação do CD e DVD das melhores músicas. No festival, são premiados as três melhores músicas, além do melhor intérprete e melhor letra.

Apresentações inusitadas, como a música “Rock na Maloca”, e com ritmo que misturavam *funk*, *jazz* e calipso, como as composições “Outros Brasis” e “Roraimeriar”. As apresentações animam e empolgam o público nas duas noites do festival. Além dos artistas locais, na última edição foram registradas também participações de artistas de Manaus, Amapá, São Paulo, Pará e Minas Gerais.

Outro evento importante nesse universo cultural, fica por conta da Mostra de Música Canta Roraima. São inscritas músicas inéditas ou já gravadas que expressam a criatividade artístico-cultural. Criada em 2005 com a intenção de fortalecer e divulgar composições que mostrem a diversidade musical do Estado, a mostra Canta Roraima é uma parceria do Sesc Roraima e da Prefeitura de Boa Vista. Em 2007, dessa mostra musical foi escolhida a composição que melhor representava a cultura musical do Estado para participar do Festival de Música Cidade Canção, realizado em Maringá – Paraná. Uma maneira de tornar a cultura roraimense conhecida nas demais regiões do Brasil.

Conta também nesse acervo musical o Festival de música Canto Forte, que segundo Rodrigues (2010), é patrocinado pela Rebouças & Cia. por meio da Lei Estadual Nº 318 de 31 de dezembro de 2001, que disciplina a concessão de incentivos fiscais de estímulo à realização de projetos e empreendimentos culturais no Estado de Roraima. Nesse sentido o Art. 3º da Constituição do Estado de Roraima, em seu parágrafo III, propõe incentivar o intercâmbio socioeconômico, cultural, político e ambiental, no âmbito dos Estados da Amazônia Legal. Por outro lado, o Art. 157 estabelece que a cultura e a tradição roraimenses, alicerçadas na criatividade popular, na troca de experiências e informações e no saber do povo, terão prioridade pelo seu caráter social e por constituírem base na formação da identidade do Estado.

Destaca-se também o Yamix²², um evento artístico-cultural idealizado pela Universidade Estadual de Roraima (UERR), organizado pelo professor Dr Devair Antônio Fiorotti. O evento teve sua II edição em 2009 e contou com a presença de acadêmicos e convidados do Brasil e da Venezuela, com uma grande variedade musical, teatral, dentre outros. De acordo com Fiorotti (2010), além da UERR, evento foi organizado pelas instituições: Faculdade Atual, Faculdade Cathedral, Instituto Federal de Educação Tecnológica (IFET) e Universidade Federal de Roraima (UFRR).

²² Segundo Fiorotti (2010), a palavra possui radical de origem indígena, que além do radical a palavra possui um “mix” cujo principal conteúdo é a diversidade.

Como consta em seu projeto, os principais objetivos do evento são: Propiciar atividade cultural no ambiente acadêmico de Roraima; Divulgar os talentos locais, no ambiente universitário; Propiciar maior integração entre as instituições de nível superior de Roraima; Promover reflexão por meio da arte em relação à realidade sócio-político-cultural; promover a integração entre o meio acadêmico e a comunidade em geral e discutir o ensino de artes no Estado.

Diante desse contexto, vale lembrar aos amantes da música eletrônica, que o *SpacePulse-Eletronic Music Festival*, conta com a presença de atrações musicais regionais, além de dez Djs, que tocam os mais diversos tipos de estilos eletrônicos. O objetivo do evento é valorizar a música eletrônica produzida em Roraima. É organizado no ambiente uma área de lazer com brinquedos temáticos, como cama elástica, *lupping*, martelo e futebol de sabão. Acentos acolchoados, popularmente conhecidos como “pufes” fazem parte da composição de uma área de descanso, onde as pessoas podem relaxar e se sentirem à vontade, lembrando o Savassi Festival de Belo Horizonte, descrito como potencial criativo da cidade por Golgher (2009). No evento também acontece um show de “Pirofagia”, onde instrumentos específicos para este tipo de arte são manipulados em chamas, geralmente ao som da música eletrônica.

Merece destaque também o Festival Roraima Gospel de música sacra. Seu objetivo primeiro de adoração a Deus não exclui seu caráter artístico, cultural, econômico e social. Para isso, há uma grande diversidade de estilos musicais que são executados pelos artistas, como: Forró, Pop Rock, Reggae, Adoração, pagode, entre outros. Outra meta é a de incentivar os artistas locais a prepararem seus próprios trabalhos e assim divulgar ao público, servindo também como fonte de renda. A exemplo da cidade de Guaramiranga no interior do Ceará que na concepção de Carvalho (2010), desenvolveu o “Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga”, tornando se a bandeira de mudança e visibilidade da região, sustentada por uma estratégia sólida e uma série de ações enredadas.

Concordando com a visão do autor, Reis e Urani (2009), acreditam que o festival possibilitou a Guaramiranga uma dinamicidade econômica e social. Partindo deste pressuposto comparativo, os festivais de Boa Vista, associados a outros eventos culturais como o teatro, sistematizados mediante os princípios da economia da cultura (FLORISSI e WALDEMAR, 2007), podem estimular e desenvolver a criatividade, atraindo talentos (FLORIDA 2002), harmonizando potencialidades criativas econômicas com desenvolvimento sustentável humano.



FOTO 20 - Apresentação teatral
Fonte: Folha de Boa Vista

No que diz respeito ao teatro como potencialidade de desenvolvimento socioeconômico, vale ressaltar que a criatividade é bastante expressiva em Boa Vista artístico-cultural (ALBUQUERQUE, 2006), fortalecida pela multiculturalidade que compõe a cidade. Existem vários grupos teatrais, dentre eles destaca-se Cia Locômbia.

Este grupo, faz parte do Projeto Circulação Teatro, com apresentações nas escolas de Boa Vista e demais municípios e comunidades indígenas. Sua origem foi motivada pela necessidade de acompanhar o crescimento socioeconômico e político do Estado de Roraima. Segundo, Beatriz Brooks, atriz e diretora a criação do programa cultural, realça e valoriza a cultura ancestral e desperta, nos estudantes e público em geral, uma consciência ecológica e também o respeito à diversidade cultural própria do Estado.

A Federação de Teatro de Roraima (FETEARR), foi criada em 2007, unindo sete grupos: Criart Teatral, Cia. Arteteatro, Cia. do Lavrado, grupo A Bruxa tá Solta, grupo Malandro é o Gato, Reverbel (do município de São João da Baliza) e Locômbia Teatro de Andanzas (FETEARR, s.d.). Segundo seus organizadores o objetivo é fortalecer a dramaturgia roraimense e ampliar as opções de cultura, lazer e renda da comunidade. Concorda assim com o propósito da indústria cultural. Destarte, Jeffcutt (2009, p.47), ao tratar o tema, destaca seu papel na “geração de emprego qualificado e de alto valor agregado” aos bens culturais.

Assim sendo, a ação que reúne os grupos de teatro federados, é realizada a cada dois meses em uma das praças da cidade, e consiste na apresentação de diversos esquetes teatrais (cenas curtas) voltadas para o público de todas as idades. Desse modo, de acordo com a FETEARR, eventos como Banquete Teatral e a Mostra de Esquetes já fazem parte do calendário anual da Federação. Relata que a Mostra de Teatro reúne espetáculos de grupos teatrais locais, de outros estados e também artistas da Venezuela. Nesse sentido, é compreensível o dado de que o desvelamento de potencialidades culturais a partir da criatividade, tende a aumentar a oferta de bens culturais (FLORISSI e WALDEMAR, 2007), estimulando também a demanda por esses bens.

4.3.11 Museu Integrado de Roraima: potencialidade socioeconômica e cultural

Inaugurado em 13 de fevereiro de 1985, o Museu Integrado de Roraima (MIRR) está instalado dentro do Parque Anauá. Conta com um grande acervo permanente de objetos da cultura e material representativos dos grupos étnicos que habitam Roraima, caso dos Yanomami, Wai-Wai, Yekuana/Moingong, Macuxi, Taurepang, Ingarikó, Wapixana e Waimiri-Atroari. São artefatos arqueológicos e objetos da história cultural referentes à ocupação colonizadora da região. São peças raras de valor histórico indefinido, como um pilão de granito de mais de 4 mil anos, machadinhas e urnas funerárias. Além de amostras de insetos e plantas locais.

Entre seus projetos, destaque para o trabalho de educação e divulgação, com capacitação de professores e visitas monitoradas. Além disso, também realiza exposições temporárias temáticas, de acordo com o calendário de atividades oficiais do Estado de Roraima. Elena Fioretti, diretora do MIRR, garante que toda a história de Roraima está retratada no Museu e este é o grande objetivo do projeto.



FOTO 24 - Vista do Museu
FONTE: Fotos de divulgação do Museu



FOTO 25 - Uba indígena
FONTE: Fotos de divulgação do Museu

O MIRR possui ainda um auditório com 140 lugares, equipado para atender a seminários, encontros, palestras, cursos e apresentações artísticas em geral. O projeto Sexta Cultural, realiza shows musicais, saraus de poesias, apresentações de teatro e dança, entre outras manifestações artísticas. Neste sentido, corrobora com as observações dos autores Reis (2008), ao evidenciar o impacto do Museu Guggenheim na economia espanhola, tendo contribuído para a economia da região, além de arrecadação tributária adicional, além de um programa educacional e afins.

Com relação à cultura em Medellín, mediante incentivos econômicos e sociais, Reis (2008) aborda que o governo colocou o melhor da cultura ao alcance da maioria, incentivando a visita de estudantes aos museus. A autora observa que no museu Antioquia, com entrada livre para 90% da população, o número de visitantes ao museu aumentou anualmente de 62.000 para 550.000 visitantes.

4.4 ALGUNS DELINEAMENTOS DE AÇÕES PARA UMA BOA VISTA CRIATIVA

As ações para tornar uma cidade criativa, destacando Boa Vista, devem ser formuladas através de políticas criativas. Porém, conforme aborda Reis (2009), em conjunto com a comunidade em geral, permitindo a participação integral de atores públicos e privados na vida econômica da cidade. Nesse sentido, é fundamental perceber sua competitividade urbana. Como destaca Landry (2006, p.3), “a criatividade pode vir de qualquer fonte, abrangendo, portanto todos aqueles que respondem a um problema de uma forma inventiva”.

Com base neste pressuposto, as informações aqui apresentadas devem ser entendidas à luz da ciência econômica e compreendidas como tarefa de todos os habitantes de Boa Vista. Por assim ser, diante do estudo realizado, é possível e imperativo apresentar algumas recomendações e delineamentos de ações, que poderão ser discutidas e implementadas com o fito de tornar Boa Vista uma cidade efetivamente criativa. No caso daquelas que já estejam sendo desenvolvidas, ter sua eficácia reforçada pelo poder público integrado ao privado. Nesse sentido, dentre outros, destaca-se como dados relevantes:

- a) Promover políticas públicas criativas de desenvolvimento socioeconômico, a partir da criação de estatutos para fazer a cidade simpática, institucional, mais bonita e acolhedora, despertando o sentimento de proteção ao patrimônio histórico-cultural e o ambiente natural.
- b) Aplicação de políticas que promovam a transversalidade da cultura e a gestão compartilhada entre poder público e a comunidade, considerando o seu caráter multi e intercultural.

- c) Promover um ambiente seguro e tolerante com espaços que inspiram a criatividade e que atraia membros da classe criativa, como aposta na imagem, na marca territorial e no *marketing* urbano de Boa Vista;
- d) Desenvolver orientação voltada para o turismo cultural com vista no patrimônio cultural da cidade, como: gastronomia, lazer, histórico, diversidade e manifestações culturais;
- e) Promoção, regeneração e conservação da infraestrutura urbana, em calçamentos, estacionamentos, sinalização, reformas de parques aquáticos, praças, parques, lojas vazias e edifícios, na potencialização de incentivo à diversidade de atividades econômicas nesses espaços urbanos da cidade;
- f) Incentivo e atração de talentos e recursos humanos qualificados, com tecnologia e oportunidades para atrair a classe criativa, na criação de agências de atividades culturais, como incentivos fiscais na garantia de sustentabilidade artística e artesanal, através de financiamento para empresas, artistas e artesãos locais;
- g) Estímulo à transformação da cidade em um centro Universidades regional, estimulando a produção científica e tecnológica;
- h) Organizar um Grupo de Trabalho para avaliar a governança cultural e a infraestrutura no setor cultural, como um levantamento do que está sendo gasto em cultura, e ajudar a desenvolver o *benchmarking* com outros municípios, utilizando meios alternativos para se comunicar com o público, especialmente empresas locais, grupos culturais, e fazer um estudo sistemático e específico de exemplos de outras cidades criativas; Potencializar as bibliotecas públicas com recursos de materiais escritos, como um centro literário brasileiro com um *hall* da fama literária. Desenvolver uma área no Centro Comercial da cidade especializado em temas com produtos específicos da cultura indígena, sendo única e não em concorrência com grandes lojas, reforçando a transversalidade cultural; Potencializar o Palácio da Cultura como Centro Incubador de artistas e escritores, exposições, com a utilização do auditório para fins experimentais e teatro performances.
- l) Incentivar a criação e manutenção de grupos teatrais com exibição de conteúdos e significados culturais das tradições e lendas indígenas, em diversos locais, como escolas públicas, igrejas e faculdades, que além funcionar como espaço de receita econômica, acaba se tornando também um novo e rico espaço de mobilização coletiva e de visibilidade da criatividade desse povo;

- m) Organizar comissão de cinema para desenvolver um inventário das equipes de filmagem disponíveis, para promoção de empresas cinematográficas em Boa Vista.
- n) Promover educação para valorização da arte e da cultura em geral, no desenvolvimento de sinergia entre os jovens com formação superior, capaz de despertar um sentimento de pertença à cidade, para estimular redes socioeconômicas criativas através de exposições de novas filosofias tecnológicas e culturais.
- o) Estimular ações culturais nas escolas com investimentos e promoção de sessões cinematográficas, teatros, visita de artistas como incentivo à criatividade, assim com instalar esculturas nas escolas e outros lugares públicos. Rever a política de propriedade patrimonial e incentivar a manutenção de tais imóveis evitando sua deterioração ou mesmo destruição;
- q) Promover políticas públicas criativas de desenvolvimento socioeconômico, a partir da criação de estatutos para fazer a cidade simpática, institucional, mais bonita e acolhedora, despertando o sentimento de proteção ao patrimônio histórico-cultural e o ambiente natural. Promoção de grandes eventos culturais, festivais, grandes exposições e feiras livres de artes, tecnologia e *marketing* urbano;

Diante deste contexto, é relevante destacar que ao oferecer um marco abrangente na sistematização e implementação destas e outras ações votadas à inovação criativa urbana, deve-se estar atento também à sua validade jurídica. Nesse sentido, construir uma Boa Vista criativa exigirá de seus *stakeholders*, conforme aborda Landry (2006), habilidades de negociar com os poderes públicos as políticas e medidas mais efetivas para garantir a sustentabilidade não só da diversidade cultural mas também do que se pode chamar de ecologia social, cultural e humana. Destarte salienta Landry (2004), ao lembrar que a regeneração de uma cidade passa pela atividade cultural que por sua vez promove a renovação da cidadania e a coesão social.

Ademais, ao que proposita Reis (SANTANDER, 2009) é fundamental “seguir um fio histórico” para que se possa entender a criatividade no território urbano. Desse modo compreende a cidade como um ser vivo geograficamente localizado, fisicamente assentado em um traçado viário e administrativamente autônomo mas, acima de tudo, em constante mutação. Não obstante, entende que “a cidade é formada por pessoas e suas relações físicas, sociais, culturais e econômicas”. Por assim ser, identificar Boa Vista como uma cidade com potencialidades criativas mediante um conjunto de ações inovadoras (PACHECO, 2008),

pode ser sinônimo de talento, com capacidade para atrair investimento e massa crítica que permitem, com base nesse modelo, acelerar os níveis de criação de riqueza da região.

5 CONCLUSÃO

As discussões e debates acerca da proposta de desenvolvimento socioeconômico sustentável que orientam as cidades consideradas de tendência criativa, como apontam este estudo, na concepção de gestores criativos e de muitos estudiosos do tema, deve partir, sobretudo, de uma interseção positiva entre atores públicos e privados, em conjunto com toda a comunidade. Nesse sentido, é importante salientar que as metas e objetivos estabelecidos visem não apenas a eliminação das barreiras à criatividade inovadora urbana já existente, mas também que não permitam o surgimento de outras barreiras.

Com base nesse pressuposto, considera que para tornar Boa Vista uma cidade criativa, demanda não só um conjunto estratégico de ações, mas mormente responsabilidade e seriedade na condução de políticas de regeneração urbana, capazes de estimular a produção cultural como fonte de desenvolvimento socioeconômico. Nesse contexto, destaca-se tanto a produção cultural como aquelas que geram significado simbólico, quanto aquelas que não fazem referência ao símbolo e envolve qualquer tipo de atividade criativa.

Por outro lado, em termos gerais, a pesquisa considera também que embora a associação entre criatividade e produtos e serviços diferenciados não seja novidade, passou a receber maior atenção com o despertar de várias tendências paralelas, que se amalgamaram, reforçando-se umas às outras. Entre elas, destaca-se o advento da economia do conhecimento e a expansão da representatividade econômica pautada pela criatividade, conhecida como indústrias culturais e sua circulação em meios digitais. Não menos importante está o dado da maior disponibilidade de tempo para lazer nos países desenvolvidos, componente já bastante conhecido e apreciado por grande parte das populações habitantes de países em desenvolvimento como é o caso do Brasil.

Não obstante está o fenômeno do acirramento da globalização influenciando fortemente na produção e distribuição de produtos em geral, gerando calorosos debates acerca da identidade e da democracia de acesso aos bens e serviços culturais. Nesse conjunto, alguns estudiosos do tema inserem também o declínio paralelo de algumas das tradicionais

locomotivas da economia, além do desenvolvimento e fomento de uma nova visão da cultura com caráter transversal.

Partindo de tais pressupostos, é importante a percepção de que as ideias, a criatividade e a cultura são essenciais para o desenvolvimento socioeconômico na era da criatividade. Com base nessa proposição, os dados coletados nesta pesquisa científica consentem sintetizar conclusões e fazer inferências sobre as perspectivas de desenvolvimento socioeconômico para Boa Vista, a partir de seu potencial criativo, expresso em sua realidade multi e intercultural. Nesse sentido, investiga a necessidade de despertar o potencial criativo de todos os seus habitantes, assim como utilizá-lo na geração de bem estar social, a exemplo de outras cidades de tendência criativa descritas neste estudo, que souberam se reinventar economicamente.

Partindo dessa proposição, a interpretação e análise qualitativa dos dados coletados junto aos segmentos observados, mostram que a pesquisa alcançou o objetivo geral porque através da investigação do potencial criativo de Boa Vista, identificou condições favoráveis a uma economia criativa e inovadora para seu desenvolvimento socioeconômico, frente sua realidade multicultural. Nesse contexto, verifica a necessidade de estímulo ao surgimento efetivo de uma classe criativa capaz de impulsionar a vida econômica, social e cultural da cidade, assemelhando a outras cidades nacionais e internacionais que trilharam e trilham o caminho da criatividade como ferramenta de desenvolvimento socioeconômico sustentável.

Destarte, conforme as informações obtidas através da investigação bibliográfica, documental e observação de espaços e ambientes de tendência criativa, foi possível identificar índices de talento, tolerância e tecnologia, consolidado em dados expressos no grau de boemia, expressões da identidade do lugar através da cultura e da infraestrutura urbana da cidade. Nesse sentido, considera-se o patrimônio histórico-cultural, assim também as inovações arquitetônicas e outros elementos expressos pelo espírito próprio de Boa Vista, como potencialidades que permitam a expansão de indústrias criativas, mas também perspectivas globais de negócios.

Nesse intuito, destaca a importância de políticas criativas de desenvolvimento socioeconômico capaz de viabilizar a sustentabilidade urbana, avaliando de forma conclusiva as ações conjuntas dos seguimentos públicas e privadas, com vista a determinar os proveitos, o tipo de pessoas que habitarão a cidade, as relações que forem construídas, os parceiros escolhidos e as opções que estarão à disposição da sociedade boavistense no futuro. Destarte, outro fator de destaque foi enfatizar dados nacionais e locais que desvelam as principais

iniciativas de legislação acerca da organização urbana, dotados com finalidade de bem estar socioeconômico e humano.

Nesse sentido vale destacar que foi cumprido o propósito de responder à pergunta da pesquisa, observando o rigor científico que tornou claro a importância de se avançar científico e tecnologicamente, além e, sobretudo, da atração de talentos. Desse modo, considera que para competir por esses ativos, Boa Vista terá que estar pronta para providenciar trabalhos atraentes e desafiantes, mas também um envolvimento próprio que exprima seu *genius locci*.

A viabilização deste estudo está fundada em indagações para a investigação, a definição de hipótese, um objetivo geral e três objetivos específicos que foram plenamente alcançados a partir dos dados obtidos. Assim foi possível responder satisfatoriamente aos objetivos estabelecidos que visavam: identificar os conceitos e os principais aspectos teóricos e históricos da cidade criativa como possibilidade de desenvolvimento socioeconômico urbano, desenvolvido no segundo capítulo; demonstrar as características de algumas cidades criativas, relacionando como exemplo de criatividade para Boa Vista, desenvolvido no terceiro capítulo; descrever o potencial criativo/inovador de Boa Vista/RR enquanto possibilidade de desenvolvimento socioeconômico numa realidade multicultural e intercultural.

Nessa perspectiva, ancorada no aporte teórico, o resultado extraído à luz da ciência, foi possível alçar provas empíricas que viabilizaram a consecução de respostas para provar e explicar objetivamente a hipótese de que o potencial criativo presente na realidade multicultural de Boa Vista, poderá ser aproveitado na geração de um desenvolvimento socioeconômico sustentável, capaz de transformá-la numa cidade criativa, a exemplo de outras cidades que passaram por um processo de reinvenção urbana e já demonstram indicadores de bem estar social. Ademais, a partir do êxito no cumprimento desta etapa e realização da totalidade deste estudo, espera-se que, por sua relevância, possa servir como parâmetro, auxiliando na elaboração de políticas criativa que contribuam significativamente com o desenvolvimento socioeconômico de Boa Vista, estimulando a criatividade urbana.

Todavia, recomenda-se novos estudos sobre o tema para maior êxito no processo de identificação e uso do potencial criativa de Boa Vista, refletindo em desenvolvimento socioeconômico sustentável e melhorando a qualidade de vida da comunidade. Portanto, torna-se necessário, mais pesquisas minudenciadas sobre a o tema investigado, consolidando assim a tendência criativa da cidade de Boa Vista na definição futura de sua vida econômica.

REFERÊNCIAS

AFONSO David. **Cidades Criativas. Criação de um cluster criativo na região Norte de Portugal**. 19 de novembro 2009. Disponível em: <C:\Users\usuario\Desktop\Cidades Criativas. Criação de um cluster criativo na região Norte de Portugal 5ª Cidade.htm>. Acesso em 30 abr. 2010.

ABAMPI, Gelson. **Cidades Inovadoras: crescer com qualidade é o desafio das cidades de porte médio**. Publicado 11/03/2010. Disponível em: <<http://www.santamaria.rs.gov.br/index.php?secao=noticias&id=19577>>. Acesso em 12 mai. 2010.

AGENDA 2012. **Portal da Prefeitura de São Paulo**. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/abastecimento/comusan/agenda/index.php?p=8748>. Acesso em 20 abr. 2010.

ALBUQUERQUE, Luísa Arroz. **Cidades e Criatividade: o desafio das políticas culturais municipais**. 29 e 30 de Novembro de 2006.

ARISTÓTELES. **Órganon**. São Paulo: EDIPRO, 2005. Tradução de: Edson Bini.

BARBOSA, R. Imbrózio. Ocupação Humana em Roraima I: do histórico colonial ao início do assentamento dirigido. **Boletim do museu paraense Emílio Goeldi**. Belém, 1993. P. 123-144. (Série Antropológica)

BRASIL. Constituição (1988). **Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988 com as alterações adotadas pelas Ementas Constitucionais de n. 1/1992 a 44/2004, e pela Ementas Constitucionais de Revisão de n. 1 a 6/1994 e Constituição do Estado de Roraima**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2004.

BRANDÃO, Vanessa. Folha de Boa Vista do dia 27 de maio de 2010. Boa Vista.

BENDASSOLI, Pedro F.; WOOD JR, Thomaz. **Indústrias criativas e a “virada cultural”**. Disponível em: <<http://www.pedrobendassolli.com/pesquisa/artigo2.doc>>. Acesso em 12 mai. 2010.

BOA VISTA, Prefeitura Municipal de. **Plano Diretor de Boa Vista/2006**. Disponível em: <<http://www.boavista-rr.gov.br>>.. Acesso em 12 jan. 2010.

BONNIN, Jean-Louis. Nantes, a creative city? In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAJEYAMA, Peter (Orgs). **Creative cities: Perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>>. Acesso em 15 mar. 2010.

BRESCIANI, Maria Stella M. Cultura e história: uma aproximação possível. In: PAIVA, Márcia de & MOREIRA, Maria E. (Orgs), **Cultura substantivo plural**. Rio de Janeiro, Editora 34, 1996. p. 38.

BUENOS AIRES. **Redes**. Disponível em:<http://www.buenosaires.gob.ar/areas/internacionales/redes.php>. Acesso em 18 mai. 2010.

CARVALHO, André. **O jazz mudou a vida de Guaramiranga**. Disponível em:<http://www.canalrh.com.br/revista/revista_artigo.asp?o=%7BC25E9E3F-2AFA-4FF2-BABE-F1ABAC6B9DA9%7D>. Acesso em 20 jan. 2010.

CASTELLS, M. **The rise of the network society**. 2nd ed. Vol. 1. Blackwell Publishing, 2000.

CASTIONI, Remi. **Brasília: cidade criativa?** Jornal da Imprensa. Ano 17, edição nº 737. Disponível em:<<http://www.unb.br/noticias/unbagencia/artigo.php?id=226>>. Acesso em 12 mai. 2010.

CAVALCANTI, Luiz Otávio. **Cidades criativas**. Disponível em:<http://asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?canal=36&cod=7556902&indice=110>>. Acesso em 12 fev. 2010.

CAVALCANTE, Fábio. **1º RORAIMA GOSPEL – Festival de música vai trazer 26 atrações locais**. Disponível em:<<http://universogospel1.wordpress.com/2010/04/08/1%C2%BA-roraima-gospel-festival-de-musica-vai-trazer-26-atracoes-locais/>>. Acesso em 14 mai. 2010.

Cidade da Música. **Rio Cidade Criativa**. Disponível em:<<http://cidadescriativas-riodejaneiro.blogspot.com/2008/11/cidade-da-msica-rio-cidade-criativa.html>>. Acesso em: 12 mai. 2010.

CORREIA, Marta Margarida. **Cidades Criativas: criação de um cluster criativo na região norte de Portugal**. Análise do potencial de projeção desta região como território criativo, tendo como referência a realidade britânica. 2009 Novembro 19. Disponível em:<<http://www.quintacidade.com>>. Acesso em 25 jan. 2010.

COCCO, Giuseppe; NEGRI, Antonio. O monstro e o poeta. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 03 Mar.2006.

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextane, 2000.

DISCOVERY CHANNEL. **Documentário**. 1 ago. 2010.

EWEN, S. **All consuming images: The politics of style in contemporary culture**. New York: Basic Books, 1988.

FAUSTO, A.; PRONKO, M.; YANNOULAS, S (Orgs). **Políticas públicas de trabalho e renda na América Latina e no Caribe**. Brasília: FLACSO/Brasil, Editorial Abaré, 2003.

FERREIRA, Fábio. **Salvador e Austin enquanto cidades criativas: planos estratégico e os fatores tecnologia, talento e tolerância.** Disponível em: <<http://www.cinform.ufba.br/7cinform/soac/papers/adicionais/FabioFerreira.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2010.

FERREN, Andrew. **Nova onda criativa em Múrcia.** O Estado de São Paulo. São Paulo, 09 mar. 2010.

RODRIGUES, Shirley. **Festival de música canto forte revela talentos locais.** Folha de Boa Vista, Boa Vista, 5 mai.2010.

FETEARR - Federação de Teatro de Roraima. Disponível em:< <http://teatroderoraima.blogspot.com/>>. Acesso em 16 mai. 2010.

FIFA (Federação Internacional de futebol e Atletismo). **Fifa anuncia as 12 cidades que irão sediar a Copa de 2014.** Disponível em: < <http://www.dgabc.com.br/News/5747475/fifa-anuncia-as-12-cidades-que-irao-sediar-a-copa-de-2014.aspx>>. Acesso em 14 mai. 2010.

FIOROTTI, Devair Antônio. **Apresentação YAMIX.** Disponível em: <http://yamixrr.com/>. Acesso em 13 jul. 2010.

FREI BETTO. Festa do livro e das idéias. In: **Adital Notícias da América Latina e do Caribe em 15/09/2008.** Disponível em: <<http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=PT&cod=35000>>. Acesso em 10 de mai. 2010.

FLORIDA, Richard. **The Rise of the Creative Class: And How Its Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life.** New York: Basic Books, 2002.

FLORIDA, Richard. **Cities and the Creative Class.** First ed. New York: Routledge, 2005.

FLORIDA, Richard. **Who's your city?** 2008. Disponível em:<http://creativeclass.com/whos_your_city/>. Acesso em: 14 fev. 2010.

FLORISSI, Stéfano; WALDEMAR, Felipe Starosta. Economia da cultura: uma revisão da literatura. In: VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stéfano (orgs). **Economia da cultura: bem-estar econômico e evolução cultural.** Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2007.

GOLGHER, André Braz. **As cidades e a classe criativa no Brasil.** Disponível em:<<http://www.cidadescriativas.org.br/AsCidadeseaClasseCriativanoBrasil.pdf>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2006.

HANSON, Dennis; GOMES, Maria Helena T. da Silva. **Indústrias criativas e sua relação com a propriedade intelectual.** (s. d). 1 CD-ROM. Word for Windows 7.0.

HOLANDA, J. The power of culture. In: **Creative city news.** A publication of the Creativ City Network of the Canadá. 29 de setembro de 2009, N. 103. Disponível em: Disponível

em: <http://www.creativecity.ca/newsletters/2009/n103-2009-09-29e.html>. Acesso em: 12 mai. 2010.

HARTLEY, J. Creative industries. In: J. Hartley. **Creative industries**. Londres: Blackwell, 2005, pp. 1-40.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 12 jan. 2010.

JEFFCULTT, Paul. O ecossistema das Indústrias Criativas. In: WOOR JR, Thomaz *et al* (orgs). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

JENKINS, T.N. **Economics and environment: a case of ethical neglect**. Ecological Economics. Institute of Rural Studies, University of Wales, Aberystwyh SY23 3DD, UK. 1998.

Joburg one of world's Most Creative Cities. África do Sul, Revista da imprensa. 12. January 2010. Disponível em:< <http://www.joburg.org.za/content/view/4705/266/>>. Acesso em 16 abr. 2010.

KAJEYAMA, Peter (orgs). **Creative cities: perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>>. Acesso em 15 mar. 2010.

KUNZMANN, Klaus R. **Cidades de médio porte**. Planejamento Estratégico e Governança Criativa no sul do Báltico Arc. Disponível em:<<http://openpdf.com/ebook/kunzmann-pdf.html>>. Acesso em: 18 fev. 2010.

LANDRY, Charles. **The Creative City**. Londres: Earthscan Publications Ltd, 2000.

LANDRY, Charles. **The Creative city, a toolkit for urban innovators**. London: Earthscan Publications Ltd, 2004.

LANDRY, Charles. **Lineages of the Creative City**. In: Netherlands Architecture Institute, 2005. Disponível em:<http://www.comedia.org.uk/pages/pdf/downloads/Lineages_of_the_Creative_City.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2010.

LANDRY, Charles. **Londres como uma cidade criativa**. Disponível em: <<http://www.cpu.gov.hk/english/documents/conference/e-landry.rtf>>. Acesso em 20 jan. 2010.

LAURENCE, Thomas B; PHILLIPS, Nelson. Compreendendo as Indústrias Culturais. In: WOOR JR, Thomaz *et al* (orgs). **Indústrias criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

LAZZARIN, Luiz Fernando. **Cultura e movimento grafite: identidades negociadas nos muros de Boa Vista**. Disponível em: <http://www.ulbra.br/3sbece/luizfz.pdf>. Acesso em 20 mai. 2010.

LERNER, Jaime. Every city can be a creative city. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAJEYAMA, Peter (Orgs). **Creative cities: perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>. Acesso em 15 mar. 2010.

LIMA, Rosa. **Rio, cidade criativa**. 31 de março de 2010. Disponível em: <http://www.iets.org.br/article.php3?id_article=1523>. Acesso em: 12 mai. 2010.

MASCARELL, Ferran. **Creative policies in Barcelona**. Institut de Cultura, Ajuntament de Barcelona, Barcelona: Gedisa, 2006.

MASCARELL, Ferran. **Barcelona y la Modernidad – la Ciudad como proyecto de cultura**. Barcelona: Gedisa, 2007.

MANKIW, N. Gregory. **Introdução á economia**. Tradução Allan Vidigal Hasting. São Paulo:Thopsom Learning. 2007. p 484.

MAGNO, Carlos. **Primeira oficina de diagnóstico PDTIS envolve 12 cidades**. Disponível em:< <http://secom.to.gov.br/noticia/primeira-oficina-de-diagnostico-pdtis-envolve-12-cidades/24021>>. Acesso em: 12 mai. 2010.

MARTINS, Rolando Borges. LISBON: Criative? In: REIS, Ana Carla Fonseca;

MATARASSO, F.; LANDRY, C (2010). **Balancing Act: strategic dilemmas in Cultural Policy**. Disponível em:< www.comedia.org.uk/pages/pdf/downloads/Balancing_Act.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2010.

MELGUIZO, Jorge. Medellín: a creative city. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAJEYAMA, Peter (Orgs). **Creative cities: perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>. Acesso em 15 mar. 2010.

MEEHEDFF, C.G. **Trabalho, renda e participação social: questões básicas para a atuação de conselheiros e técnicos municipais**. 1ª edição. Brasília: Plano editora, 2002.

MENDONÇA, Albani. **Artesanato indígena de Roraima para o IV Salão de Turismo em São Paulo**. ARN- Agência Roraimense de notícia. 24-Jun-2009 Disponível em:< http://www.portal.rr.gov.br/arn/index.php?option=com_content&task=view&id=3027&Itemid=53>. Acesso em 14 mai 2010.

MinC (Ministério da Cultura). **Pesquisa economia da cultura**. Disponível em http://www.cultura.gov.br/noticias/noticias_do_minc/index.php?p=14081&more=1. Acesso em 14 jan. 2010.

MIGUEZ, Paulo. Os estudos em Economia da Cultura e Indústrias Criativas. In: WOOR JR, Thomaz *et al* (orgs). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

MCGUIGAN, Jim. **Rethinking cultural policy, Buckingham and Philadelphia**. PA: Open University Press, 2003.

MÜNCH, Richard. **Mcdonaldized culture: the end of communication?**. In SMART, Barry (ed.), *Resisting*, 1999.

MUSEU. **Resgate da cultura de Roraima**. Disponível em: <http://www.educarede.org.br/educa/revista_educarede/dica_cultural.cfm?id_dica=117>. Acesso em 18 mai. 2010.

Natividade/TO e sua arte secular - a ourivesaria em filigrana de jóias artesanais em ouro e prata. Disponível em: <<http://sec.adevento.com.br/anpocs/inscricao/resumos/0001/TC1205-1.pdf>>. Acesso em 12 mai. 2010.

OLIVEIRA, Elialdo R. La sostenibilidad económica y el empleo: lucha contra la violencia urbana en Río de Janeiro. In: DI MARCO, Luís Eugênio (org). **Doctrinas y estrategias desde el humanismo econômico**. Los “Planes Esperanza” en la América india. Córdoba: Ediciones CIEC, 2009.

OLIVEIRA, Isabel Cristina Eiras de. **Estatuto da cidade: para compreender...** Rio de Janeiro: IBAM/DUMA, 2001.64p.

PACHECO, Filipe. **O ciclo virtuoso das cidades criativas**. Publicado no dia 1 de agosto de 2008, no sítio meios e publicidades. Disponível em: <http://www.meiosepublicidade.pt/2008/08/01/o-ciclo-virtuoso-das-cidades-criativas/>. Acesso em 15 mai. 2010.

PACKTER, Lúcio. **Filosofia clínica: propedêutica**. Florianópolis: Guarapuvu, 2001.

PARREIRA, C.; ALIMONDA, H (Orgs). **As Instituições Financeiras públicas e o Meio Ambiente no Brasil e na América Latina**. Brasília: Flacso-Brasil e Abaré.

PIRES, Anita. **Cidade criativa**. Disponível em: <http://floripamanha.org/vbf/?page_id=8>. Acesso em 14 fev. 2010.

PRIETO, Luis César Herrero. Economía de la cultura en España: Una disciplina incipiente. Asturia. In: **RAE: Revista Asturiana de Economía**. Nº. 23, 2002, pp. 147-175.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas**. 9 Outubro de 2006. Um comentário. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/ideias/cidades-criativas/>>. Acesso em 12 jan. 2010.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri/SP: Manole, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca. Cidades criativas, turismo cultural e regeneração urbana. In: **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento** (Org.). São. Paulo: Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, 2008, Disponível em: <<http://www.gestaocultural.org.br/pdf/Ana-Carla-Fonseca-Cidades-Criativas.pdf>>. Acesso em 12 jan. 2010.

REIS, Ana C. Fonseca; URANI, André. Creative cities – a Brazilian experience. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAJEYAMA, Peter (Orgs). **Creative cities: perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>. Acesso em 15 mar. 2010.

RÊGO, Josian. **Parada GLBT de Boa Vista acontece dia 14**. Disponível em:< <http://www.roraimaemfoco.com/colunistas/variedades-mainmenu-48/3912-parada-glb-t-de-boa-vista-acontece-dia-14.html>>. Acesso em 18 mai 2010.

RIBEIRO, Amália Maranhão; FILHO, Maurício de Rosis. **Proposta para o projeto de reciclagem das aparas do papel gráfico da Universidade Estadual de Londrina**. 2008. Monografia (Curso de Pós-Graduação em Formulação e Gestão de Políticas Públicas) - Universidade Estadual de Londrina, Florianópolis.

RICHTER, Christoph. **Transmediale 2010 esboça com nostalgia noções sustentáveis de futuro**. **CULTURA**, 04.02.2010. Disponível em: <<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5216398,00.html>>. Acesso em 14 jan. 2010.

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. Economia ou Economia Política da Sustentabilidade. In: MAY, Peter H; LUSTOSA, Maria Cecília; Valéria da (orgs). **Economia do meio ambiente**. 3 ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

SANTANDER, Grupo Brasil. **1ª edição do seminário internacional Porto Alegre Cidade Criativa.. Setembro, 2009**. Disponível em:< <<http://www.santandercultural.com.br>>. Acesso em 25 Jan. 2010.

SANTOS, Mônica Pereira. Revisitando a inclusão sob a ótica da globalização. In: SILVA, Luiz Heron (org). **A Escola cidadã no contexto da globalização**. 20.ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO. C. F.; LUCIO, P. B. **Metodología de la investigación**. 4 ed. México, Df: McGraw-Hill, 2006.

SCHIESARI, Ana Maria. Disponível em:<<http://www.revistazn.com.br/userinfo.php?uid=4>> Acesso em 20 mai. 2010.

TORRE, Pedro. **Buenos Aires considerada a melhor cidade para turismo**. JORNAL DA IMPRENSA ano 17, edição nº 736, do dia 19/02/2010. Disponível em<http://www.jornaldaimprensa.com.br/editoria_texto.php?id=9430&chave=Buenos%20Aires%20considerada%20a%20melhor%20cidade%20para%20turismo.> Acesso em 20 mai. 2010.

TRAJANO, Andrezza. Artesão usam a floresta e o lavrado para confeccionar peças sustentáveis. **Folha de Boa Vista**, Boa Vista, 14 abr. 2010. Folha Cidade, p. 11.

TV RORAIMA. **Entrevista com o artista Serginho Barros**. 14 de jul. 2010.

WERTHEIN, J.; CUNHA, C. **Investimentos em educação, ciência e tecnologia: o que pensam os economistas**. Brasília: UNESCO Brasil, Ministério da Educação, Instituto Sangari, 2004.

WILLS, Anamaria. Creative Cities: Building on wath we've learned. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAJEYAMA, Peter (Orgs). **Creative cities: perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>>. Acesso em 15 mar. 2010.

VASCONCELOS, Bruno; SUGAHARA, Gustavo; MAGALHÃES, Miguel; COSTA, Pedro. Modelos de Governança de “cidades criativas”: uma a bordagem comparativa/Parte 2. In: **Revista Obscena**. 2009.

VELLOSO, João Paulo dos Reis. Como torar o Brasil o melhor dos BRICs: a estratégia de “Economia Criativa”, voltada para a invasão e a Economia do Conhecimento-sob o signo da incerteza. In: VELLOSO, João Paulo dos Reis (org). **O Brasil e a economia criativa**. Um novo mundo nos trópicos. Rio de Janeiro: Ed. José Olímpio, 2008.

VOGLER, Hugo José. El potencial de desarrollo Del turismo histórico-cultural en Córdoba. In: DI MARCO, Luís Eugênio (org). **Doctrinas y estrategias desde el humanismo eonômico**. Los “Planes Esperanza” en la América india. Córdoba: Edicones CIEC, 2009.

WEBER, Max. Religião e racionalidade econômica. In: COHN, G. **Weber**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991. p. 142-159. (Coleção Grandes Cientistas Socias, n. 13).

ZUKIN, Sharon, (1982). **Loft living**. New Brunswick, 1982.