

Carolina Gallo Garcia¹
Stefano Florissi²

Economia criativa, cidades criativas: casos latino-americanos

Creative economy, creative cities: Latin-america cases

Resumo

O contínuo investimento no desenvolvimento criativo das cidades parte de um entendimento da vida nas cidades como fonte inesgotavelmente rica e dinâmica, tanto para o desenvolvimento humano como econômico. A partir da hipótese que uma cidade pode se tornar paulatinamente mais criativa através da articulação de sua comunidade e soluções governamentais, o presente trabalho visa apontar novas possibilidades e caminhos para o desenvolvimento com base em uma revisão teórico-metodológica de estudos sobre cidades criativas e dois estudos de caso de cidades latino-americanas que atuaram ativamente em suas renovações criativas: Buenos Aires, Argentina e Medellín, Colômbia. Ao final do artigo, buscamos compreender como tais exemplos podem auxiliar à reflexão do caso da cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Com o intuito de propiciar um debate de ideias mais aprofundado, este artigo se deterá em questões mais pragmáticas sobre modelos de planejamento urbano apoiados prioritariamente em atividades culturais, buscando evidenciar o potencial gerador de bem-estar social e econômico da cultura, bem como proporcionar subsídios teórico-práticos que justifiquem a priorização de ações na agenda de políticas públicas direcionadas ao aumento da produção local de bens simbólicos.

Palavras-chave: Cidades criativas. Desenvolvimento urbano. Políticas Públicas. Economia Criativa.

Abstract

The sustained investment in creative development of cities comes from an understanding that life in cities is an inexhaustibly rich and dynamic source for both human and economic development. Considering the hypothesis that cities can gradually become more creative by linking their community with government solutions, this paper aims to point some new paths and possibilities to develop a theoretical and methodological review of studies on creative cities as a guideline and two case studies of Latin American cities that have actively worked in their creative renovations: Buenos Aires, in Argentina and Medellin, in Colombia. At the end of the article, we seek to understand how such examples can help us to reflect on the case of the city of Porto Alegre. In order to achieve a further brainstorming, this article dwells on more pragmatic issues about urban planning models based primarily on cultural activities, seeking to highlight the potential of social and economic welfare of culture and to provide theoretical information in order to justify the prioritization of actions in the agenda of public policies aiming to increase the production of local symbolic goods

Keywords: Creative Cities. Urban Development. Public Policies. Creative Economy.

1 Graduada em Comunicação Social (2009) pela PUCRS, Especialista em Economia da Cultura (2014) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Mestranda em Planejamento Urbano e Regional (2016-2018) na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

2 Possui graduação em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco (1991), mestrado em Economia - University of Illinois at Urbana Champaign (1993) e doutorado em Economia - University of Illinois at Urbana Champaign (1996). Atualmente é da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul e professor adjunto I da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

1 INTRODUÇÃO

A concentração urbana de sujeitos que partilham interesses comuns é o ponto de partida para a formação dos grandes centros de conhecimento, que favorecem a estruturação das “instituições do saber” (BURKE, 2003). Hall (2002) observa como, historicamente, cidades são arenas inovativas e criativas, seja Florença durante o Renascimento e Paris no século XIX, conformando centros assimiladores, produtores e disseminadores de conhecimento. As primeiras grandes cidades, concebidas na transição para a Idade Moderna, eram críticas e sintetizadoras de um considerável volume de informações, que tomavam forma a partir de processamentos colaborativos, a evolução do conhecimento se constituía através de intensos fluxos intelectuais e a concentração urbana permitia otimizar interações sociais, consolidando o saber enquanto um ofício.

O surgimento da imprensa tipográfica alavancou a convergência de diferentes conhecimentos e transformações sociais provocadas pelas novas possibilidades de interagir com as informações em circulação (BURKE, 2003). As bibliotecas, livrarias, bares e cafés passavam a ser sedes de consolidação de novos conhecimentos, espaços de sociabilidade e trocas no entorno urbano, catalisadores para a criatividade, inovação, proliferadoras de saberes e fluxo contínuo de ideias.

Desde o início da modernidade, os fluxos migratórios contribuíram para avolumar os estoques de conhecimento nas cidades, onde a interação entre todos os tipos de cidadãos – de intelectuais a artesãos – deu vazão a uma profusão de saberes. Desta maneira, verifica-se que a formação de uma “sociedade do conhecimento” é, em realidade, algo que remonta às origens da era moderna, ainda que seja um tema essencialmente contemporâneo. Recentemente, Kotkin (2000) recordou que

O conceito de valor do conhecimento e o surgimento de bairros que se desenvolvem em produção baseada em arte especializada recorda a economia urbana de antes do advento da industrialização massiva. Cidades, por sua natureza, sempre têm prosperado pelo repasse de conhecimento técnico e cultural, bem como pela mistura de tradição local com estímulos exteriores. (KOTKIN, 2000, p. 53, tradução nossa).

Ao longo deste trabalho, veremos como este modelo de consubstanciação do conhecimento é extremamente atual e se reflete nas cidades criativas e na constituição de um novo modelo de turismo amplamente baseado no consumo cultural.

Os movimentos em prol da formação de cidades criativas se intensificaram a partir de meados da década de 1980, onde os projetos de revitalização urbana com base na criatividade passaram a ser distintos como motores para o crescimento ao redor do mundo, sobretudo em regiões anglófonas (REIS; KAGEYAMA, 2011). Hoje, há uma apreciável concentração produtiva de bens culturais em regiões como os Estados Unidos e Europa, e, em contrapartida, uma grande dispersão do consumo de tais bens, que dispendem de alcance imperialmente mundial.

Estudos de consumo de cultura (FEATHERSTONE apud RUPERT, 2006; SCOTT, 2001) demonstraram que o crescente fator simbólico de produtos se fez sentir no incremento de economias locais, resultando em uma convergência entre o desenvolvi-

mento cultural e econômico, uma vez que quase toda a produção de bens de consumo atual está engajada no desenvolvimento de atributos subjetivos, objetivando-se, sobretudo, na ampliação de bens turísticos urbanos. Isto resulta em cidades globalmente competitivas em decorrência das aglomerações de empreendimentos, onde proliferam empresas pertencentes às chamadas “indústrias criativas” que compreendem negócios interdependentes relacionados à moda, design, audiovisual, artes visuais, museus, espaços culturais, ao turismo cultural e áreas afins.

Nota-se que as classes artísticas frequentemente tomaram frente nestes processos, a fim de ressignificar simbolicamente áreas degradadas e abandonadas de grandes cidades, evidenciando o valor econômico de suas atividades na transição da era industrial para a economia do conhecimento. Baseada substancialmente em serviços ou produtos com alto valor agregado, Kotkin (2000) destaca

[...] a emergente economia pós-industrial, amplamente baseada na troca de informação, inspira-se nos atributos singularizantes de áreas urbanas. A medida que o comércio está cada vez mais dependente de produtos imateriais, [...] quanto mais o valor de um produto deriva de seu design, estilo e gosto [...] maior a influência da economia urbana por excelência. (KOTKIN, 2000, p.35, tradução nossa).

Logo, a base para o sucesso de uma cidade, estaria no seu “código genético”, ou seja, em vantagens intrínsecas como características originais e temporais de sua cultura que podem ser aproveitadas enquanto recursos simbólicos e econômicos (KOTKIN, 2002). Desta maneira, o capital cultural torna-se cada vez mais intercambiável com o capital econômico (BOURDIEU apud RUPERT, 2006).

Na primeira parte deste trabalho, vamos abordar alguns temas de base para uma melhor compreensão sobre a formação de cidades criativas e ponderar exemplos de revitalização de áreas urbanas bem-sucedidos com menções a Toronto e Nova Iorque - a título de referência - ainda que, devido ao elevado grau de influência global destas metrópoles, optou-se por analisar dois casos latino-americanos devido à maior proximidade de aspectos históricos, socioeconômicos e culturais entre as cidades, que resultam em modelos mais compatíveis ao caso de Porto Alegre. Na segunda parte deste trabalho, avaliaremos a importância da concentração territorial sob a ótica da economia regional e urbana; na terceira e quarta seções, abordaremos os estudos de caso latino-americanos e como estes se relacionam com a realidade portoalegrense.

2 FORMAÇÃO DE CIDADES CRIATIVAS: ESTETIZAÇÃO E TURISMO

Segundo pesquisa do Observatório de Saúde Global da Organização Mundial da Saúde (OMS), 54% da população mundial vive em cidades e espera-se um crescimento anual de cerca de 1,84% para os próximos 5 anos. Tal dado evidencia que o processo de urbanização está conectado a uma crescente demanda por infraestrutura e serviços públicos, onde há necessidade de planejamento urbano para repensar equitativamente os espaços públicos e promover a qualidade de vida de seus habitantes. No entendimento de Landry (2011) as cidades necessitam ser trans-

versalmente criativas, mas não apenas nos setores assim denominados. As cidades criativas “só podem florescer quando a administração pública é imaginativa, onde há inovações sociais, onde a criatividade existe em áreas como saúde, serviços sociais e mesmo política e governança.” (LANDRY, 2011, p. 10).

Todavia, um dos grandes debates contemporâneos versa sobre como suscitar a criatividade e revitalização de uma cidade sem aprofundar suas desigualdades com problemas como a gentrificação e polarizações socioeconômicas. A gentrificação é um fenômeno urbano de mudança de perfil sócio espacial e demográfica dos habitantes um bairro ou distrito em decorrência de sua valorização, inicialmente simbólica e, posteriormente, refletida em pecuniária através da especulação imobiliária. Verificam-se processos de expulsões informais, onde as residências da comunidade de baixa renda são adquiridas no mercado como resultado da revitalização da região.

Um caso emblemático de gentrificação em decorrência de uma retomada artística é o bairro Soho de Nova Iorque. O antigo bairro industrial e decadente da década de 1970 seria transformado pela construção da via expressa Lower Manhattan Expressway, de acordo com as francas reformas urbanas lideradas pelo engenheiro Robert Moses. Por meio de protestos da comunidade e deliberadas instalações de estúdios para impedir tal construção, o Soho foi tomado por milhares jovens artistas. Esses, engajados no impedimento da destruição do bairro foram atraídos pelos baixos aluguéis, transformando o local em um dos mais importantes centros de produção artística do mundo, além de palco para a disseminação do feminismo na arte (BERMAN, 1987) e novas ondas de movimentos da arte contemporânea.

Em poucos anos, tal revitalização tornou a região muito atraente, ocasionando o aumento exponencial de aluguéis ao atrair o capital imobiliário e produzindo a expulsão daqueles que haviam impedido a extinção do bairro. Tratou-se, assim, de um clássico caso de valorização simbólica de um território em decorrência de seu uso criativo e artístico. Kageyama (2011) argumenta que, embora os processos de gentrificação sejam difíceis de serem absolutamente eliminados, o crescimento assimétrico de uma região pode ser minimizado através de investimentos na comunidade local que permita a manutenção do desenvolvimento a longo prazo, através de um reconhecimento moral de responsabilidade cívica com o território e a comunidade.

2.1 A estetização urbana

Os centros de cidades são marcas de distinção de identidade urbana: cada qual possui traços idiossincráticos associados às suas áreas históricas. Neste sentido, irrompem movimentos de recuperação de regiões centrais pelo mundo que, muitas vezes, perpassam prioritariamente o resgate da imagem visual do espaço através de uma requalificação estética orientada ao turismo.

Em “The Moral Economy of Cities: shaping good citizens”, Rupert (2006) aborda como a ausência de investimentos públicos e privados na aparência do centro de Toronto, Canadá, alimentava percepções negativas sobre a região. A autora evidencia como os investimentos em procedimentos de estetização de determinadas áreas

degradadas foram decisivos na valoração especulativa e simbólica que permitiram o estabelecimento do rótulo de “boa cidade” à Toronto. A retomada estética da região Yonge/Dundas serviu como uma estratégia de mobilização e atração de novos públicos de interesse, alimentando novas percepções positivas.

Segundo a autora, trata-se de um caso onde a estética atuou como um campo de regulamentação e manipulação de códigos simbólicos que se ligam às aspirações dos grupos dominantes: “um traço comum nesses estudos é que a tomada da cidade reflete o estilo de vida, os gostos e preferências estéticas dos grupos que dominam o reassentamento das áreas centrais da cidade.” (RUPERT, 2006, p. 127, tradução nossa).

Desta forma, podemos afirmar que o processo de revitalização de uma cidade passa, geralmente, pela produção de uma cultura da imagem que, simbolicamente, aumenta o apelo de certos lugares para certas pessoas (RUPERT, 2006). Vale ressaltar que, para o presente estudo, esta constatação não significa rechaçar o procedimento de estetização ou tachá-lo como socialmente excludente: sabemos que as práticas de consumo são meios de formação identitária (SHIELDS, 1992) e que as classes médias e baixas tendem a reproduzir o consumo e práticas das classes dominantes. Além disto, há diversos fatores igualmente determinantes para indicar o grau de democracia de um espaço público revitalizado, como segurança, acessibilidade, transporte público, entre outros. Como mostra Argan (1995), é necessário produzir “refuncionalizações” orgânicas no processo de retomada de um centro histórico.

2.2 Turismo: o ponto-chave das cidades criativas

Como forma de auxílio à revitalização, o turismo pode ser um suporte essencial para o desenvolvimento local, desempenhando um papel importante ao fazer-nos enxergar a própria cidade através de outras “lentes” culturais, além de incentivar a formação ou retomada de laços afetivos dos cidadãos com determinadas áreas da cidade, que passam a ser mais aproveitadas por ambos, turistas e habitantes. Argan (1995) afirma que a cidade não tem uma única forma, mas sim, todas aquelas que assume na experiência cotidiana de seus habitantes, e, arriscamos incluir, também a experiência dos turistas.

A retroalimentação entre lugar e cultura, que consolida o imaginário coletivo, permite o aproveitamento das idiosincrasias locais como ferramentas de desenvolvimento urbano e social. O turismo, neste contexto, pode passar a ser um viabilizador de iniciativas e espaços de culturais e de convivência urbanos, aos quais a demanda local dos habitantes poderia ter dificuldade de manter por si, ao mesmo tempo que tais novos espaços passam a ser atrativos para novos visitantes. Assim, é possível afirmar que o turismo proporciona maior escala e escopo, permitindo a ampliação para mercados de nicho, mais sofisticados e especializados para os serviços urbanos, sobretudo referente a equipamentos culturais e de lazer.

Todavia, tal perspectiva não surge sem desafios, pois implica em grandes esforços de equilíbrio para o turismo se manter sustentável e que proporcione melho-

res níveis de bem-estar e qualidade de vida aos cidadãos. Alguns teóricos e urbanistas apontam para a tendência à “terceirização” de bairros, que se transformam em locais exclusivamente turísticos, ocasionando a expulsão da

[...] complexa diversidade do tecido urbano e, conseqüentemente, promove a monocultura econômica. Os efeitos são perda de complexidade, redução da qualidade de vida dos cidadãos, perda da personalidade e da atratividade para o desenvolvimento de atividades criativas (PARDO, 2011, p. 93).

Os elementos integrantes de uma cidade criativa vão dos mais triviais a grandes obras urbanísticas – a diversidade de praças, espaços públicos de convivência de qualidade, edifícios e eventos ao ar livre têm sido apontados como alternativas aos distúrbios urbanos cotidianos, que se produzem, sobretudo, por conta de um esvaziamento dos espaços de cultivo da alteridade na urbe contemporânea (SENNETT, 1998). O aproveitamento de margens de rios e lagos, além de sediar grandes eventos culturais são consideradas boas formas de revitalizar a cidade. Outros estudos explicitam o papel central das artes visuais através de grandes museus, bienais e feiras que atraem milhões de turistas ao ano, como o Louvre para Paris, a Bienal de Veneza e o Guggenheim de Bilbao, Espanha, que representou um marco revitalizador para a cidade.

Com estas questões em vista, torna-se necessário abordar formas de pensar a gestão das cidades na conversão do formato industrial para a presente economia do conhecimento, onde a criatividade passa a desempenhar um papel central, como um instrumento também capaz de promoção da equidade e da inclusão social para o desenvolvimento integral. Para Landry (2011), uma cidade criativa é a combinação equilibrada de infraestrutura hard (material, física) e soft (imaterial, conhecimentos tácitos, imaginário coletivo) que correspondem às maneiras que coordena seu ambiente enquanto um motor da constante renovação social e de laços cívicos.

A coexistência de atividades econômicas variadas, característica de centros urbanos, tende a garantir uma complexa heterogeneidade que, ao mesmo tempo, garante a manutenção das características *sui generis* de cada região (PARDO, 2011). Cada vez mais, busca-se rendimentos superiores através da classe criativa, onde a geração de riqueza e prosperidade de um território passa a ser medida por aspectos mais qualitativos do que quantitativos. Assim, com tal fundamentação teórica em vista, buscamos alinhar até aqui alguns dos principais fatores considerados norteadores no planejamento de “cidades criativas”, especialmente em cidades de países desenvolvidos: estetização, concentração de empreendimentos criativos e turismo, dentre outros.

A seguir, serão abordados dois estudos de caso de desenvolvimento urbano com diferentes vieses: Medellín, antiga capital mundial do narcotráfico, se tornou uma cidade criativa através de uma gestão pública de resgate social, inclusão cultural e educacional ao instalar parques bibliotecas em áreas de periferia. A segunda cidade estudada é Buenos Aires tida, historicamente, como uma das mecas turísticas e culturais da América Latina, que vem logrando seu espaço no cenário internacional

de cidades globais em destaque por suas indústrias criativas, amplamente fomentadas pela prefeitura.

3 A CONCENTRAÇÃO TERRITORIAL

Em tempos de globalização, sabe-se que as oportunidades para o desenvolvimento não se distribuem equitativamente entre países e regiões. Assim, a “importância crescente que tem o fator conhecimento e os elementos imateriais relacionados com a cultura, as competências e a capacidade inovadora” de um local (CAMAGNI, 2004, p. 261) não deve ser menosprezada. Scott (2000) argumenta que, mesmo em um mundo onde as distâncias foram encurtadas enormemente pelas tecnologias, a proximidade geográfica ainda é bastante relevante para diversas transações empresariais.

Destarte, as características locais passam a protagonizar a atribuição de valor de trocas simbólicas e econômicas e podem, através da interação entre empresas, facilitar a cooperação entre agentes sociais, fomento e acúmulo de aprendizados que reforçam as capacidades inovativas de um território. O local “ainda é um repositório de convenções e tradições culturalmente distintas.” (SCOTT, 2000, p. 4).

Camagni (2004) e Scott (2000) destacam a densa localização produtiva derivada da proximidade cultural e geográfica entre agentes e representa a base dos rendimentos crescentes a nível local, ou seja, boa parte das vantagens competitivas de empresas assentadas em um *millieu innovateur* derivam de sua localização: estes retornos funcionam como auto reforço para impulsionar as especializações territoriais. *Millieu innovateur*, que deriva da literatura de economia urbana, consiste em um entendimento do local como substrato permanente de inovações e fonte de aprendizado coletivo oriundo da cultura compartilhada.

Porter (2001) destaca que os motores do desenvolvimento econômico se deslocam, cada vez mais, da esfera macro à microeconômica, com reconhecimento da importância do ambiente externo às empresas, onde podemos destacar, principalmente, os recursos sociais, culturais e territoriais. Trata-se de uma visão “microeconômica e microterritorial” com enfoque nas particularidades subjetivas de uma localidade: a produção de externalidades pelo governo local e nacional, aliada a especificidades *sui generis* do espaço, produzem um ambiente detentor de vantagens competitivas. Como observa Barquero:

A teoria do desenvolvimento endógeno considera que a acumulação de capital e o progresso tecnológico são, indiscutivelmente, fatores-chave no crescimento econômico. Além do mais, identifica um caminho para o desenvolvimento autossustentado, de caráter endógeno, ao afirmar que os fatores que contribuem para o processo de acumulação de capital geram economias de escala e economias externas e internas, reduzem os custos totais e os custos de transação, favorecendo também as economias de diversidade. (BARQUERO, 2000, p. 18)

Desta maneira, é possível constatar que os benefícios advindos das aglomerações, conforme observado por Marshall e Porter (1996; 2011), residem na possibilidade de especialização de etapas produtivas, de diversificar a economia local e pro-

mover o aprendizado. Ainda, Kotkin (2000) provoca o debate trazendo a questão sobre estarmos vivendo uma “Nova Renascença”. Ao constatar as novas tecnologias como facilitadoras de um retorno a modelos pré-industriais, onde o processo de industrialização se caracteriza pela proliferação de redes de produção flexíveis em diversas áreas, constata-se uma maior autonomia de pequenas empresas, que operam conjuntamente e dispõem de enorme potencial de acesso à informação global e trocas com seus pares.

Como vemos nos casos de “cidades globais” representadas por Londres, Nova Iorque e Tóquio, todas têm como base um longo percurso de inovações contínuas conectadas às particularidades intrínsecas do local. Hall (1997) ainda define cidades globais como centros de poder e influências políticas, financeiras, comerciais e organização governamentais que influenciam tanto o próprio país como o cenário internacional, atuando como espaço de relações entre países. São altamente desenvolvidas em serviços e tecnologias. São:

[...] centros de acúmulo de informação e difusão através da mídia de massa; centros de consumo, sejam de artigos de luxo a uma minoria ou de produtos de produção em massa; centros de artes, cultura, entretenimento e de atividades auxiliares relacionadas. (HALL, 1997, p. 32)

Podemos constatar aqui que tais atividades são consideradas simbióticas, pois o arcabouço de ofertas de serviços cria bases para fomentar, atrair e fixar a classe criativa (FLORIDA, 2002). Com esta fundamentação em vista, buscamos alinhar até aqui alguns dos principais fatores considerados norteadores no planejamento de cidades contemporâneas, especialmente em países desenvolvidos: estetização, concentração e turismo.

A seguir, serão abordados dois casos de desenvolvimento urbano com dois diferentes vieses: Medellín, antiga capital mundial do narcotráfico se tornou criativa através de uma gestão pública de resgate social e inclusão cultural ao instalar parques bibliotecas em áreas periféricas. A segunda cidade é Buenos Aires tida, historicamente, como uma das mecas culturais da América Latina, vem logrando espaço no cenário internacional de cidades globais graças às indústrias criativas, amplamente incentivadas pela prefeitura.

4 O CASO DE MEDELLÍN: UMA ABORDAGEM DE RESGATE SOCIAL

Eleita a cidade mais inovadora do mundo em 2013 pelo Urban Land Institute e premiada em 2008 pelo City to City Barcelona FAD, Medellín, segunda maior cidade colombiana, representa uma cidade que “se reinventou”, segundo termos midiáticos. Antes referência de narcotráfico, usufruía da reputação de cidade mais violenta do mundo ao final do século XX, registrando uma taxa anual de 380 mortes por homicídio a cada 100.000 habitantes (CARDONA et al., 2005).

A evolução populacional de Medellín no período de 1905 e 2008 representa um salto de 59.815 habitantes para 2.314.973 (McNAMARA, 2009). Somente no período de 60 anos, Medellín recebeu ondas migratórias que fizeram sua população saltar de 170.000 habitantes para 2.3 milhões, resultado na formação de zonas de

extrema pobreza em razão dos desequilíbrios de falta de emprego, transporte público e moradia adequados. O isolamento geográfico da população des-favorecida, conseqüentemente, apartou estes habitantes do acesso aos serviços urbanos básicos como saneamento, saúde e educação.

Semelhantes cenários de desequilíbrios demográficos são triviais para boa parte das cidades latino-americanas. Apesar de inúmeros fatores atuantes na diminuição dos problemas urbanos, que não serão abordados aqui por conta do enfoque cultural e criativo, privilegiaremos olhar para o período do mandato do prefeito Sergio Fajardo (2003-2007) onde as mudanças de políticas foram melhor percebidas pela comunidade local e global.

Conhecido pela sua declaração de que os edifícios mais bonitos deveriam ser construídos nas áreas mais pobres, Fajardo logrou demonstrar a eficiência de sua estratégia, iniciando um novo cenário para Medellín. Dentre suas frentes de atuações prioritárias, destacaremos apenas as que tangem mais diretamente os temas deste artigo (Plano de Desenvolvimento Municipal de Medellín 2004-2007):

a) Cultura Cidadã: Projeto de enfoque educativo para criar uma cultura de convivência pacífica entre os cidadãos, buscando adequação entre os princípios “lei, moral e cultura” em um processo de aprendizagem da cidadania;

b) educação: Na era da economia do conhecimento, o fomento à educação torna-se o principal meio de entrada para uma sociedade mais justa e com equidade de oportunidades;

c) espaço público: Buscando maior segurança pública, integração e igualdade social, o governo buscou criar uma cidade aprazível, disponibilizando o espaço público enquanto um bem público para usufruto e convívio de seus cidadãos.

Tratam de mudanças no foco de incentivos na cidade, que desencadearam mudanças simbólicas e sociais. Partindo do princípio de correlação entre qualidade do espaço público e da educação, a prefeitura incentivou a participação das comunidades na diminuição das desigualdades e violência através de uma estratégia de reforma local conhecida como Urbanismo Social.

O Projeto Urbano Integral (PUI) empreendeu a formação de uma rede de parques-bibliotecas para incentivar leituras ao ar livre que, na prática, operam como centros comunitários de convivência e lazer, incluindo laboratórios de informática, espaço para cursos, galerias de arte, biblioteca e pinacoteca. Ainda, foram desenvolvidos cinco centros culturais que priorizaram áreas periféricas junto a habitações precárias, além de um Plano Municipal de Leitura a fim de tornar a atividade uma prática cotidiana entre os cidadãos; atualmente, já existem nove parques bibliotecas.

Desde 2004, as atividades do PUI são financiadas através do investimento de 30% das receitas anuais geradas pela Empresa Pública de Medellín (provedora de gás, água, energia e telecomunicações), que garante relativo grau de autonomia orçamentária para a prefeitura frente às esferas estaduais e nacionais.



Imagem 1 - Parque Biblioteca España, Santo Domingo, Medellín
Fonte: Red de Bibliotecas

O PUI também conta com a melhoria da infraestrutura em transporte e habitações adequadas. Há um programa de desenvolvimento empresarial representado pelos Centros de Desarrollo Empresarial Zonal (CEDEZO) que são espaços de fortalecimento da economia local, incentivo ao empreendedorismo, apoio ao desenvolvimento de micro e pequenas empresas com atuação em áreas economicamente estratégicas para a cidade. Os CEDEZOs atuam através de incubadoras, facilitam acesso ao crédito, capacitação técnica gerencial, acesso a mercados e geração de empregos. As áreas prioritárias são: energia elétrica, têxtil (vestuário, design e moda), turismo, setor alimentício, serviços médicos, odontológicos e construção civil. Os serviços destes centros estão disponíveis para empresários e futuros empreendedores que já possuam o escopo inicial de seu negócio claramente pré-definido.

Medellín conseguiu implementar com êxito o modelo de gestão colaborativa do Orçamento Participativo, que, aplicado pela primeira vez na cidade de Porto Alegre em 1989, é uma ferramenta de gestão que pressupõe a inclusão da sociedade no processo decisório sobre investimentos públicos. Iniciado com Fajardo, ainda hoje 5% do orçamento municipal é direcionado para as decisões comunitárias.

Apenas para ilustrar com alguns resultados destas ações, as taxas de homicídios caíram para 10% em comparação à década anterior e em 2013, chegando à taxa de 16,9 por 100.000, um avanço histórico para o antigo polo do narcotráfico. Além da diminuição da violência, o ensino fundamental passou a abranger uma parcela de 79% das crianças em idade escolar. Todavia, os resultados que mais nos interessam aqui concernem ao fato de Medellín ter logrado se tornar também uma cidade criativa: entrou para o circuito de turismo colombiano como “a cidade da eterna primavera”, com um calendário rico em festas e atividades culturais, abrigou a Bienal

Iberoamericana de Arquitetura em 2010 e, anualmente, proporciona o maior encontro de moda e têxtil do país:

a) Colômbia Moda: É o principal evento e maior feira de moda do país, sediada em Medellín. Visa, primordialmente, se aproximar dos mercados europeus que contribuem com suas inovações tecnológicas mais avançadas, enquanto os países latinoamericanos ofertam a contrapartida de reduzidos custos de matérias-primas e produção, aliados ao capital humano criativo. A cidade é uma das principais exportadoras de tecidos do país.

b) Bienal Iberoamericana de Arquitetura e Urbanismo (BIAU): em 2010, na VII edição da BIAU, Medellín sediou este que é um dos eventos mais fundamentais para compreender a situação da arquitetura e urbanismo nos países latino-americanos. Na 7ª edição da BIAU, o enfoque incidiu sobre a cidade como espaço necessário para trocas entre as pessoas e o ambiente no qual habitam, entendidas a partir de perspectivas sociais, culturais e econômicas que se explicitam em noções de “uma arquitetura de valores” para a integração cívica. A Bienal inclui reconhecimentos para projetos inovadores nestas linhas, destaques para publicações de excelência e premiações para os melhores projetos.

Ainda como incentivo à cultura, a prefeitura subsidia a entrada em toda rede municipal de museus, diversos espetáculos teatrais têm entrada gratuita uma vez ao mês e todas as apresentações diárias do Teatro Municipal têm entrada livre para os habitantes de Medellín.

Neste sentido, percebem-se os avanços alcançados pela prefeitura e sociedade civil através do engajamento em projetos coletivos: trata-se de um desenvolvimento calcado na profusão de conexões humanas que considera seus cidadãos como o grande ativo catalisador de mudanças para a cidade. Howkins (2011, p. 127) corrobora ao afirmar que a “colaboração urbana é uma das forças mais poderosas na mudança social contemporânea”. Se verificou um modelo de gestão municipal passível de adaptação para outras cidades com aspectos demográficos e sociais semelhantes à Medellín: como vimos, a segunda maior cidade colombiana se transformou através de reformas estratégicas e um dos grandes avanços consistiu em dar novas oportunidades para regiões degradadas, trazendo para a população de periferia novas opções de lazer e cultura, as quais visam proporcionar melhores mecanismos de distribuição do capital cultural e econômico.

5 O CASO DE BUENOS AIRES: UMA INTERVENÇÃO ECONÔMICA

Na análise deste case, faremos uma abordagem efetivamente mais econômica da cultura em decorrência do tratamento que as atividades criativas vêm recebendo em Buenos Aires, que se tem utilizado destas indústrias como meio auxiliar na superação de diferenças sociais e econômicas. Vale ressaltar que, embora a capital argentina venha vivenciando o enfrentamento de uma grande crise nacional nos últimos treze anos, sua produção cultural ainda representa uma participação significativa no valor agregado gerado pela cidade que, historicamente, tem a vocação de centro de referência cultural na América Latina. Tal percepção

da cidade como centro destacado no cenário global nunca foi apagada: em 2005, apenas quatro anos após a crise Argentina, Buenos Aires foi incluída na Rede de Cidades Criativas e condecorada como a primeira “Cidade do Design” pela UNESCO.

Desta maneira, analisaremos como a prefeitura assumiu as indústrias criativas como frentes simultâneas e estratégicas de fomento urbano, social e econômico visando acima de tudo superar os contrastes entre áreas pobres e ricas da cidade. Subsídios e incentivos diversos são concedidos para pequenas e médias empresas do setor criativo local, que abrangem as áreas de audiovisual, moda, design, jogos digitais, música e editorial. Tais iniciativas evidenciam um entendimento de que o desenvolvimento regional não deve apoiar-se somente em vantagens competitivas intrínsecas de um certo território, mas também em vantagens social e politicamente criadas (SCOTT, 2000).

Enquanto Florida (2002) define “cidade criativa” como um ambiente o qual permite a formação e fixação de uma classe criativa capaz de moldar a economia a partir de seu abundante capital humano inovador, que exerça profissionalmente atividades assentadas na criatividade, Reis e Urani (2011) se reportam à cidade criativa como aquela onde ambos, classe criativa e empresas, são atraídos pelo ambiente favorável à criatividade, visando possibilidades de agregar valor a seus produtos. Como afirma Scott (2000), as empresas, atualmente, “estão preocupadas com a produção e comercialização de produtos e serviços que são, de uma forma ou de outra, amplamente permeados de atributos estéticos ou semióticos.” (BAUDRILLARD apud SCOTT, 2000; LASH & URRY, 1994, tradução nossa).

A implementação de política para clusters criativos surgiu durante o governo federal de Kirchner de 2003-2007. Em um primeiro estudo do Observatório de Economia Criativa argentino, que avaliou o período entre 2003 a 2007, verifica-se que estas Indústrias contribuem com cerca de 9,1% do PIB municipal e representam quase 10% dos postos de trabalho (WORLD CITIES CULTURE FORUM, 2013). Seus bens e serviços provenientes das Indústrias Criativas têm crescente relevância para o comércio exterior argentino: no período analisado, mesmo pós-crise econômica nacional, as exportações do setor dobraram (OBSERVATÓRIO, 2008).

Ao enfrentar problemas intrínsecos de grandes cidades latino-americanas, Buenos Aires investe prioritariamente no desenvolvimento estratégico de clusters de acordo com a concentração geográfica de pobreza e áreas degradadas. Visando dinamizar a economia local, há investimentos diretos em revitalização: por exemplo, antigos mercados e fábricas abandonadas em bairros desvalorizados são restaurados e entregues para uso do setor criativo que, atraído pela isenção fiscal e diversos incentivos à atividade, realiza massiva instalação de novas empresas na região.

Todavia, o grande desafio destes investimentos é explorar a identidade e incentivar a criação de talentos para preservar a população habitante e evitar sua expulsão do território. Trata-se de uma abordagem que busca qualificar o capital humano da região para que a valorização destes bairros também traga benefícios e integração para os residentes. Neste sentido, a prefeitura costuma oferecer cursos e oficinas de capacitação de mão de obra que visam a inclusão da população local

na indústria criativa que se desenvolve no local. A seguir, veremos alguns exemplos de organização e estrutura dos clusters de acordo com o segmento:

a) Centro Metropolitano de Design (CDM): O centro possui várias frentes de atuação para o fomento das atividades de design. O Programa de Incorporação do Design (PID), dentre eles, é um projeto de assessoria profissional e capacitação em inovação para design estratégico, permitindo que este atue como gerador de valor agregado aos produtos e serviços, oferecendo desde assessoramento em pesquisa e desenvolvimento até métodos promocionais. O Prêmio CMD, inaugurado em 2014 reconhece e destaca projetos, empresas e talentos criativos que priorizam a otimização no design para inovação. Por último, o CDM dispõe do “Ciclo Empresas + Design”, que são circuitos de palestras para promover a cultura do design enquanto ferramenta fundamental para melhorar a competitividade em empresas e instituições de diversos outros setores econômicos.

b) Opción Libros: Área encarregada de apoiar a indústria editorial local, cujos principais objetivos são fortalecer a integração de pequenas e médias editoras portenhas no mercado nacional e apoiar sua expansão internacional. Seus esforços prioritários são nas fases de produção e distribuição de livros, através da promoção e criação de valor nos selos editoriais locais; difusão das editoras junto ao público leitor e fomento dos canais de vendas para mercados estrangeiros. Há também um catálogo em versões impressas e digitais de editoras independentes que serve de material de disseminação e promoção em eventos e feiras internacionais. O “Books From Argentina” é um portal online que promove a oferta de direitos autorais de títulos da indústria local com a finalidade de estimular a tradução de autores argentinos para outros idiomas, bem como propiciar a expansão das indústrias criativas no cenário externo. Trata-se de uma ferramenta permanente para difusão da diversidade literária do país. Enquanto isto, a “Conferência Editorial” é um ciclo de atualização profissional que ocorre anualmente, destinada a livreiros, editores, tradutores e todos os agentes do setor.

c) Opción Música: uma das principais frentes de atuação é a Feira Internacional da Música em Buenos Aires (BAFIM), que promove o encontro anual de negócios entre agentes globais da cadeia de valor da indústria fonográfica. O evento abarca todos os gêneros musicais, abrigando rodadas de negócio, shows ao vivo, conferências sobre tendências de mercado e um projeto de capacitação que antecede o evento, a fim de garantir o preparo dos agentes locais para a BAFIM. Em circuito independente da Feira, há ciclos de oficinas e seminários fixos para desenvolvimento de produtores musicais, técnicos e artistas; workshops de gravação ao vivo e divulgação artística nas plataformas digitais. Por fim, o projeto “Estamos Gravando” seleciona todos os anos cinco bandas para gravação profissional em estúdio oferecido pela prefeitura.

d) Buenos Aires Cluster Audiovisual (BACA): O cluster audiovisual portenho foi criado em termos de uma associação civil sem fins lucrativos, a partir do reconhecimento da atividade como uma indústria estratégica para fomento na cidade com ampla capacidade de exportação, posto que cerca de 50% da atual produção está

voltada ao mercado internacional. Disposto em cinco bairros, o cluster abriga quase 400 empresas na região, o que significa 60% da produção audiovisual argentina e estima empregar, em média, 28 mil profissionais. O cluster também conta com o Festival Internacional de Cine Independiente (BAFICI), atraindo uma grande quantidade de agentes de cinema, televisão e publicidade à cidade. Desde 2011, existe isenção fiscal de dois impostos municipais para empresas localizadas na região. A nível de capacitação empresarial, a prefeitura oferece assessoramento de negócios visando fortalecer a gestão empresarial; como o BAsSet, escritório de gestão de permissões de filmagens para fechamento de vias públicas e a Bu-enos Aires Comisión de Filmaciones (BACF) comissão facilitadora na associação de agentes estrangeiros com as empresas locais, oferecendo reuniões de co-produção, assessoria legal e turística para efetivação de parcerias. No site, a BACF dispõe o catálogo de locações de quase mil locações para atrair filmagens à cidade. O escritório também realiza missões comerciais para divulgar o catálogo de produtos em festivais, eventos de mercado mundiais e busca novos potenciais parceiros internacionais.

No sentido de integrar a população existente nos bairros em processo de revitalização, a prefeitura desenvolveu um grande programa de capacitação para o distrito audiovisual, que dispõe de sete modalidades para formação de mão de obra para as empresas. São eles:

a) Opción Audiovisual (OA), uma comissão de financiamento para a inserção de pequenas e médias empresas no mercado; O Programa de Gestão de Empresas e Negócios Audiovisuais de Cinema e TV, que oferece cursos gratuitos mensais com enfoque na capacitação de produtores para diferentes elos problemáticos da cadeia audiovisual como distribuição, comercialização, novos formatos, marketing, etc; Oficina de Roteiro, para formação gratuita com enfoque em séries de televisão contemporâneas; Clínica de Documentários, para capacitação em projetos documentais; Idioma Técnico para profissionais em inglês e português, a fim de permitir a inserção de trabalhadores locais em produções internacionais; Clínicas Especializadas em marketing para o audiovisual, em roteiro para missões e pitching, para desenvolvimento de ideias criativas em projetos competitivos; Ofícios Audiovisuais, que contempla oficinas de atividades técnicas nas cidades vizinhas, como maquiagem e produção de vestuário para produção audiovisual.

b) Observatório de Indústrias Criativas (OIC): o OIC é um centro de investigação que realiza coleta, análise e divulgação de informações quantitativas e qualitativas sobre o desempenho das indústrias criativas na cidade, contribuindo para a criação de um sistema informacional que serve de embasamento para as tomadas de decisão tanto da administração pública como de atores do setor.

Em suma, verificou-se como uma priorização da agenda em investimentos e apoios governamentais às indústrias criativas, entendidas pela esfera pública como um fator de desenvolvimento humano e econômico para a capital argentina. Nesta abordagem, verificamos que a cidade oferece diversos subsídios e programas para o fomento de empresas e formação de cidadãos. Na sexta parte deste trabalho, faremos uma reflexão final com base na revisão teórica e nos modelos aqui apresen-

tados, esboçando algumas considerações para Porto Alegre.

6 ANÁLISE COMPARATIVA: A CIDADE DE PORTO ALEGRE

Conforme vimos até aqui, há muitos caminhos para o sucesso na transformação “criativa” de uma cidade. Não há um único modelo genérico a ser seguido: todo plano estratégico demanda priorizar certos pontos e minorar outros. Além disso, as estratégias precisam estar alinhadas com a realidade e necessidades locais. Todavia, verificou-se que similitudes são evidentes, como o benefício do resgate de áreas urbanas debilitadas e a necessidade de valorização do capital humano presente no território.

Seja pelo viés do urbanismo social, seja pelo incentivo à indústria criativa e o empreendedorismo local, ambos os casos apontam para modelos de renovação ativa dos espaços urbanos com vista em melhorias de bem-estar social, no sentido de permitir um ambiente oportuno à coexistência da pluralidade cidadã e ampliação de exercícios de liberdade individual. Além disto, evidenciaram que o desenvolvimento econômico local pode e deve ser simultaneamente um fator de coesão social, gerando novas oportunidades de inclusão para a população local ao invés de produzir fenômenos de gentrificação. Por vias diferentes, ambas as cidades tornaram-se referências no âmbito criativo e direcionaram um olhar para a população e áreas de periferias, o que vem se refletindo em criação de mecanismos de favorecimento à convivência cidadã nas cidades.

Hoje, reconhece-se que Porto Alegre demanda ações no sentido das duas vias aqui revisitadas. Como em Medellín, carece de movimentos eficientes para o combate à violência urbana, resgate da população – jovem, sobretudo – em situação de vulnerabilidade social e criação de mecanismos de inclusão social, educativa e cultural. De acordo com indicadores disponibilizados pela prefeitura, Porto Alegre registrou 37,2 mortes por homicídio em 2012, sendo que o maior percentual (62%) é representado por jovens do sexo masculino com idades entre 15 e 29 anos. Tal panorama sugere a relação das altas taxas de mortalidade de jovens com o narcotráfico, problema também em crescimento e que está profundamente conectado com a ausência de espaços de sociabilidade para a população jovem de baixa renda.

A criação de espaços de lazer públicos deve ser priorizada na agenda de ações, visto que a implementação de parques bibliotecas, centro culturais, salas de cinema são alguns exemplos que surtiram efeitos de sentimento de pertença e inclusão cultural, proporcionando vias alternativas para o desenvolvimento humano. Enquanto isto, a redução da violência urbana torna a cidade mais palatável para o turismo, que pode se fortalecer após o abrandamento de índices elevados de insegurança.

Igualmente relevante, a economia da cidade precisa se tornar gradativamente mais calcada em atributos simbólicos para ampliação de mercados e aumento do consumo de bens culturais produzidos localmente. Em 2012, a indústria audiovisual da região metropolitana de Porto Alegre foi a primeira dentre as atividades criativas reconhecida pelo governo do estado como um setor estratégico para o desenvolvimento econômico sustentável. A constatação da grande concentração de empresas

resultou no estabelecimento de um Arranjo Produtivo Local (APL) para melhorar a articulação entre as micro e pequenas empresas, visando o crescimento colaborativo. Foram mapeadas mais de 100 empresas cadastradas no município e evidências de crescimento do setor: quase 70% das firmas foram formadas a partir do ano 2000. Este reconhecimento mostra o grau de valorização da produção criativa dentro do território e abre frente para o aproveitamento de vantagens competitivas de outras atividades culturais. Não apenas a produção audiovisual é representativa da capital, mas também há um crescente surgimento de novas de empresas atuando nas áreas de publicidade e propaganda, produção de áudio, design, moda, entre outras, que evidencia o potencial para investimentos nas indústrias criativas.

De acordo com o 2º Relatório “Cultura em Números” desenvolvido pelo Ministério da Cultura (BRASIL, 2010), Porto Alegre se destacou como maior consumidora de bens culturais em vários segmentos: a maior frequência em salas de cinema do país, com percentual de 21%, bem como de acesso à internet (38%), também jornal (68%), e revistas (55%) além de alto consumo de rádio para (73%). Ainda, possui um dos melhores índices de disponibilidade de bibliotecas e teatros por habitante. Tal pesquisa evidencia que Porto Alegre é uma cidade representativa na demanda por atividades culturais e corrobora para a afirmação de que o aumento de oferta através de políticas públicas no setor tende a ampliar suas capacidades produtivas na área, além de propiciar a atração de turismo cultural.

Como bem definido pela UNCTAD (2008), as cidades criativas devem ser “um complexo urbano onde variadas atividades culturais são parte essencial do funcionamento econômico e social da cidade”, que perpassa a preservação da memória étnica e cultural do local. Neste contexto de um centro urbano permeado por atividades criativas, as políticas públicas de fomento ao desenvolvimento precisam ser priorizadas, bem como ilustra o caso de Buenos Aires, que evidencia uma combinação virtuosa de apoios passíveis de adaptação ao cenário porto-alegrense, como:

a) A isenção de impostos municipais e estaduais como mecanismo de incentivo à criação de novas empresas e atração de filiais de outras regiões;

b) O incentivo à instalação de empresas criativas em áreas decadentes, visando simultaneamente a formação de clusters, a revalorização de bairros e a melhoria da qualidade de vida da população habitante, criando formas para capacitar e incluí-la no desenvolvimento ou ainda de proteção habitacional para população de baixa renda;

c) Apoio intensivo em gestão empresarial através da oferta de cursos, oficinas e workshops de capacitação em áreas de conhecimento estratégicas mas pouco desenvolvidas ou negligenciadas pela iniciativa privada;

d) Oferecimento de festivais, feiras ou eventos culturais e de negócios que permitam inserir a cidade no mapa de atividades globais. Estas ações são eficazes tanto para o setor investido, que reverbera em novos negócios, formação de networking e atração de investimentos como para o turismo local, que é fomentado diretamente pela atração de visitantes;

e) Criação de editais ou fundos para auxílio financeiro às empresas do setor,

visto que a natureza de produtos e serviços criativos geralmente demandam alto investimento inicial em pesquisa e desenvolvimento.

Considerando as externalidades positivas geradas pela alocação de recursos para tais atividades, percebemos o papel-chave que a esfera pública joga a fim de proporcionar equilíbrios socialmente desejáveis (MANKIW, 2001) em oferta e fruição de bens culturais à população, bem como na ampliação de bem-estar. Tratam-se de mercados cujo custo social da produção é menor frente ao custo privado: devido à capacidade de transbordamento tecnológico e criativo, os subsídios estatais na ampliação da economia criativa podem internalizar a externalidade positiva proporcionada por esta (MANKIW, 2001).

Por fim, percebe-se que as cidades necessitam emanar uma “qualidade líquida”, como aponta Jordi Pardo, o que significa valorizar e priorizar fatores “como segurança, liberdade, felicidade, diversão, poder, sabedoria, animação, desenvolvimento espiritual, crescimento, amor, saúde. Não se esqueça de limpo, verde e seguro.” (VERHAGEN, 2011, p. 115). Tais fatores, ainda que nem sempre sejam quantificáveis, justificam a intervenção pública em prol do benefício que estas qualidades proporcionam para a melhoria da vida de seus habitantes.

REFERÊNCIAS

- ALCADÍA DE MEDELLÍN. Plan de Desarrollo de Medellín 2004 – 2007: Medellín, compromiso de toda la ciudadanía. Medellín: [s.n.], [2008?].
- ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Medellín: la transformación de una ciudad. Medellín: [s.n.], 2008.
- ARGAN, Giulio Carlo. História da arte como história da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- BARQUERO, Antônio Vázquez. Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 2001.
- BERMAN, Marshall. Tudo que é sólido se desmancha no ar: a aventura da modernidade. 5. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- BONILLA, J. et al. Juventud y política en Medellín: construyendo nuevas visiones. Medellín: Grupo de investigación gestión y políticas públicas territoriales, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- BRASIL. Ministério da Cultura. Cultura em números: anuário de estatísticas culturais. 2. ed. Brasília: MinC, 2010.
- BUENOS AIRES (Cidade). Ministerio de Desarrollo Económico. Informe la economía creativa de la ciudad de Buenos Aires: delimitación y primeras estimaciones. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Creativas, 2008.
- BURKE, Peter. Uma história social do conhecimento II: da enciclopédia à Wikipédia. Tradução de Denise Bottman. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- BURKE, Peter. Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CAMAGNI, Roberto. Economia urbana. Barcelona: Antonio Bosch, 2004.
- CARDONA, Marleny et al. Homicídios en Medellín, Colombia, entre 1990 y 2002: actores, móviles y circunstancias. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p.840-851, jun. 2005.
- CAUQUELIN, Anne. Arte contemporânea: uma introdução. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS. World urbanization prospects. New York: United Nations, 2014.
- FLORIDA Richard. The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books, 2002.
- GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989
- HALL, Peter. Cidades do amanhã: uma história intelectual do planejamento e do projeto urbanos no século XX. São Paulo: Perspectiva, 2002
- HALL, Peter. The world cities. New York: McGraw Hill. 1966.
- HOWKINS, John. Ecologias criativas. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 127
- JACOBS, Jane. La economía de las ciudades. Barcelona: Peninsula, 1975.
- JACOBS, Jane. Morte e vida de grandes cidades. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- KOTKIN, Joel. New geography. New York: Randon, 2000.
- LANDRY, Charles (Pref.). Cidade criativa: a história de um conceito. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 7-15.

LANDRY, Charles. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. 2. ed. Londres: Earthscan, 2008.

LYNCH, Kevin. *The image of the city*. Cambridge: MIT Press, 1960.

MANKIW, N. Gregory: *Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

MARSHALL, A. *Princípios de economia*. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

McNamara, Erinn B. *Strengthening the community with culture in Medellin through Park-Library San Javier*. London: Bartlett School of Planning, 2009.

OBSERVATÓRIO DA CIDADE DE PORTO ALEGRE. *Relatório do Observatório da Cidade de Porto Alegre*. Disponível em: <http://portoalegreemanalise.procempa.com.br/?regioes=1_4_0>. Acesso em: 07 jul. 2017.

PARDO, Jordi. *Gestão e Governança nas Cidades Criativas*. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 93

PORTER, M. *Vantagens competitivas das nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

RAUSELL, Pau (Org.) *Cultura: estrategia para el desarrollo local*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional, 2007.

REIS, Ana Carla F.; KAGEYAMA Peter (Org.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca; URANI, André. *Cidades criativas: perspectivas brasileiras*. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 30-37.

RUPERT, Evelyn Sharon. *The moral economy of cities: shaping good citizens*. Toronto: University of Toronto Press, 2006

SASSEN, Saskia. *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press, 1991

SCOTT, Allen J. *The cultural economy of cities*. London: Sage, 2000.

SENNETT, Richard. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

VERHAGEN, Evert. *Qualidade líquida de cidade*. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 115.

WORLD CITIES CULTURE FORUM. *Sustaining Success Policy Briefing 3: Amsterdam Summit 2014. 2012-2014*. Disponível em: <http://www.worldcitiescultureforum.com/assets/others/WCCF_Amsterdam_Summit_Policy_Briefing_English.pdf>.

ZUKIN, Sharon. *Loft living: culture and capital in urban change*. New York: John Hopkins University Press, 1989.

ZUKIN, Sharon. *Naked City: the death and life of authentic urban places*. New York: Oxford University Press, 2009