

Barbara Szaniecki¹

Criatividade, Conflito e Direito à cidade num Rio de Janeiro Espetacularizado

Creativity, Conflict and Right to the city of Rio de Janeiro spectacularized

Resumo

O artigo traz reflexões sobre a implementação do conceito de Economia Criativa no Brasil e, em particular, da transformação do Rio de Janeiro em Cidade Criativa. Essa transformação é visível através da realização de megaeventos mas torna invisíveis alguns dos potentes atores culturais e criativos da cidade. Apresentaremos a literatura que aborda esses temas assim como experiências alternativas de produção cultural e criativa – os Pontos de Cultura a nível nacional, alguns experimentos realizados na ESDI/UERJ e a criatividade multitudinária das manifestações – que conjugam as dimensões produtiva e política da Criatividade e podem fortalecer o Direito à Cidade num Rio espetacularizado.

Palavras-chave: Cidade criativa. Clusters criativos. Pontos de cultura. Design em parceria. Design em comunidades.

Abstract

This article reflects on the implementation of the concept of Creative Economy in Brazil and, in particular, the transformation of Rio de Janeiro in Creative City. This transformation is visible through the realization of mega-events but makes invisible some of the powerful cultural and creative actors of the city. We present the literature that addresses these issues as well as alternative experiences of cultural and creative production - the Points of Culture in Brazil, some experiments in ESDI / UERJ and multitudinous creativity of the protests - which combine the productive and the political dimension of creativity and can strengthen the Right to the City in a spectacularized Rio de Janeiro.

Keywords: Creative city. Creative clusters. Points of culture. Design in partnership. Design in slums.

¹ Mestre e Doutora em Design pela PUC-Rio, Professora Adjunta da Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ. dolar.rj@terra.com.br

1 INTRODUÇÃO

Henri Lefebvre já reivindicava nos anos 1960 e 1970 um “direito à cidade” que não fosse apenas direito de ir e vir como o fazem milhares de trabalhadores todos os dias, e sim um direito que abrangesse a possibilidade de vivenciar a cidade para além da sua dimensão produtiva. O assunto é de extrema atualidade. É preciso deixar de entender a cultura como uma dimensão específica da vida social e portanto sem relevância para o nível maior dos governos. Nem maior nem menor, a cultura se encontra lá onde a produção de mercadoria e a representação pelo voto cruzam, literalmente, com a reprodução da vida. E, nesse cruzamento, ela se torna ponto nevrálgico da biopolítica carioca. Na medida em que o país inteiro se torna sempre mais urbano, esses modos de vida na cidade se tornam alvo do poder contemporâneo. A cultura se torna estratégica e é preciso saber jogar esse jogo que, por meio do que vem se chamando criatividade, faz de “modos de vida na cidade” em “estilos de vida urbanos”.

Para apreender essa transformação, comentaremos num primeiro momento algumas análises do modelo de Economia Criativa e sua territorialização na cidade por meio do estímulo aos clusters criativos assim como da resistência dos Pontos de Cultura. Esboçaremos um pequeno panorama crítico da Economia Criativa para apontar a urgência da experimentação de novas teorias e práticas no lugar da simples importação de modelos. Essa experimentação se faz necessária num contexto delicado de espetacularização do Rio de Janeiro baseado numa política de segurança muito questionada nos últimos tempos. A UPP Social, viés sociocultural da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP), procurou abrir portas para iniciativas de organizações públicas e privadas da sociedade civil dentre as quais apresentaremos duas pequenas experiências realizadas no âmbito da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI/UERJ). Já a UPP em seu aspecto meramente policial revelou infelizmente a permanência, em muitos territórios, de poderes com resquícios da soberania tal como a descrevia Foucault: um poder de fazer morrer ou deixar viver. Mas é também nesses territórios da cidade e no terreno da cultura que a soberania pode recuar na medida em que se articula com poderes de fazer viver. Ao longo de 2013, as insurgências das ruas e das redes abriram um infinidade de possibilidades para práticas e pensamentos tão críticos quanto criativos. Entre pacificações e manifestações, a cidade se abriu em rios de criatividade.

2 RIO DE JANEIRO: CIDADE CRIATIVA

Indústrias Criativas, Economia Criativa, Cidade Criativa: como esses conceitos chegaram a nós? No Brasil, é marco o lançamento em 2008 pelo Sistema FIRJAN do estudo *A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil* que mapeava o “setor” pela primeira vez. A institucionalização da Economia Criativa se deu através de uma forte articulação entre os níveis municipal, estadual e federal. No Rio de Janeiro, a Prefeitura assumiu o *label* “Cidade Criativa” e passou a integrar a rede *Districts of Creativity* a partir do final de 2010. Nesse movimento, o termo “Economia Criativa”

ganhou uma territorialidade singular e uma visibilidade espetacular na heterogênea metrópole carioca. Não se trata de negar a necessidade da cidade se revalorizar do ponto de vista econômico e do ponto de vista simbólico (o Rio de Janeiro deixou de ser capital política e de ser centro econômico e financeiro, e procura, portanto, outros rumos) e sim pesquisar modelos que não se restrinjam a um modelo de Economia Criativa atrelada a megaeventos. Os megaeventos cariocas – Rio+20 em 2012, Jornada Mundial da Juventude e Rock in Rio em 2013, Copa do Mundo em 2014, Jogos Olímpicos em 2016, entre outros –, assim como os conceitos que os sustentam, vem sendo questionados na medida em que os fluxos de capital que mobilizam não alimentam as estruturas e serviços básicos – transportes, saúde e educação entre outros – que constituem a cidade. Que desenvolvimento é esse e a que criatividade ele se alia?

2.1 Economia criativa e clusters criativos

Em *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento*, Ana Carla Fonseca Reis esclarece as diferenças entre alguns conceitos. Indústrias Criativas, por exemplo, são um conjunto de setores econômicos específicos que participam, mas se distinguem da economia criativa pois esta “abrange, além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores” (REIS, 2008, p. 35), e não apenas em termos econômicos como também sociais. Já a concepção de Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento traz duas abordagens distintas: enquanto uns reconhecem na criatividade certa capacidade de integrar objetivos sociais, culturais e econômicos que podem superar um modelo de desenvolvimento pós-industrial excludente, outros apontam como as novas tecnologias e os novos meios de produção alteram a relação entre cultura e economia abrindo, desse modo, oportunidades de negócios criativos. Essas oportunidades são entusiasmamente defendidas pelas empresas de telecomunicações que delas já desfrutam como também por microempreendedores nem sempre cientes de que esse modelo não os beneficiarão necessariamente. Em *Economia Criativa: Um conjunto de Visões*, coletânea de vários artigos patrocinada pela Fundação Telefônica e sua marca Vivo, a primeira parte é dedicada aos princípios norteadores dessa economia – rede, conexões e conectividade – enquanto a segunda traz “experiências criativas” de sucesso. Evidentemente, não estamos falando aqui de agenciamentos heterodoxos, e sim de conexões entre consumidores através de serviços de empresas telefônicas com o objetivo de lucro. Nada mais “natural”, portanto, do que o fato da coletânea apresentar como case de sucesso a política cultural desenvolvida em rede pela Vivo. Retomando as análises de Ana Carla Fonseca Reis em *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento*, os *clusters* criativos são apresentados como fator de contribuição para a revitalização urbana de áreas degradadas por meio da atração de talentos e investimentos, assim como a articulação com outros pólos criativos mundiais por meio da circulação de criativos e de turistas. Contudo, a autora não deixa de comentar que essas políticas de reestruturação socioeconômica podem

promover gentrificação quando não envolvem as populações locais em seus processos. No caso da metrópole carioca, o alerta da autora não é mera especulação. A preparação da cidade para a realização de megaeventos tem efetivamente aumentado o número de remoções de comunidades pela Prefeitura.

Apesar dos fatos, prevalece o entusiasmo com a suposta panacéia para os males de cidades em reconversão pós-industrial. *Creative City Perspectives* (2009), também organizado por Ana Carla Fonseca Reis em companhia de Peter Kageyama, traz uma série de “cases de sucesso”: no Brasil, são mencionados os casos bem-sucedidos de cidades de pequeno, médio e grande porte. A nível global, os exemplos de cidades neo-criativas são Medellín, Johannesburg e Cape Town, Turin, Nantes, Amsterdam, Taipei and Kaohsiung. Alguns autores relembram conceitos que embasaram as consultorias dadas, mundo afora, por especialistas a municipalidades ávidas por soluções rápidas: desde os três “c”s de Charles Landry (cultura, comunicação e cooperação) até os três “t”s de Richard Florida (talento, tecnologia e tolerância). Há quem enfatize o aspecto das redes e das novas tecnologias num mundo global enquanto outros priorizam as potências locais e em particular a importância da sustentabilidade em termos ecológicos como também socioculturais. Em vários textos, destaca-se a questão do turismo do ponto de vista da produção e do consumo mais do que da experiência cultural, ênfase que problematizaremos mais adiante. No final da publicação, apenas alguns textos introduzem questões propriamente políticas como a de *publicness* da vida no espaço urbano e de uma *urban governance*. Os três livros mencionados foram publicados entre 2008 e 2012. Nesse período, os conceitos de Economia Criativa e de Cidade Criativa ganharam credibilidade no mercado e, como veremos mais adiante, também conquistaram o Estado.

Um outro livro, este de 2010, merece destaque na medida em que se aproximam os megaeventos com seus megaequipamentos esportivos e culturais. Trata-se de *Cidades Criativas, Soluções Inventivas: o Papel da Copa, das Olimpíadas e dos Museus Internacionais*. Foram analisados por um lado megaeventos como os Jogos Olímpicos de Barcelona, A Copa do Mundo na África do Sul e os Jogos Olímpicos de Londres; e, por outro, os megaequipamentos como o Museu Guggenheim de Bilbao e as redes de bibliotecas públicas de Bogotá e Medellín. Megaeventos e megaequipamentos surgem juntos: esporte e cultura em sintonia são alicerces da Economia Criativa numa perspectiva de espetacularização da cidade em aliança com a grande mídia. Em entrevista ao programa Agenda Econômica da TV Senado, ao ser perguntada sobre como aproveitar a Copa do Mundo de Futebol para dinamizar e alavancar a cultura, a organizadora do livro Ana Carla Fonseca Reis responde que a Copa da África do Sul não foi positiva do ponto de vista cultural. Houve atenção com infraestrutura, mobilidade urbana e hardware mas não houve preocupação com uma governança compartilhada e sequer houve articulação dos setores culturais. O contrário disso teria acontecido em Barcelona o que a leva a concluir de que tudo depende dos governos colocarem o evento a favor da cultura e da cidade, ou não.

2.2 Pontos de cultura, cidadania cultural e economia viva

Ede fato, a cultura é imediatamente política. Biopolítica. Ela diz respeito às relações entre Estado e sociedade se quisermos pensar em termos de grandes sujeitos da história ou, numa abordagem mais molecular, em infinitas relações de forças. Ela diz respeito, portanto, aos eventos extraordinários – espetáculo esportivo ou cultural que tanto agrada à política da representação – como também ao ordinário no sentido dos modos de viver cotidianos da população ou dos mais imprevisíveis da multidão. No Brasil, a maneira de empreender a realização dos megaeventos e megaequipamentos parece estar mais próxima da África do Sul do que das abordagens adotadas em Barcelona e Londres. A dimensão política da cultura tem perdido terreno em prol da gestão econômica. Salvo raras exceções verifica-se, em boa parcela da literatura, a falta de menção a experiências como a dos Pontos de Cultura e ausência de crítica a respeito da Economia Criativa que complemente o debate e evite que alguns “cases de sucesso” se tornem suficientes para legitimar conceitos sobre as práticas artísticas, culturais e criativas no Brasil. Foi preciso uma ampla movimentação por parte dos Pontos de Cultura para não serem descartados pelo próprio Ministério da Cultura – tidos como “insustentáveis” pelo viés neodesenvolvimentista que se tornou hegemônico no governo.

O “criativo” não deve reduzir a cultura a um esquema de produção, distribuição ou consumo a serviço de um desenvolvimento meramente quantitativo. Em complementaridade a uma economicização da cultura, é preciso uma culturalização da economia. Um esforço havia sido feito no sentido de potencializar a sustentabilidade econômica dos Pontos de Cultura. Somente em 2010 foram publicados dois estudos: um de autoria de Andréa Saraiva e um encomendado ao IPEA e organizado por Frederico Augusto Barbosa da Silva e Herton Ellery Araújo. Já na introdução de *Cultura Viva: Avaliação do Programa Arte, Cultura e Cidadania*, Marcio Pochmann e Juca Ferreira indicam que o *Programa Arte Cultura e Cidadania – Cultura Viva* é sustentável e que, na realidade, é o Estado brasileiro que ainda não dispõe de ferramentas adequadas para tratá-lo. Mais do que o desenvolvimento econômico, o programa visa a promoção da cidadania cultural tendo como um de seus objetivos fundamentais “fortalecer o protagonismo cultural da sociedade brasileira valorizando iniciativas culturais de grupos e comunidades excluídas e ampliando o acesso aos bens culturais” (SILVA; ARAÚJO, 2010, p.46). O programa foi quantificado e qualificado detalhadamente em termos de locais e infraestruturas, participantes (produtores e público), atividades e parcerias, adesão à cultura digital, recursos e despesas. Uma comparação em termos econômicos entre os números alcançados pelos Pontos de Cultura e aqueles de megaequipamentos culturais com museus seria bem-vinda. Na síntese, os pesquisadores concluem que a democracia cultural, objetivo maior do programa, obteve resultados positivos ao possibilitar o acesso a recursos; ao ampliar e desenvolver atividades culturais, artísticas e educacionais; ao estruturar fisicamente e organizar socialmente espaços públicos culturais; e ao amadurecer políticas públicas e estratégias locais que visam a democratização da produção cultural.

2.3 Panorama crítico e urgência de novas práticas e pensamentos

Um importante trabalho de reflexão crítica sobre políticas culturais e criativas vem sendo realizado no EIPCP – Instituto Europeu para Políticas Culturais Progressistas. Nele, o projeto *Transform* lançou em 2008 o livro *Producción Cultural y Prácticas Instituyentes* com conceitos interessantes tais como “práticas instituintes” que coloca a crítica como necessária para se operar por dentro mas também contra as novas formas de governabilidade e como “pesquisa extradisciplinar” que se distingue das noções de “interdisciplinarietà” e da “multidisciplinarietà”. Com base nesses conceitos o livro é organizado em duas partes. Na primeira – os devires da classe criativa e a produção cultural –, os autores se distanciam do caráter “extraordinário” que é atribuído à produção cultural, pelo viés elitista ou pelo viés popular (poderíamos mencionar o caráter “extraordinário” dos megaeventos esportivos como a Copa). Esse primeiro conjunto de textos também questiona a idéia segundo a qual a precarização do trabalho cultural seria um processo imposto desde fora aos sujeitos produtores. Este é um dos pontos principais do texto de Gerald Raunig – *La Industria Creativa como Engaño de Massas* – que, após inverter uma a uma as críticas realizadas por Adorno e Horkheimer acerca das indústrias culturais, analisa as características sutis de uma contínua solicitação do sujeito produtivo – da sua criatividade e da sua rede social – nas indústrias criativas e atribui a essa solicitação a atual precariedade dos produtores, em termos econômicos, socioculturais e até mesmo psicológicos. As condições ambíguas de sujeição e liberdade que caracterizam o trabalho nas indústrias criativas requerem uma crítica criativa e uma criatividade crítica. A possibilidade de uma nova crítica institucional é abordada na segunda parte do livro – crítica e crise. O projeto *Transform* constitui uma crítica imanente à instituição ou, nas palavras de Marcelo Espósito, uma tentativa de “implementar um tipo de máquina ou instituição monstro”. Talvez os Pontos de Cultura do *Programa Cultura Viva* tenham sido, dentro do Estado brasileiro, uma máquina monstruosa que o Ministério da Cultura não suportou e devorou.

É fato que o conceito de Economia Criativa cunhado na Europa foi “globalizado”. O livro *Cultural Expression, Creativity & Innovation* (2010) trata justamente da sua globalização apontando adequações e inadequações através de questões, estudos de caso e dados, além de um capítulo singular dedicado às “realidades regionais”. Em seu artigo, a geógrafa chinesa Lily Kong mostra a intrínseca relação entre os discursos da Economia Criativa e os da Cidade Global. Em tempos de globalização, enquanto os primeiros são políticas normativas que exigem o desenvolvimento de clusters criativos para atrair a “classe criativa”, os segundos demandam monumentalidade cultural com o objetivo de construir capital simbólico para a cidade global. Enquanto Kong analisa essas implicações para os casos de Cingapura e Shanghai, cabe a nós analisar suas implicações no Rio de Janeiro. A Economia Criativa com seus *clusters* criativos e as cidades globais com seus megaequipamentos esportivos e culturais – de estádios a museus – parecem corresponder a uma globalização dos mercados que nem sempre combina com uma globalização da cidadania. Essas considerações de Kong talvez expliquem porque, no Brasil, a política pública que articula

clusters criativos com megaeventos e megaequipamentos culturais – a da Economia Criativa – desvaloriza quando não exclui a potente capilaridade que iniciativas que se reconhecem como Ponto de Cultura ganharam num território de dimensões continentais como o do Brasil. Em todo caso fica evidente que, apesar de diferentes e eventualmente concorrentes, ambos os modelos articulam uma forte relação com o local e redes globais. E é pensando nessa forte relação com o local que, após o panorama laudatório e o panorama crítico da Economia Criativa, abordaremos o contexto do Rio de Janeiro com sua heterogeneidade territorial: formal e informal (“morro” e “asfalto”), reais e virtuais (redes e ruas), entre outros aspectos. É preciso repensar, nesse contexto contemporâneo, as articulações entre “território”, “população” e “segurança”. Como eles se rearticulam nesse momento por meio de implementação da Economia Criativa e inserção do Rio de Janeiro no circuito de cidades globais com megaeventos e megaequipamentos supostamente garantidos pelo funcionamento de UPPs? Em que medida, a política de pacificação se desdobra numa face policial e numa face cultural onde a “criatividade” opera como pacificação cultural, ou seja, adequação (ou mesmo sujeição) dos modos de vida locais a estilos de vida globais? E como o Direito à cidade funciona como ferramenta teórica e política adequada e suficiente (ou não) nessa luta? São questões que podem e devem nortear pesquisas e práticas criativas hoje.

3 RIOS DE CRIATIVIDADE NAS COMUNIDADES, NAS RUAS E NAS REDES: PACIFICAÇÕES E MANIFESTAÇÕES

Pontos de Cultura, Arranjos Produtivos Locais, *Clusters* Criativos: como dissemos anteriormente, tanto a Economia Criativa como a Economia Viva, mesmo em tempos de redes globais, mantêm uma forte relação com o local. Mas que “local” é esse? A relação com o local é clara no caso do Programa Cultura Viva que fomenta iniciativas culturais já existentes e muitas vezes tradicionais, comunitárias e territorializadas e, por meio de convênio, as denomina Pontos de Cultura. A relação com o local também é presente no caso dos clusters criativos. Ao abordar “o poder do lugar” em *The Rise of the Creative Class* (2000), Richard Florida descreve o que leva as pessoas a optarem por viver e trabalhar – *to cluster* – em certos lugares. Os motivos listados e comentados por Florida são: mercado de trabalho forte, estilo de vida, interação social, diversidade, autenticidade, identidade e qualidade do lugar. É possível afirmar que o local de um e outro aparentemente coincidem ou convergem mas, em suas consequências, concorrem e se contradizem. Isso está claro em Richard Florida e foi bem apontado por Lily King: o que lhe interessa é o que atrai as “classes criativas” para se instalar numa cidade. Quer mercado de trabalho forte, estilo de vida, interação social, diversidade, autenticidade, identidade e qualidade do lugar? Visite e consuma o Rio de Janeiro. Desta fórmula de atração de turistas e da classe criativa são valorizados os benefícios sem mencionar os prejuízos à população local, e assim o processo é vendido como receita infalível para prefeituras. Quais são as consequências dessa atração e instalação para a população: quem entra e quem sai,

quem fica e quem é removido? Quais são as formas de controle das metrópoles com suas populações que a “criatividade”, de acordo com a concepção e o uso que se faz dela, determina? Se os modos de vida das periferias e favelas podem ser embalados e etiquetados para, uma vez transformados em mercadoria “estilo favela”, serem vendidos em shopping centers, porque moradores das mesmas periferias e favelas são proibidos pelos mesmos shopping centers de protagonizarem rolézinhos? A criatividade pode servir à pacificação mas também pode potencializar a manifestação e muito mais.

O Rio de Janeiro do século XXI poderia constar como exemplo da problemática apresentada no curso *Segurança, Território, População* (2008). Nele, Foucault faz a gênese de um saber político que se baseia numa nova idéia de governabilidade e de razão de Estado surgida no século XVIII quando o desenvolvimento das cidades exigiu que os muros fossem derrubados. A derrubada demandou, por sua vez, que a circulação de bens e de pessoas fosse controlada. A cidade vai se abrir em um porvir nem exatamente controlado nem controlável. Hoje, governos se preocupam em regular a circulação de pessoas sem reduzir a circulação dos fluxos do capital nacional e global (da especulação imobiliária, dos patrocínios públicos e privados, dos dólares turísticos, entre outros) nesse aglomerado de territórios heterogêneos que constituem a metrópole carioca. A regulação da circulação das pessoas vem junto com a de seus modos de vida e suas expressões culturais e artísticas. Atração e instalação das classes criativas têm como contrapartida pacificação (policial e cultural) e gentrificação das classes populares. Para que seja habitável e funcional segundo os modelos das classes média e alta, nacionais e internacionais, pacifica-se e gentrifica-se. Este processo, corriqueiro em cidades que procuram se reciclar econômica e simbolicamente em tempos de des-industrialização, afeta também o Rio de Janeiro. Ora, com a adesão a uma retomada do desenvolvimento por meio de megaeventos e megaequipamentos esportivos e culturais, o Governo do Estado instalou UPPs em várias comunidades do Rio de Janeiro. É neste contexto que analisaremos a seguir algumas propostas alternativas para o “local” – para seu “desenvolvimento” e também para seu “empoderamento”, para sua economia mas também para sua cidadania – a partir dos criativos e da criatividade, seja pela persistência de atividades de ensino e pesquisa universitárias (em parcerias com Pontos de Cultura, ONGs e iniciativas públicas ou privadas) seja na insurgência da metrópole carioca. A cartografia se apresenta então como poderosa e potente ferramenta para abordar e atuar no contexto entendido como território e sua população, sem ignorar seu papel no dispositivo de segurança.

3.1 Território, população e o uso de cartografias

Após a instalação local da UPP e como paliativo à ocupação policial, foi prevista uma UPP Social. Ora, a falta de recursos, a desconfiança da comunidade e a pequena motivação da sociedade em geral levaram a resultados insuficientes. A UPP Social não avançou e, diante dessa estagnação, torna-se ainda

mais urgente discutir seus aspectos positivos e negativos, assim como as ambivalências. Ao invés de considerar os territórios pacificados como portadores de carências que apenas o Estado pode resolver – e evidentemente não se trata de não cobrar do Estado investimentos em saúde, educação e saneamento entre outros itens –, é preciso reconhecer, mapear e agenciar as potências locais tais como instituições e associações atuando no território assim como parceiros de fora da comunidade, entre eles a universidade. A cartografia se revela útil para enfrentar essas tarefas. Para o design, a cartografia é um processo para apreender questões que extrapolam seu campo e, ao mesmo tempo, um projeto visual que suscita novas possibilidades de visualização decorrentes de questões de natureza sociocultural. À diferença dos métodos que caracterizaram as ciências modernas, a cartografia tende a dissolver a posição absoluta de um sujeito observador sobre um objeto de pesquisa isolado de seu contexto e, portanto, a produzir dados com o parceiro de projeto mais do que coletar dados sobre o suposto objeto de estudo para em seguida representá-lo. Também tende a valorizar mais o processo do que o resultado em si. São características que, por sua vez, lhe permitem apreender as forças atuando em redes e fazer conexões. É, com certeza, a possibilidade de dar conta de um campo de coletivo de forças que faz da cartografia um método produtivo para projetar com design em territórios heterogêneos de modo a respeitar e valorizar os sujeitos, as subjetividades, os saberes e fazeres ali presentes. Ana Clara Ribeiro Torres sugere que a prática cartográfica é inseparável da ação: “Porque a cartografia social está preocupada com os indicadores, com as desigualdades sociais, e no meu caso é a construção do espaço pelos gestos, pelos sujeitos, pelos atores sociais [...]” (TORRES, 2012).

Aplicações da cartografia ao urbanismo como também às áreas afins como arquitetura, artes e design vem sendo realizadas por vários laboratórios universitários.

3.2 Experiências num quadro universitário: design com parceiros locais

Antes de aplicar a metodologia das cartografias ao campo do design, vinha pesquisando seu uso por movimentos sociais e culturais, assim como por artistas. Em artigo publicado na revista francesa *Multitudes*, constatava que as cartografias apresentam relações e subjetividades mais do que representam objetos e sujeitos e, nesse processo, abriam possibilidades sociais e devires singulares. As cartografias analisadas então não representavam oposições dicotômicas e sim desenhavam linhas de tensões: linhas global-local, linhas analógico-digital, linhas artistas-militantes-hackers-imigrantes. São linhas de contato eventualmente conflituosas mas que, pelos seus desejos e contradições, abrem caminhos para a criação de novos territórios e agenciamentos objetivos e subjetivos para além das fronteiras geográficas e individuais. As experiências apresentadas a seguir me levam a pensar que a etiqueta “Cidade Criativa” atribuída ao Rio de Janeiro – além de baseada numa concepção de criatividade que supõe que esta pertenceria a indivíduos ou grupos especiais, também é aplicada como tal, ou seja, de fora para dentro e de

cima para baixo – não dá necessariamente conta da maneira como a criatividade é exercida na metrópole carioca e corre o risco de se tornar mais uma “idéia fora do lugar”, segundo a expressão de Roberto Schwartz ou ainda um “design de costas para o Brasil” nos termos do designer João de Souza Leite. Propomos criar e pensar a partir do lugar – um local articulado com o global e um território vivido por uma população – e, a partir dele, pensar em políticas para as práticas culturais: políticas de potencialização do território e da população por meio de uma Economia Criativa que não exclua uma criatividade “pé no chão” sem deixar de ser econômica.

3.2.1 ESDI/UERJ com Agência Redes para Juventude e parceiros locais

Nem Ponto de Cultura nem *cluster* criativo, a ONG Agência Redes para Juventude nasce da vontade de transformação de territórios periféricos. Diferentemente das ONGs de primeira geração que têm um forte vínculo com o território (com todas as ambigüidades que esses vínculos comunitários quase familiares implicam), a Agência desenvolveu uma metodologia de projeto que pode ser aplicada a diferentes contextos. A ausência de vínculo com um território ou comunidade específica seria compensada pela atenção com a metodologia do projeto: território e comunidade são “cartografados”. Não se trata de “projeto social” nem de “projeto cultural” e sim “projeto de vida” e “ação no território”, uma definição da Agência por ela mesma que marca sua dimensão biopolítica com todas suas contradições entre poder sobre a vida e potência da vida, mas certamente uma experiência para além de uma criatividade pacificada.

No início de 2013, por iniciativa de Veruska Thaylla, teve início uma parceria entre a Agência Redes para Juventude e a ESDI/UERJ através de um evento de extensão desenvolvido pelas professoras e pesquisadoras Zoy Anastassakis, Lívia Lazzaro Resende e eu mesma. Nessa parceria, realizamos dois tipos de cartografias e identidades visuais para dezoito projetos em seis comunidades do Rio de Janeiro. Para cumprir esse objetivo, formaram-se dezoito duplas: os jovens da ESDI puderam se aproximar da cultura das comunidades visitadas e os da Agência puderam ter algum contato com ferramentas de comunicação visual. As duplas desenvolveram “percursos metodológicos” no qual representaram visualmente os processos de seu projeto assim como sua cronologia de desenvolvimento e “mapas de impacto” no território no qual representaram espaços utilizados para as atividades dos projetos assim como os parceiros locais. Enquanto os “percursos metodológicos” apresentaram uma dimensão temporal ou cronológica dos processos, os “mapas de impacto” apresentaram uma dimensão espacial ou geográfica dos mesmos. Em ambos, contudo, encontramos a presença dos parceiros seja nas atividades que desenvolvem, seja nos locais em que as mesmas são realizadas. Essa presença pode ser detectada através de nomes, fotos, signos gráficos e tipográficos e, mais em geral, através das escolhas visuais realizadas ao longo do processo. Se reunidas e sistematizadas, essas cartografias poderiam apresentar um retrato das iniciativas de jovens em comuni-

dades pacificadas tão interessante em termos quantitativos e qualitativos quanto o estudo realizado pelo IPEA sobre os Pontos de Cultura. Juntos, eles nos oferecem um panorama sobre as práticas artísticas e culturais permeadas pela criatividade no contexto carioca.

Enquanto designers em processo de co-criação enfrentamos um desafio grande que é o de articular as culturas e signos dos parceiros, hibridizar as referências visuais e gerar novas possibilidades expressivas não apenas nas comunidades pacificadas mas na cidade em sua totalidade. Em seu livro relativamente recente, *Novos Fundamentos do Design*, Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips (2008) definem diagrama como “representação gráfica de uma estrutura, situação ou processo” que pode descrever tanto os fluxos dos corpos, os funcionamentos de corporações ou ainda as correntes de idéias e que permite enxergar relações que não seriam normalmente percebidas em outras formas de representação visual ou descrição verbal. O diagrama (cartografia, cronografia, ou infografia, dependendo da ênfase: espacial, temporal ou ambas) corresponde no meio visual ao hipertexto no meio textual: uma representação das relações mais do que da linearidade de um mundo sujeito versus objeto. Em todo caso, embora reconheça a importância de repensar as contribuições da Bauhaus ao mundo contemporâneo no sentido de “novos universais” como os autores acima pretendem, minha preocupação está voltada para uma produção que se desprende da universalidade em sua tendência negadora do local e unificadora no global, e assume a multiplicidade de pontos de vista em seu potência monstruosamente agenciadora. Dentro do dispositivo de segurança constituído pela UPP e pelos poderes presentes no território, a experiência da Agência com a ESDI em espaços-tempos de co-criação geraram e podem gerar agenciamentos entre jovens de todos os cantos da cidade e de todos os extratos da sociedade, sem a hierarquia que distingue uma classe criativa de uma outra que não o seria. Essa hierarquia que, ao fazer da cultura mera matéria prima da criatividade torna, entre outras coisas, a população mais vulnerável à remoção e os territórios mais sujeitos à gentrificação. São consequências imediatas da relação “economia criativa” e “cidade global” que geram hierarquias entre classes (criativas e não) a nível local e entre nações (criativas e não) a nível global. Diante da constituição do dispositivo de segurança que se tornou o Rio de Janeiro dos megaeventos, que “comum” pode articular o local com o global e o individual com o social de forma potente, isto é, de maneira que expresse a potência da vida contra os poderes sobre a vida como os da pacificação ou mercantilização, entre outros? São questões como essa que sempre me levam de volta a campo.

3.2.2 ESDI/UERJ com Sebrae e parceiros do Morro dos Prazeres

Além das ONGs, iniciativas privadas como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) têm oferecido à universidade novas oportunidades para a prática do design e a reflexão sobre possibilidades criativas na cidade através do seu Programa de Desenvolvimento de Empreendedorismo em

Comunidades Pacificadas. No ano passado, apesar de reservas com relação à noção de “empreendedorismo” e ao modo como as UPPs vem sendo implementadas nas comunidades cariocas, aceitei o desafio e apresentei-o aos alunos do 3o ano. Iniciamos nosso processo com uma visita ao Morro dos Prazeres, comunidade classificada pelo Sebrae com alto potencial turístico e indicada para o desenvolvimento de uma “cadeia produtiva do turismo”. Como vimos anteriormente, o turismo é um dos carro-chefe da economia criativa. E, de fato, foi com enorme prazer que descobrimos, na comunidade situada no alto de Santa Teresa, uma vista incrível da cidade além de uma atmosfera agradável que, pela sua localização, atrai jovens turistas que circulam pelos arredores. O desenvolvimento do turismo local pretende se estruturar sobre uma diversidade de projetos: um “Jardim dos Prazeres” baseado num ciclo que vai da coleta de lixo orgânico para compostagem até o paisagismo, passando pela sinalização e valorização de plantas locais; um “Caminho do Grafiti”, atividade muito presente na comunidade; a produção, por parte de um grupo de mulheres, de roupas e artesanatos destinados à venda para turistas como souvenirs; a estruturação de “vendinhas” e pequeno comércio local; e sobre a atuação de jovens que já vem desenvolvendo o turismo como o Prazeres Tour ou promovendo ações socio-culturais como o Black Santa . Atividades visam a promoção do turismo e também a geração de renda e melhores condições de vida na comunidade. Numa segunda ida à campo, conhecemos o projeto Reciclagem que, como o nome indica, incentiva a reciclagem de materiais – garrafas pet, embalagens tetrapak e latinhas – por meio de ações pedagógicas de coleta e criação de objetos reciclados, e gera para além da renda uma outra atitude diante do lixo. São todas atividades econômicas mas que não excluem a dimensão política, biopolítica. São muitos os problemas dos Prazeres, mas também muitas suas potências. A comunidade dos Prazeres é um terreno fértil e um convite aberto à atuação com design. Para as idas à campo, os alunos da ESDI/ UERJ foram iniciados em práticas etnográficas de observação e produção de dados sobre os projetos locais e com os agentes envolvidos e, a partir das informações, realizaram cartografias. Foram encontradas algumas dificuldades bastante significativas no meio do caminho. A proposta do Sebrae de “desenvolvimento de empreendedorismo” por meio da “cadeia produtiva do turismo” nem sempre é reconhecida e apropriada pela comunidade. Também nem sempre a realização de cartografias proposta pela ESDI é vista com bons olhos pelos diversos poderes presentes no território. São grandes os desafios, mas foi com entusiasmo que os projetos realizados pelos alunos da ESDI/ UERJ com parceiros locais foram apresentados no final do ano letivo de 2013 no Casarão dos Prazeres. Alguns estudantes atenderam à demanda do Sebrae desenvolvendo um aplicativo que o visitante pode baixar em seu celular para ser guiado pelo Morro dos Prazeres, apreciando a vista e os pontos importantes. Já um outro grupo de estudantes optaram por um rumo alternativo: ao conversarem com o Sr Orlando, tomaram conhecimento da dura realidade de uma comunidade que não possui serviço de correios. Realizaram então uma *CartAgrafia*, ou seja, um serviço de distribuição de cartas com base no sistema de relações afetivas da comunidade. Como opção à demanda do Sebrae relativa ao Morro dos Prazeres, dei aos

alunos a possibilidade de realizar suas cartografias e projetos de design em outros territórios mas de manter o imperativo da criação COM parceiros locais. Na Lapa por exemplo, onde se situa a ESDI/UERJ, foram realizadas cartografias dos “profissionais sobre rodas” e um Guia N Rodas. Com efeito, pela Lapa e pelo centro da cidade circulam inúmeros “profissionais sobre rodas”: são, em geral, carregadores que servem ao comércio local, ambulantes que vendem suas próprias mercadorias e ainda cataadores de objetos não mais desejados. Todos eles sofrem a violência do trânsito carioca e a eles os estudantes dedicaram seu projeto Mais amor nas ruas . Já na Rocinha, três estudantes entrevistaram moradores com o objetivo de cartografar suas opiniões acerca do teleférico em construção pelo PAC 2. A cartografia realizada mostra que o espetaculoso projeto do Governo Federal avança em detrimento dos desejo de saneamento básico assim como de transporte alternativo para a população local. Além da representação visual desta situação foi realizada a campanha denominada Telefante . Ambos os projetos de design – *Mais amor nas ruas* e *Telefante* – podem ser considerados como verdadeiras campanhas com participação cidadã. No total, foram realizados sete projetos ligados aos Prazeres, um à Rocinha e quatro à Lapa.

Consideramos as cartografias como produção cooperativa de dados, projeto visual em si e como metodologia para o desenvolvimento de projetos de design em e com comunidades. Para que a parceria com a comunidade seja efetiva, o contato deve ser o mais frequente possível. O tipo de projeto de design que pretendemos desenvolver também possui características singulares. Almeja uma escala menor onde as tecnologias digitais podem contribuir para a flexibilização da escala entre o industrial e o artesanal – eventualmente um *handymade design* (ROSA, 2013) – para atender demandas variadas e com menos desperdício. Se bem articulados entre si por meio de uma pluralidade de agentes conectados em redes sociais e tecnológicas, um número razoável de micro projetos podem promover importantes transformações. Mas esse tipo de projeto não atenta unicamente à escala como também à perspectiva que pode ser denominada *bottom up*, ou seja, de baixo para cima: parte-se das demandas e da cultura dos moradores assim como das características do território para pensar o projeto. E, por fim, esse tipo de projeto tem uma dimensão política no sentido que se coloca como possibilidade antagônica ou alternativa ao modo como certas práticas sociais, culturais e criativas e, em particular a do design se constituíram e se tornaram hegemônicas no Brasil. As resistências à pacificação policial por um lado e, por outro, ao desenvolvimento de empreendedorismo nos moldes da Economia Criativa podem ser aprofundadas na perspectiva de uma cultura que assuma sua dimensão biopolítica perguntando-se, por exemplo, em que medida a transformação de seus modos de vida por meio da criatividade lhe traz benefícios – econômicos entre outros – ou não. A potência desses projetos pode ser apreendida a partir dessas características: intensidade das conexões horizontais, perspectiva de baixo pra cima com relação às esferas institucionais e dimensão alternativa e às vezes antagonistas com relação às formas – sociais, culturais, econômicas e políticas – hegemônicas. O que está em jogo: a reciclagem do Rio de Janeiro na perspectiva da espetacularização da cidade ou, ao contrário, do seu uso comum.

3.3 Insurgências das ruas e redes

Atensão entre espetacularização em curso do Rio de Janeiro e o uso comum da cidade animou as ruas e as redes da cidade ao longo de 2013. Transporte, moradia, saúde e educação tiveram destaque mas as questões de cultura e criatividade não são alheias a essas reivindicações. A cultura pode ser entendida como mera mercadoria que, uma vez embalada e etiquetada pela criatividade, transforma-se num “carioca *way of life*” para fins de desenvolvimento ou sua enorme capacidade de alavancar a economia da cidade pode ser tida como apenas uma de suas muitas facetas que não reduz outras tão fundamentais como o político, ou melhor, o biopolítico. Ora, os poderes públicos têm privilegiado um modelo criativo já bastante criticado mundo afora. Apresentamos a experiência como a dos Pontos de Cultura (nos três níveis do governo, com uma imensa capilaridade a nível nacional e já se expandindo pela América Latina) e, entre muitas outras, duas pequenas experiências no seio da universidade pública em parcerias. Ora se as experiências foram ricas, os recursos são sempre pobres diante do desafio. O incentivo a esse tipo de experimentação de grande importância para um aglomerado urbano tão heterogêneo quanto o Rio de Janeiro e uma população tão diversa socioculturalmente é quase inexistente frente ao modelo de cidade criativa que vem sendo implementado com megaeventos e megaequipamentos esportivos e culturais às custas de pacificações problemáticas. As ruas e as redes acusaram, por meio de manifestações extremamente criativas, que a vida em comum é o que importa na cidade. De certa forma, afirmaram que produção e consumo cultural devem vir junto com cidadania cultural.

Na metrópole carioca das últimas décadas, proliferou a dita “produção cultural”. A forma ONG de organização da produção cultural em determinados territórios representou para alguns de seus jovens moradores uma real alternativa de vida mas, quando controla a atuação política – algumas ONGs parecem ter adotado o lema “projeto sem protesto” – promovem uma notável pacificação cultural. Aquilo que inicialmente funcionava para uma juventude em meio a múltiplos conflitos territoriais como uma necessária proteção se tornou, aos poucos, uma asfíxiante imposição. Hoje, a forma ONG não apenas sofre críticas por parte de seus jovens frequentadores como sofre as mesmas crise pelas quais passam seus potenciais patrocinadores e os poderes públicos que as subvencionam. Como fazer com que o desenvolvimento do empreendedorismo local não se dê às custas da atuação política, para que a integração favela-cidade não se realize unicamente pelo economia de mercado como também pela cidadania ou, como preferimos, pelo compartilhamento de tempos e espaços urbanos em todas as suas dimensões: culturais, sociais, econômicas e políticas? A resposta criativa à pacificação policial muitas vezes sustentada numa pacificação cultural – desde a proibição dos bailes funks à outras restrições de modos de vida – foi dada nas ruas e nas redes em 2013.

Até meados de 2013, antes mesmo de iniciarem os eventos oficiais da Copa das Confederações, a cidade do Rio de Janeiro oferecia o palco mais perfeito para um espetáculo dos três níveis de governo. Os representantes responsáveis pela re-

alização dos megaeventos com seus megaequipamentos esportivos e culturais tornando de tão novos pareciam orgulhosos da inserção do Rio de Janeiro no circuito de cidades globais. Ora a espetacularização da cidade acontecia em detrimento de investimentos básicos (saúde, educação, transporte, moradia e saneamento básico) e a gentrificação de bairros e favelas por meio de remoções se intensificava. A população não parecia oferecer resistência até que, em junho, inesperadamente, a multidão se fez presente. O movimento nas ruas e redes do Brasil e, de modo singular no Rio de Janeiro, surge como fruto de uma constituição multitudinária ao longo dos últimos governos progressistas. Dela podemos apreender uma monstruosa expressão. Monstruosa porque, no excesso que a caracteriza, ela não cabe nos campos acadêmicos, nos setores econômicos e nos programas políticos. E, apesar disso ou por isso mesmo, as expressões da multidão transbordam de criatividade. Uma potente carnavalização no sentido que lhe atribui Mikhail Bakhtin é visível nas manifestações: máscaras, fantasias, performances, cartazes, faixas, projeções, falas, brincadeiras, e palavrões são dirigidos aos poderes que procuram disciplinar e controlar a população. Tudo isso remete ao carnaval, mas não ao carnaval oficial – aquele espetacularizado com grandes marcas e discursos de consumo, de propriedade, de verdade – e sim à carnavalização da multidão com processos pequenos mas bem articulados, processos de baixo pra cima, subversão ou abertura dos poderes e saberes constituídos, processos de relativização da verdade única e absoluta e constituição de outras verdades.

Para além da carnavalização, também é visível uma estética de ocupação do espaço urbano. A prática de Ocupas, embora pontuais, têm proliferado. Desde o *OccupyWallStreet* nos Estados Unidos, tivemos Ocupa Cinelândia, Ocupa Méier, Ocupa dos Povos, a Cúpula dos Povos e a Cópula dos Povos. E junto às manifestações de 2013, o fenômeno retomou com Ocupa Cabral, Ocupa Paes, Ocupa Câmara. Além das “ocupas”, o Rio de Janeiro tem várias ocupações de prédios públicos abandonados. E tem também ocupações históricas que são seus assentamentos informais ou favelas muitas vezes tidas como monstruosas em sentido pejorativo e assim sofrem ameaça de remoção. Favelas e ocupações existem por falta de opção mas também por afirmação de outros modos de vida na cidade. A criatividade das carnavalizações e ocupações gestaram novos meios, formas e conteúdos. Além do streaming dos midialivristas, surgiram e multiplicaram-se as projeções em muros entre outros tipos de suporte que, rapidamente, viralizavam na internet. A cidade espetacularizada foi simbolicamente subvertida por meio de uma forte conexão entre as singularidades que já vinha há tempos acontecendo no Rio de Janeiro mas que ganhou intensidade no movimento ainda que sob repressão. Sabemos que a violência que reprime no asfalto não se equivale à violência que atinge o morro, mas da onda de violência nasceu uma conexão de afetos em diversas linguagens: cartazes, campanhas, fotografia, grafismos, quadrinhos, poesia concreta, intervenção urbana e performance entre outras. Carnavalizações e ocupações da multidão tensionaram a pacificação cultural que frequentemente acompanha a pacificação policial sobre a qual se sustenta um Rio de Janeiro espetacularizado por uma economia criativa

sem cidadania cultural. Contudo, hoje, a poucos dias das Olimpíadas, as remoções acontecem a todo vapor e as últimas casas de Vila Autódromo – comunidade símbolo da resistência a uma forma de se pensar e praticar a cidade e a criatividade – são derrubadas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cidade do Rio de Janeiro sempre foi conhecida, nacional e mundialmente, pela sua grande diversidade sociocultural. Mais recentemente, essa diversidade foi reconhecida como motor para o desenvolvimento de uma cidade em tempos de desindustrialização cuja consequência é a degradação de seu centro e áreas próximas. Se a nível nacional a Economia Criativa emergiu como um eixo poderoso para o desenvolvimento sustentável do país, no Rio de Janeiro ela surgiu como verdadeira panacéia para todos os males. Neste artigo, num primeiro momento, foi realizado um breve histórico da chegada de conceitos como Economia Criativa e Cidade Global e um breve panorama de publicações que têm amparado a sua implementação assim como a apresentação de algumas leituras críticas feita por instituições internacionais. Num segundo momento, Foucault foi usado para analisar, dentro desse enorme dispositivo de segurança em que se transformou a metrópole carioca com seus preparativos para os megaeventos esportivos, a articulação entre território e população.

Em tempos de UPP, a análise da articulação entre território e população se torna importante para apreender algumas experiências que vem sendo realizadas no Rio de Janeiro. É a cultura, ou seja, o modo de vida de uma comunidade num espaço dado que articula território e população e quem dá forma ao ordinário como também ao extraordinário. Dela se pode extrair valor econômico mas sua separação do debate político se revela problemática. No atual e fortemente conturbado contexto carioca, não há como desvincular a cultura da política. A cultura é biopolítica na forma ambígua que Foucault concebe o termo: poder sobre a vida e também potência da vida. Quando o poder público define o Rio de Janeiro como “cidade criativa”, sua população se encontra frente a essa ambigüidade mas também a muitas possibilidades. Se, por exemplo, a Economia Criativa estimula a criação de clusters criativos, o Programa Cultura Viva do MinC em parceria com as Secretarias de Cultura Estadual e Municipal estimulou iniciativas comunitárias locais já existentes e fortemente territorializadas. Mas as diferenças – às vezes complementares, às vezes concorrentes – não param aí. Se a Economia Criativa tem uma preocupação evidente com produção, distribuição e consumo da cultura, a Cultura Viva não abre mão da cidadania cultural. Existe tensões entre uma cultura voltada ao desenvolvimento econômico e uma cultura que reivindica direitos. Esses aspectos não deveriam ser excludentes mas, retornando ao nível local, isto é, voltando ao Rio de Janeiro em tempos de megaeventos, verificamos algumas das consequências da orientação da produção cultural e, sobretudo, dos modos de vida na cidade pelo modelo de desenvolvimento baseado na Economia Criativa, entre elas o da gentrificação de bairros e remoção

de população relacionados à espetacularização da cidade.

E foi com essas percepções que fomos a campo realizar algumas experiências de ensino, pesquisa e extensão. As experiências apresentadas – cartografias e projetos de design realizadas por alunos da ESDI com parcerias externas – são muito pequenas diante da enormidade dos desafios. Mas estão totalmente conectadas com outras experiências de design como também as demandas das redes e das ruas que, às pacificações – policiais e culturais – responderam com manifestações democráticas e... criativas. A criatividade potente das manifestações vem confirmar que a Economia da Cultura é necessariamente biopolítica e que cabe a nós, cidadãos do Rio de Janeiro, no meio dessas ambiguidades – poder sobre a vida urbana e ao mesmo tempo potência dos modos de vida na cidade – dar-lhe o sentido que desejamos. Para isso, uma criatividade crítica e uma crítica criativa se fazem sempre mais necessárias.

REFERÊNCIAS

- ANHEIER, Helmut. RAJ ISAR, Yudhishtir (Org.). *Cultural expression, creativity e innovation*. Londres: SAGE Publications, 2010. (The Cultures and Globalization).
- BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. Brasília: Hucitec, 1999.
- DISTRICTS OF CREATIVITY. *Districts of creativity*. Disponível em: <<http://www.districtsofcreativity.org>>. Acesso em: 9 ago. 2016.
- EUROPEAN INSTITUTE FOR PROGRESSIVE CULTURAL POLICIES. *EIPCP*. Disponível em: <<http://eipcp.net/institute>>. Acesso em: 9 ago. 2016.
- FLANDERS DC. *Flanders DC*. Disponível em: <<http://www.flandersdc.be/en>>. Acesso em: 9 ago. 2016.
- FLORIDA, Richard. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books, 2000.
- FOUCAULT, Michel. *Segurança, território, população*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- HOMEM DE MELO, Chico (Org.). *O design gráfico brasileiro: anos 60*. São Paulo: CosacNaify, 2008.
- LANDRY, Charles. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Londres: Earthscan, 2000.
- LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. 5.ed. São Paulo: Centauro, 2008.
- LUPTON, Ellen; COLE PHILLIPS, Jennifer. *Novos fundamentos do design*. São Paulo: CosacNaify, 2008.
- RAUNIG, Gerald et al. *Producción cultural y prácticas instituyentes: líneas de ruptura en la crítica institucional*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2008.
- REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). *Cidades criativas: soluções inventivas: o papel da copa, das olimpíadas e dos museus internacionais*. São Paulo: Garimpo de Soluções; Recife: FUNDARPE, 2010.
- REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- REIS, Ana Carla Fonseca et al. *Economia criativa: um conjunto de visões*. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012.
- REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). *Creative city perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009.
- RIBEIRO, Ana Clara Torres. Alessia de Biase entrevista Ana Clara Torres Ribeiro. *Redobra*, Salvador, v. 1, n. 9, p.9-21, abr. 2012. Semestral. Disponível em: <http://www.redobra.ufba.br/wp-content/uploads/2012/04/redobra9_Alessia-de-Biase-entrevista-Ana-Clara-Torres-Ribeiro.pdf>. Acesso em: 20 set. 2013.
- ROSA, Marcos L.; WEILAND, Ute E. *Handmade urbanism: from community urbanism to participatory models*. Berlim: Jovi Books, 2013.
- SARAIVA, Andréia. *Economia viva e solidária: estudo propositivo de alternativas de sustentabilidade financeira dos Pontos e Pontões de Cultura*. Disponível em: <<http://en.calameo.com/read/000672961082b2427799f>>. Acesso em: 9 set. 2016.
- SILVA, Frederico Augusto Barbosa da; ARAÚJO, Herton Ellery. (Org.). *Cultura viva: avaliação do Programa Arte, Cultura e Cidadania*. Brasília: Ipea, 2010.
- SILVA, Frederico Augusto Barbosa da; AZEVEDO, Lia Calabre. (Org.). *Pontos de cultura: olhares sobre o Programa Cultura Viva*. Brasília: IPEA, 2011.
- SZANIECKI, Barbara. Cartes, cartographies, diagrammes, etc. *Multitudes*, [s.l.], v. 43, n. 4, p.22-23, 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3917/mult.043.0022>>. Acesso em: 9 ago. 2016.

SZANIECKI, Barbara. Uma política cultural para as práticas criativas. *Lugar Comum*, [s. l.], n. 35-36, p.175-190, set. 2011-abr. 2012. Disponível em: <[http://uninomade.net/wp-content/files_mf/110210120242Uma política cultural para as práticas criativas - Barbara Peccei Szaniecki.pdf](http://uninomade.net/wp-content/files_mf/110210120242Uma_pol%C3%ADtica_cultural_para_as_pr%C3%A1ticas_criativas_-_Barbara_Peccei_Szaniecki.pdf)>. Acesso em: 9 ago. 2016.

TURINO, Célio. *Ponto de cultura: o Brasil de baixo para cima*. São Paulo: Anita Garibaldi, 2009.

TV Senado. *A economia da cultura no Brasil*. Entrevista: Ana Carla Fonseca Reis. [s.l.]: 2011. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B1sl2v-zi-M>>. Acesso em: 9 ago. 2016.