

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

DENISE REJANE MELLO DA SILVA

**ECONOMIA DA CULTURA E CIDADES CRIATIVAS:
UMA ABORDAGEM DO CENTRO HISTÓRICO DE PORTO ALEGRE**

**Porto Alegre
2010**

DENISE REJANE MELLO DA SILVA

**ECONOMIA DA CULTURA E CIDADES CRIATIVAS:
UMA ABORDAGEM DO CENTRO HISTÓRICO DE PORTO ALEGRE**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Economia, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como quesito parcial para obtenção do título Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Stefano Florissi

Porto Alegre

2010

DENISE REJANE MELLO DA SILVA

**ECONOMIA DA CULTURA E CIDADES CRIATIVAS:
UMA ABORDAGEM DO CENTRO HISTÓRICO DE PORTO ALEGRE**

Trabalho de conclusão submetido
ao Curso de Graduação em Economia,
da Faculdade de Ciências Econômicas
da UFRGS, como quesito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Ciências Econômicas.

Aprovado em: Porto Alegre, _____ de _____ de 2010.

Prof. Dr. Stefano Florissi - orientador
UFRGS

Profa. Dra. Maria Heloisa Lenz
UFRGS

Prof. Dr. Sérgio Marley Modesto Monteiro
UFRGS

Aos meus pais,
Adão e Maria Madalena, meus incentivadores, e
ao meu irmão Samoel, pela amizade e carinho de todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

À Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul pela oportunidade de aprendizado. Aos professores do Departamento de Ciências Econômicas pelo incentivo as reflexões necessárias ao aprendizado da Economia e pelos aconselhamentos que levarei para toda a minha vida.

Em especial, ao professor orientador Stefano Florissi, pela motivação em realizar este trabalho e pela maneira fascinante que ensina Economia, estimulando o pensamento científico, que me fez ter a absoluta certeza de que é esta a profissão que eu quero seguir, e também nunca deixar de buscar novos conhecimentos na área da Ciência Econômica.

Aos meus queridos colegas de faculdade, em especial Gisele Salvagni e Paulo Roberto Sbaraini Lunardi, que sempre se mostraram solícitos e prontos para a troca de conhecimentos, e acima de tudo pela convivência e carinhosa amizade que se formou nos corredores da Universidade.

Um agradecimento especial a Prefeitura Municipal de Porto Alegre, aos colegas Rita Chang, do Gabinete do Prefeito, Glênio Vianna Bohrer e Maria Erni C. Marques, da Secretaria do Planejamento Municipal por terem colaborado com a elaboração deste trabalho. São colegas como estes, que me fazem sentir orgulho de ser servidora pública, e poder contribuir para o desenvolvimento da cidade.

Por fim, um agradecimento especial a todos que fizeram parte da minha vida e colaboram para que eu nunca desistisse dos meus sonhos.

RESUMO

Este trabalho pretende mostrar como a revitalização do centro histórico de Porto Alegre, como atividade econômica, pode prover o município de Porto Alegre de um crescimento mais equitativo e equilibrado, coerente com os preceitos do desenvolvimento sustentável. Verifica os conceitos da economia da cultura através dos conceitos de economia criativa e cidades criativas. Analisa o planejamento urbano como instrumento dinamizador da economia e suas relações com o desenvolvimento econômico ambientalmente sustentável. Avalia o momento atual do centro histórico de Porto Alegre e apresenta novos projetos que se forem implementados trarão um crescimento integrado e sustentável da região do centro histórico e de toda a cidade de Porto Alegre. Por fim, nosso interesse reside em mostrar os mecanismos de atuação do governo da cidade através de incentivos ao setor cultural que podem resultar em desenvolvimento econômico e geração de bem-estar para esta e também às futuras gerações.

Palavras-chave: Economia da Cultura. Economia Criativa. Desenvolvimento Urbano Sustentável. Porto Alegre.

ABSTRACT

This study intends to demonstrate how the revitalization of the Porto Alegre's historical downtown, as economic activity, can supply to the city a more equal and balanced growth, coherent with the precepts of sustainable development. It verifies the concepts of cultural economics through the concepts of creative economy and creative towns. It analyzes the urban planning as a promoter tool of economy and its relations to environmentally sustainable economic development. It evaluates the present of the Porto Alegre's historical downtown and presents new projects that, if implemented, will bring a sustainable and integrated growth to that area to Porto Alegre city as all. Finally, its interest consists in show the action mechanisms of Porto Alegre's administration through incentives to the cultural sector that can result in economic development and creation of welfare for this and also the future generations.

Keywords: Cultural Economics. Creative Economy. Sustainable Urban development. Porto Alegre.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. ECONOMIA DA CULTURA.....	12
2.1 ECONOMIA CRIATIVA.....	20
3. CIDADES CRIATIVAS	31
3.1 DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL.....	35
3.2 CIDADES SUSTENTÁVEIS.....	41
3.3 OUTRAS REFERÊNCIAS DE CIDADES CRIATIVAS.....	43
3.3.1 <i>Barcelona - Espanha</i>	43
3.3.2 <i>Bilbao - Espanha</i>	44
3.3.3 <i>Lisboa – Portugal</i>	45
3.3.4 <i>Um caso brasileiro: Belo Horizonte - Minas Gerais</i>	46
4. PORTO ALEGRE	49
4.1 HISTÓRICO.....	49
4.2 PROBLEMÁTICA.....	51
4.3 MUDANÇA DE CONTEXTO GLOBAL	51
4.4 AÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE	52
4.4.1 <i>Projeto Viva o Centro</i>	52
4.4.2 <i>Metodologia do Projeto Viva o Centro</i>	54
4.5 DADOS GERAIS DO CENTRO HISTÓRICO	56
4.6 PROJETOS EM ESTUDO NA PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE	58
4.6.1 <i>Plano piloto para o “corredor cultural” do centro histórico</i>	59
4.6.2 <i>Projeto turístico cultural de reintrodução do bonde na memória e na paisagem de Porto Alegre</i>	61
4.7 RESGATE AFETIVO	63
4.8 EVENTOS COM PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE	65
4.8.1 <i>Caminho dos Antiquários</i>	65
4.8.2 <i>Caminho do Livro</i>	66
4.8.3 <i>Viva o Centro a pé</i>	66
5. CONCLUSÃO.....	68
6. REFERÊNCIAS	71

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por propósito inicial apresentar e analisar a relação entre o conceito de Cidades Criativas e Economia da Cultura, verificando a influência do Planejamento Urbano como ferramenta para o desenvolvimento econômico de uma cidade. Vamos trazer a pauta alguns dos modelos de cidades que se reinventaram, através da revitalização e reabilitação de seus bairros históricos.

O tema tem sua relevância na medida em que revela a representatividade da economia da cultura e, a partir disso, explicita a transversalidade da cultura em todas as ações de políticas públicas. Envolve a articulação de estratégias, com parcerias entre as diversas esferas e pastas públicas, juntamente com o setor privado e com a sociedade. Assim forma-se uma base para um planejamento de longo prazo, mas sempre fiel ao desenvolvimento sustentável.

É também feita a discussão a respeito de cidades criativas e desenvolvimento urbano sustentável, demonstrando claramente a relação destas abordagens na busca de crescimento e desenvolvimento econômico. Além disso, apresentamos algumas mudanças no ordenamento das cidades, como alteração da legislação a fim de proteger o meio ambiente e o patrimônio histórico cultural.

Como o estudo da economia da cultura ainda é uma área relativamente nova e em constante expansão, se espera agregar com este trabalho elementos que possam trazer uma reflexão sobre o desenvolvimento das cidades.

Como o Brasil tem passado por um processo de explosão de urbanização e por algum tempo, a idéia de planejamento urbano foi esquecida pelos governos, tanto federal, como, estadual e municipal, ocorreu uma degradação dos grandes centros urbanos, com esgotamento da mobilidade, crescimento das favelas, narcotráfico e violência.

Nesse sentido, procuramos mostrar estratégias para que haja a volta da reforma urbana e seu desenvolvimento, além do espírito de comunidade e promoção da cidadania. É necessário criar novas oportunidades para as cidades, através da inovação, que produz emprego e estimula a criatividade, valorizando os efeitos

multiplicadores da cultura na economia, potencializando a geração de um capital intelectual e humano em comum.

A crescente revolução tecnológica é um indicativo de que o aproveitamento dos recursos disponíveis deve ser utilizado da melhor forma possível, proporcionando um desenvolvimento que possa ser usufruído por todos, agregando a questão dos bens tangíveis e intangíveis na discussão da promoção do bem-estar e geração de valor. Desse modo, temos a capacidade de produzir conseqüências desejáveis sob o ponto de vista econômico, com um desenvolvimento otimizado por meio dos equipamentos culturais.

Num primeiro momento, vamos desenvolver as bases teóricas da Economia da Cultura e Economia Criativa, com o propósito de fundamentar de modo consistente a apreciação que iremos estabelecer posteriormente.

No capítulo seguinte, a análise procura identificar como algumas cidades estão entrando na lista de cidades criativas, hoje bastante discutidas pela UNESCO. As cidades devem analisar os fatores que as diferenciam, apostar em estratégias que possam movimentar as atitudes dos cidadãos a criarem um espaço mais diversificado, não só culturalmente, mas também economicamente.

Para que a cidade cresça de maneira eficiente e equitativa, o desenvolvimento sustentável trouxe à tona uma nova importância ao planejamento, com especial atenção a gestão territorial, considerando os recursos naturais, as atividades econômicas, condições básicas de saúde, educação, respeito ao próximo, costumes e tradições e a legitimidade das instituições.

Mostramos outros casos referencias de cidades que se reinventaram, utilizando seu potencial criativo, seus recursos naturais e promoção da sua identidade local, com o propósito de gerar um crescimento coerente com os preceitos do desenvolvimento sustentável.

Notamos que há elementos comuns a todas elas, como governança clara; políticas públicas com continuidade; convergência de interesses públicos, privados e da sociedade civil; engajamento da comunidade; investimento em educação e

cultura, dentre outros ingredientes às vezes tão escassos nos processos de transformação socioeconômica implementados em nossas cidades.

Por fim, faremos uma abordagem especial da cidade de Porto Alegre, com o projeto de revitalização do centro histórico, importante para o retorno do olhar do cidadão as potencialidades que o centro histórico proporciona.

Investimentos em restauração do patrimônio histórico, promoção da imagem, a qualificação do espaço urbano e o fortalecimento da dinâmica funcional, promovem o retorno do cidadão de Porto Alegre a utilizar os serviços localizados no centro histórico, bem como atrai novos investimentos em comércio e serviços, principalmente.

As ações de promoção da cultura e da arte em Porto Alegre criam um valor simbólico e geram externalidades positivas, além de estender estes benefícios não só para esta geração como também para as próximas.

2. ECONOMIA DA CULTURA

A relação entre economia e cultura nos traz reflexões acerca das nossas rotinas, escolhas e o nosso modo de pensar no cotidiano. Todo o tempo fazemos escolhas, e essas escolhas no processo de consumo são individuais, norteadas pelas nossas experiências e gostos, que acaba sendo a construção das idéias econômicas.

Nos dias de hoje, a cultura está inserida no ambiente produtivo de uma economia, sendo estabelecidas as relações de oferta e demanda dos bens culturais. E para tanto, devemos estudá-la com um elemento essencial na Ciência Econômica uma vez que traz benefícios para a sociedade no longo prazo, como bem-estar, inclusão, compaixão, sensibilidade, criatividade.

Começamos analisando a questão da escolha do consumidor. Sabemos que cada indivíduo tem seus gostos, e que nos dias de hoje, século XXI, as pessoas têm a liberdade de expressar o que elas realmente são e conseqüentemente os seus gostos. A partir da relação indivíduo – gostos chegamos ao final do processo que é o consumo. Cada um de nós gera um fluxo de bens e serviços que movimenta a economia. O consumo de bens culturais gera o que chamamos de externalidades positivas, que ocorre fundamentalmente devido a educação, não apenas formal, mas também suas experiências, relações interpessoais e geração de valor simbólico.

A cultura e a educação podem ser analisadas através do fluxo circular: criação cultural, veiculação, consumo cultural, (re)educação dos consumidores. Entende-se que a criatividade não só gera a criação cultural como também mantém o contínuo desenvolvimento do fluxo. Porém, apenas com educação formal não se consegue gerar criatividade, devem-se criar estímulos para criar uma sociedade para ser, pensar e criar, e neste sentido o uso do dinheiro público tem um custo de oportunidade gigante, ou seja, temos uma justificativa para usá-lo, uma vez que estamos gerando uma externalidade positiva, fazendo com que o ato de procurar junto o conhecimento construa uma sociedade com maior bem-estar, mais preparada para novos desafios, mudanças e com uma maior capacidade de gerar e

criar. Estamos nesse momento elevando o capital humano, na medida em que a economia não trata só de questões como emprego e renda, mas com o bem-estar.

A cultura é uma importante ferramenta para gerar externalidades positivas. A partir disso temos uma importante ferramenta para justificar a entrada no governo nas relações privadas, uma vez que a vontade das pessoas precisa ser incentivada. Esse retorno não é apenas imediato, mas é um retorno que passa de geração a geração. A cultura tem um efeito positivo na educação, capaz de gerar nas pessoas criatividade, que é o maior evento de negócios do século XXI, essencial para o avanço tecnológico.

A cultura não se captura visualmente, ela se dá através de relações paralelas mais sutis e mais complexas em que não podemos analisar no curto prazo, são relações que grupos da sociedade vão construindo na medida em que começam a se envolver com a cultura. A expressão humana se dá pelas relações interpessoais entre a família, os amigos, e nos momentos de lazer. Temos o estabelecimento de um valor simbólico do bem cultural pelo indivíduo, na medida em que o conhecimento e o aumento do gosto por arte e cultura têm um efeito multiplicador sobre a demanda por arte. A arte é uma das formas de conhecer e interpretar o mundo e as pessoas tem maneiras diferentes de perceber, conceber e interpretar o mundo. Arte e patrimônio cultural são expressões simbólicas do ser humano, não há como separar as duas, uma vez que a arte é uma forma de conhecimento e de expressão da vida.

Nesse sentido temos as relações de produção, com a escassez de produtos em fluxos de serviços e se pode resolver de maneira mais equilibrada com a produção cultural. O setor cultural tem uma enorme capacidade de gerar emprego e renda, e a medida que o consumo por arte aumenta cada vez mais temos um aumento significativo de investimentos no mercado cultural. Essa grande diversidade de indústrias culturais, geradoras de empregos diretos e indiretos, podem ser analisadas através dos instrumentos da ciência econômica.

Benhamou (2007) apresenta o debate da distribuição desigual do capital cultural. Ressalta a importância da base cultural familiar, e na medida que é prolongado pela escola, determina a reprodução dos comportamentos em relação a

cultura. O autor cita Pierre Bourdieu e Alain Darbel (1969), e apresenta a expressão de Bourdieu e Darbel em que o “amor à arte” está mais ligado ao capital cultural herdado, vindo do seio familiar, do que de atitudes espontâneas. Este é um aspecto interessante, pois o economista tem dificuldade para explicar o consumo que é direcionado por fatores psicológicos ou sociológicos e não por fatores econômicos. O paradigma neoclássico é posto à prova, uma vez que a teoria afirma que o consumidor é racional, que ele é capaz de ordenar as suas escolhas e também levar em consideração a sua restrição orçamentária.

A teoria parte da hipótese de que a medida que aumenta o consumo de uma unidade adicional do produto, decresce proporcionalmente o aumento desse consumo. No entanto, o consumo de bens culturais ocorre de maneira um pouco diferente, uma vez que o bem cultural é coletivo, por exemplo, a visita a um museu por parte de vários visitantes não diminui o prazer do outro visitante.

A partir disso, os incentivos para o desenvolvimento cultural, através dos seus benefícios como a criatividade, podem afetar os demais mercados da economia, refletindo nos indicadores sociais, no comportamento, valores e crenças. As externalidades positivas é algo criado entre duas partes, que geram um aumento de bem-estar a sociedade. Sendo assim, é benéfico que a produção desse bem continue e que possa ser disponibilizado no mercado ao alcance dos demais indivíduos.

Conforme Florissi e Valiatti (2007) a cultura de uma sociedade exerce enormes influências sobre o pensamento econômico e ético, e impõe certos valores sobre os quais atividades e comportamentos devem obter maior suporte e destaque, conseguindo então maior importância econômica e social. O revés também é verdadeiro, porque dependendo do estado da economia de um país, sua cultura poderá ter maior ou menor peso em sua vida, seja envolvendo as pessoas ou somente florescendo sentimentos que fazem com que exista identificação entre os membros dessa comunidade.

No entanto, de acordo com o mainstream atual, é de que a economia lida com um problema alocativo de bens disponíveis, que são finitos, e o indivíduo no seu processo de escolha, opta pela cesta de bens que maior bem-estar lhe trará. Esta

cesta de bens escolhida pelo indivíduo pode ser qualquer objeto material ou imaterial, que lhe traga satisfação pessoal. Nestes termos, temos a racionalidade econômica do indivíduo, que é o foco do pensamento científico econômico.

Paul Tolila (2007) afirma que pensar a economia do setor cultural é uma arma para a cultura.

Guiaram-nos três objetivos que são também três horizontes de reflexão para instrumentar conhecimentos e debates sobre a economia cultural: o fortalecimento das políticas públicas culturais, as relações entre desenvolvimento cultural e desenvolvimento geral, e as implicações que a globalização atual dos intercâmbios e seus desequilíbrios têm para o desenvolvimento e a diversidade cultural. É uma função desses três horizontes que as grandes questões internas da economia cultural são abordadas aqui, quer se trate das indústrias culturais, dos direitos autorais, das novas tecnologias ou ainda a situação dos aspectos “clássicos” da cultura (patrimônio, espetáculo ao vivo, etc.). (TOLILA, 2007, p. 20)

É necessário também analisar o conceito de bens culturais, que podem ser espetáculos ao vivo, monumentos históricos e indústrias culturais de diferentes campos (música, cinema, livros, produtos multimídia). Conforme o modelo clássico de mercado, as mercadorias são caracterizadas pelo fato de serem exclusivas e rivais. No mercado cultural, o bem cultural também apresenta as características comuns a um bem público, como a não-rivalidade, ou seja, o consumo por parte de um indivíduo não reduz o que estão disponíveis para o consumo dos demais indivíduos. Os bens culturais, salvo raras exceções, são assim, e o caráter excludente se verifica na maioria dos bens culturais, pois ao ser cobrado um preço pelo seu uso, ocorre a exclusão de outros para o consumo.

Continuando o debate sobre o capital cultural, percebemos que não há apenas o valor econômico, em que é atribuído uma quantidade monetária e movido por sentimentos egoístas, mas também o valor cultural, que representa um sistema de idéias, crenças, tradições, valores, gostos, e a medida que o indivíduo tem satisfação em consumir passa a existir uma identificação, que passa a ser não só individual, mas também de toda uma comunidade. É importante descrever a atividade econômica que o capital cultural está gerando. O capital cultural se divide em duas categorias: bens tangíveis como prédios, obras de arte, são geralmente heranças culturais, e intangíveis, como o capital intelectual, idéias, práticas crenças, e valores compartilhados por um grupo de indivíduos, etc. Esta categoria necessita

de constantes investimentos para que ela não acabe e pelo contrário, possa aumentar o seu valor, e é neste aspecto que as instituições têm um papel fundamental dentro do sistema. Conforme Bertini (2008), os impulsos econômicos que sofrem os bens e serviços culturais são um fenômeno motivado pelo fator criatividade, atributo inerente a capacidade humana e que está incorporado nos produtos artísticos e culturais.

Outro fator importante é o valor que o indivíduo atribui ao bem cultural. Porém, não temos como mensurar o valor subjetivo, aqueles não são transacionados no mercado e que não possuem valor monetário, não havendo equilíbrio entre oferta e demanda. Para a Ciência Econômica, com enfoque no setor cultural, é tentar aproximar a disposição a pagar de um bem, que gere tanto valor econômico como valor cultural. Ou seja, os bens culturais possuem valores diferentes dos bens normais. Tolila (2007) afirma que a economia toda do setor cultural se define pela lógica da oferta, ao contrário das lógicas tradicionais da demanda. Essa lógica é caracterizada pela ação das políticas públicas quanto ao investimento em atividades culturais.

Florissi (2007) salienta que a valoração econômica de um bem, dentro da ótica sustentável, o consumo desse bem tem que satisfazer a geração atual sem comprometer as necessidades da geração futura. Assim, o consumo desses bens deve estar dentro da noção de sustentabilidade.

Quando algum grupo de indivíduos consome um bem cultural, a existência futura desse capital cultural depende da manutenção e de investimentos no presente. Isso irá possibilitar a continuidade desse capital em possuir valor econômico e gerar um fluxo de serviços que adiciona um valor econômico ao agregado – fator muito importante para a economia. Fica claro, então, que uma quantidade de recursos deve ser alocado de modo que esse capital cultural possa continuar existindo e fomentando a economia da região, ou mesmo gerando somente valor cultural para o indivíduo pela sua mera existência. (FLORISSI e VALIATI, 2007, p. 16)

Devemos refletir também sobre os preceitos do desenvolvimento cultural sustentável, no que tange a eficiência econômica de uma sociedade. Quando discutimos economia da cultura, não devemos analisar a cultura apenas como uma habilidade técnica, mas sim, uma ferramenta geradora de criatividade, produção intelectual, enfim, um indivíduo capaz de transgredir a partir do seu envolvimento

com uma atividade intelectual, podendo gerar a união de diversos grupos da sociedade podendo diversificar a atividade econômica da região.

O desenvolvimento cultural sustentável deve ser visto com um complemento do desenvolvimento ecologicamente sustentável. Isso implica a utilização de modelos econômicos em que um dos componentes de desenvolvimento sustentável é a cultura, sendo uma variável endógena. Com essa abordagem seria possível explicar alguns fenômenos econômicos como implicações diretas de investimentos em cultura, pois ela gera efeitos em rede e em cadeia que acabam por incrementar a atividade econômica de uma região. (FLORISSI e VALIATI, 2007, p.17)

O conceito de capital humano também está relacionado com a economia da cultura, no que tange a área do desenvolvimento humano. Essa discussão foi iniciada por Schultz, em sua obra *Investment in Human Capital* (1971), e posteriormente pelos economistas Gary Becker (1964), James Heilbrun e Charles Gray (2001). Gray (2001) afirma que “a demanda por arte e outros bens culturais depende muito da educação e não tanto da renda do indivíduo”. Ou seja, a medida que a pessoa aumenta o seu consumo pela arte ela tende a querer consumir mais, bem como transferir esse gosto para outro indivíduo, ou seja, temos um efeito multiplicador da demanda por arte e um significativo aumento do capital humano.

Tolila (2007) afirma que de acordo com estudos sociológicos, nos países desenvolvidos, os principais praticantes culturais pertencem a “capitais sociais” mais elevados, tanto em termos de formação, classe social e perspectivas em evolução no emprego. Salienta inclusive “a correlação entre o nível de diploma e as práticas mais “cultas” (teatro, música clássica, ópera, etc.) é extremamente forte.” (Tolila, 2007, p.50). O autor analisa que a pressão sobre o tempo leva os praticantes a compensar suas compras em outros produtos culturais como CD, DVD e etc. também associados a valores educativos, uma vez que essa camada da sociedade está acostumada a ver pouca televisão. Porém, o contrário também ocorre nesta mesma parcela da população que elevou seu poder aquisitivo e que dispõe de mais tempo livre, mas não adquiriu o hábito “culto” da cultura. Essa categoria passa a consumir ainda mais a prática da televisão, que faz com que sua indústria cresça de maneira desmedida.

Essa análise se junta, por outro lado, à constatação de sociólogos como P. M. Menger que constata o que chama de “uma troca de atributos” entre o trabalho e as práticas culturais por essas populações com excesso de ocupações, mas às quais falta tempo (executivos, trabalhadores, intelectuais, etc.): o trabalho não é mais uma alienação, mas um lugar de forte desejo e realização pessoal, enquanto as práticas culturais são o objeto de uma programação, de uma planificação mais séria até, e se encontram submetidas a critérios de seleção de opções muito estritos. De uma maneira um pouco provocadora se poderia dizer que jamais os fenômenos econômicos repousaram tanto sobre o espírito humano convertido em motor de produtividade, e é isso que explica, sem dúvida, que ele tenha se tornado também o processo de toda uma série de empresas industriais, entre elas as indústrias culturais. (Tolila, 2007, p. 51).

Brito e Barros (2005) partem do pressuposto de Thorsby (2001) e destacam que para o consumo de bens culturais é necessário haver um acúmulo de gosto adquirido ao longo do tempo. Esses autores buscam desenvolver um modelo, a partir dos existentes na ciência econômica, sobre a dinâmica da demanda e de preços de bens culturais e o aprendizado através do consumo. Portanto, os autores sugerem que há uma interdependência temporal do consumo de bens culturais mais forte do que a encontrada e outros bens.

Heilbrun e Gray (2001) também relacionam bens culturais e externalidades, ou seja, fenômenos onde as atividades de um indivíduo ou firma afetam outros indivíduos ou firmas de forma em que nenhuma compensação é paga. As externalidades, conceito muito utilizado para descrever as falhas de mercado, ocorrem geralmente quando tratamos com bens públicos, como o exemplo do caso de bens culturais. No caso de investimentos em cultura, isso ocorre de forma frequente, visto que geralmente são as empresas privadas que se beneficiam do suporte financeiro dado pelo Estado, como por exemplo, através dos financiamentos ou do uso da imagem dessa empresa no caso de um investimento cultural. Portanto, para que ocorra uma maior equidade entre a distribuição dos valores econômicos gerados por investimentos culturais, as externalidades devem ser tratadas com relevância pela influência que geram na atividade econômica. O contrário pode levar a concentração de benefícios por algumas empresas comerciais.

Quando estudamos economia da cultura, outra questão importante são os subsídios governamentais. Como a base da teoria econômica defende a idéia que a forma mais eficiente de dar um subsídio é em forma de dinheiro, uma vez que se

entende que o beneficiário é o que melhor sabe onde o emprego do dinheiro lhe garantirá maior utilidade, o fornecimento de bens culturais torna-se uma questão complicada. O subsídio governamental abrange duas questões: a eficiência e a equidade. “Em mercados não competitivos, como o das artes, que possuem falhas ou outras imperfeições, uma intervenção governamental seria a forma de correção de uma ineficiente alocação de recursos” (FLORISSI e VALIATI, 2007, p. 25).

Entre os argumentos favoráveis no ponto de vista da eficiência, temos o argumento de que com preços menores a demanda por arte aumentará, corrigido a situação de perda de excedente do consumidor, devido ao preço mais alto que o custo marginal. Florissi e Valiati (2007) destacam como um fator relevante os subsídios para a educação, pois os bens culturais necessitam de gosto adquirido para que sejam consumidos. O hábito de assistir a espetáculos, visitar museus, enfim toda a forma de arte, pode ser dado os passos iniciais na escola, aumentando a demanda por arte.

Tolila (2007) ressalta que vivemos em sociedades densas, complexas. Um movimento, uma ação em uma extremidade dessa cadeia pode trazer consequências na outra extremidade da cadeia. Nesse sentido, o problema da decisão raramente é apenas um problema de inteligência individual, mas é um campo onde deve ser analisadas as ferramentas, as condições e as restrições com cuidado. O processo de decisão deve estar fundamentado em informações confiáveis e ratificado, não apenas "informação-decisão-ação", é fundamental que o processo descreva a realidade dos fenômenos.

A problemática da observação econômica do setor cultural ainda permanece confusa e mal compreendida, embora o desenvolvimento das práticas e do consumo cultural, o aumento dos empreendimentos culturais, a necessidade de ampliar ou de preservar os orçamentos dos governos estejam sendo inseridos nos debates internacionais, esses debates ainda surgem tímidos no Brasil. Como alguns governos não possuíam as informações e ferramentas necessárias em relação à cultura ocorreram que em alguns tratados internacionais de livre comércio foi esquecido o setor cultural.

Quando ocorre o contrário, vemos todos os parceiros do setor cultural engajados e unidos no intuito de construir um processo de observações coerentes, possibilitando a coordenação dos conhecimentos e da ação das instituições e indústrias culturais, enfim de todas os organizadores e profissionais da cultura, e produz-se uma informação coletiva estruturada, capaz de ser um instrumento nas decisões das políticas públicas e também para os tomadores de decisão e sua capacidade de prejudicar a cultura seria mínima.

Tolila (2007) diz que não podemos nos apoiar em leis válidas e prontas quando queremos tratar do setor cultural. Não é obrigatório aplicar uma metodologia específica para a observação dos fenômenos. Esta metodologia é a pesquisa, é desenvolver o melhor dispositivo de pesquisa, não apenas olhar, mas perguntar e se perguntar, várias vezes, antes de iniciar o trabalho efetivo. Como as sociedades e as relações humanas evoluem de uma forma mais rápida que outras estruturas físicas, a pesquisa em ciências sociais devem estar prontas a rever seus métodos e hipóteses.

Tolila (2007) é crítico na questão da observação, cita que há uma validade, mas que esta será uma validade relativa, relacionada aos atos de padronização e ao método; e pode ser também uma validade limitada, ou seja, não vale para todo o real; e por fim, uma validade transitória, em que a realidade em que está se estudando vai se modificar.

2.1 ECONOMIA CRIATIVA

A matéria-prima da economia criativa é o capital intelectual. É o ramo da economia da cultura que essencialmente foca na criatividade para gerar potencial econômico, com isso não se restringe a produtos e serviços englobando também processos, modelo de negócios, gestão e outros. A tecnologia também é uma grande aliada para quem deseja explorar suas habilidades e possibilita o trabalho em rede, ou seja, viabiliza a união de vários potenciais gerando assim uma enorme oportunidade de inclusão socioeconômica.

A economia criativa é gerada a partir do conhecimento, da capacidade individual para conseguir gerar potencial econômico que vem do setor cultural. Começa pelo reconhecimento do patrimônio cultural, e quando se desloca o foco para a criatividade individual cria-se um processo de inclusão socioeconômica. O indivíduo começa a reconhecer que o talento individual pode se transformar em um potencial econômico, e ele pode viver dessa renda, sendo, portanto, mais feliz. As pessoas têm, enfim, a oportunidade de escolher com o que elas querem trabalhar. Unem-se as duas dimensões do ser humano, o físico e as idéias.

Embora a associação entre criatividade e produtos e serviços diferenciados não seja novidade, passou a receber maior atenção com o despontar de várias tendências paralelas, que se amalgamaram, reformulando-se umas as outras. Dentre elas vale ressaltar o advento da economia do conhecimento; a expansão da representatividade econômica das indústrias culturais e sua circulação em meios digitais; a maior disponibilidade de tempo para lazer nos países desenvolvidos; o acirramento da globalização (com seus efeitos sobre a produção e a distribuição, gerando longos debates acerca da identidade e da democracia de acesso); o declínio paralelo de algumas tradicionais locomotivas da economia; e o fomento da visão transversal da cultura. (REIS, 2007, p. 282)

Bendassolli, Wood Jr., Kirschbaum e Cunha (2009), escreveram o artigo “Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades” e trazem o debate entre indústrias culturais e indústrias criativas, e devido as suas características e complexidade, o fenômeno dessas indústrias pode constituir um veio promissor para investigações de caráter empírico. Os autores apresentam quadros com as definições, dimensões, setores envolvidos e referências das indústrias culturais e criativas.

No quadro 1 podemos analisar que a passagem do termo indústrias culturais para indústrias criativas é uma tentativa de articulação entre os domínios da arte ou cultura, da tecnologia e dos negócios, pretendendo salientar os aspectos positivos, na forma de: “as novas tecnologias de distribuição supostamente abriram caminho para maneiras alternativas de se fazer o produto cultural chegar ao consumidor final” (BLYTHE, 2001; PETERSON e ANAND, 2004 *apud* BENDASSOLLI; WOOD JR.; KIRSCHBAUM e CUNHA, 2009, p. 13).

Quadro 1 - Definições de Indústrias Criativas

DEFINIÇÃO	REFERÊNCIAS
“Atividades que tem a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para criação de trabalho, e riqueza por meio da geração e exploração da propriedade intelectual [...]. As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área, tecnológica, que fazem produtos vendáveis, e cujo valor econômico reside na suas propriedades culturais (ou intelectuais).”	DCMS (2005, p.5)
“A idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as industrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de um nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos”	Hartley (2005, p.5)
“Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo “indústria criativa” a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual.”	Howkins (2005, p. 119)
“[Indústrias Criativas] produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um <i>coregroup</i> , um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, software, <i>broadcasting</i> e todos os processos de editoria em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que tem as suas origens baseadas em coisas muito mais tradicionais, como o <i>craft</i> , folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de <i>management</i> , de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição.”	Jaguaribe (2006)
“As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade.”	Jeffcutt (2000, p. 123-124)
“As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um	Cornford e Charles

<p><i>continuum</i> que vai desde aquelas atividades totalmente dependente do ato de levar o conteúdo a audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivas e em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral distantes) (publicação, música gravada, filme, <i>broadcasting</i>, nova mídia).”</p>	(2001, p. 17)
---	---------------

Fonte: BENDASSOLLI; WOOD JR.; KIRSCHBAUM e CUNHA, 2009, p.12

O quadro 2 trata das semelhanças e diferenças entre os conceitos próximos ao de indústrias criativas, tendo como pontos de semelhanças “a referência ao fato de que todos esses conceitos mencionam o caráter imaterial dos bens culturais, sua intangibilidade, seu caráter simbólico e sua dependência de redes sociais para adquirir valor”. E as diferenças “referem-se ao modo como cada um desses conceitos se relaciona com políticas públicas, com a possível missão humanista e política da cultura e da arte, com o papel do consumidor e com a cultura e seus aspectos de consumo, entretenimento, lazer e estilo de vida” (BENDASSOLLI; WOOD JR.; KIRSCHBAUM e CUNHA, 2009, p. 13).

Quadro 2 – Conceitos similares

	INDÚSTRIAS CRIATIVAS	INDÚSTRIAS DE <i>COPYRIGHT</i>	INDÚSTRIAS DE CONTEUDO	INDÚSTRIAS CULTURAIS	INDÚSTRIAS DE CONTEÚDO DIGITAL
Definição	Caracterizadas amplamente pela natureza dos insumos de trabalho: “indústrias criativas”	Definidas pela natureza das receitas e pela produção da indústria	Definidas pelo foco na produção industrial	Definidas em função do objeto culturais	Definida pela combinação de tecnologia e pelo foco na produção da indústria
Setores envolvidos	Propaganda Arquitetura Desing Software	Arte comercial Artes criativas Filmes e vídeos	Música pré-gravada Música gravada Música de	Museus e galerias Artes visuais e artesanato Educação de	Arte comercial Filme de vídeo Fotografia Jogos

	interativo	Música	varejo	arte	eletrônicos
	Filme e TV	População	Broadcasting e filmes	Broadcasting e filmes	Mídia de gravação
	Música	Mídia de gravação	Software	Música	Gravação de som
	Publicações	Software de processamento de dados	Serviços de multimídia	Artes performáticas	Sistemas de armazenamento e recuperação de informações
	Artes performáticas			Literatura	
				Livrarias	

Fonte: HARTLEY, 2005 *apud* BENDASSOLLI; WOOD JR.; KIRSCHBAUM e CUNHA, 2009, p. 15.

No quadro 3 apresenta seis dimensões das diferentes formas de apresentar as abordagens teóricas a respeito das indústrias culturais e indústrias criativas.

Quadro 3 – Estudos de Indústrias culturais e indústrias criativas

DIMENSÕES	INDÚSTRIAS CULTURAIS	INDÚSTRIAS CRIATIVAS
Objeto	Estudos que investigam questões de consumo cultural, mídias, identidade cultural, políticas públicas, regeneração de cidades mediante produções culturais, e carreiras e trabalho no setor cultural.	Estudos de indústrias específicas, com base em casos de cidades ou regiões. Estudos de produtos e serviços nos quais a dimensão estética ou simbólica é enfatizada.
Questões comuns nos artigos	Quais as transformações pelas quais passaram as indústrias culturais na pós-modernidade? Qual o impacto das novas tecnologias? Qual o impacto da globalização? Como a indústria influencia o	Como funcionam as indústrias criativas? De que maneira elas representam solução de compromisso entre artes e negócios? Como transformar a criatividade em valor de mercado (em produtos em inovação, em

	consumo?	novos ciclos de consumo)? Como lidar com a incerteza comercial?
Abordagem dominante	Visão crítica e ênfase nos conflitos: orientação de mercado <i>versus</i> orientação artística; indústria cultural e estilo de vida; ideologia	Visão Crítica conjugada com soluções reconciliatórias, abordagens descritivas e artigos de posicionamento e revisão.
Pressuposto comum aos artigos	As indústrias culturais têm valor intrínseco e dependem de apoio e regulação pública	As indústrias criativas têm elevado potencial para apoiar o desenvolvimento econômico e social dos países, porém dependem de apoio e regulação pública. Elas constituem fenômeno relevante que deve ser mais bem compreendido.
Abordagem metodológica	Estudos de caso, ensaios críticos, análise de conteúdo ou discurso, análises multivariadas.	Estudos de caso, ensaios críticos, análise de conteúdo ou discurso, análises multivariadas.
Periódicos	Concentração de periódicos de estudos culturais, economia da cultura, comunicação e estudos urbanos; poucas publicações em Estudos Organizacionais.	Maior incidência de periódicos de estudos culturais e comunicação; poucas publicações em Estudos Organizacionais.

Fonte: BENDASSOLLI; WOOD JR.; KIRSCHBAUM e CUNHA, 2009, p.16

Reis (2007) destaca que a economia criativa vem despertando atenção por ser a união da economia e cultura em prol do desenvolvimento sustentável. Deve-se analisar a importância das indústrias culturais à medida que elas podem trazer melhorias aos espaços públicos, possuem um valor estratégico nas relações econômicas uma vez que a informação, a cultura, o conhecimento contribuem para o desenvolvimento. As indústrias culturais representam oportunidades de circulação de informações, liberdade de escolhas e a capacidade de reflexão que levam o indivíduo ao desenvolvimento social e individual.

Reis (2007) esclarece que a variedade de definições de indústrias culturais remete uma variedade de atividades relacionadas com a criação, fabricação e comercialização, mercado de serviços de bens e produtos culturais. Vemos uma multiplicação na diversidade da oferta desses produtos sendo remetidos inclusive a públicos específicos, como o que temos hoje, uma variedade de revistas e jornais e maior variabilidade de canais de televisão. “Reforça-se assim o caráter dual (valor econômico e calor simbólico) dos produtos e serviços culturais” (Reis, 2007, p. 276).

Temos a combinação de criação, produção e comercialização de conteúdos culturais e intangíveis (idiomas, músicas, histórias, contos, ou seja, todo o patrimônio cultural de um grupo social) que são protegidos por direitos autorais e culturais (*copyrights*). “Apóia-se em uma das características basilares das indústrias culturais: sua reprodutibilidade técnica, possibilitada pela produção em grande escala e com rendimentos crescentes, proporcionada pelas inovações tecnológicas do século XX” (REIS, 2007, p. 276)

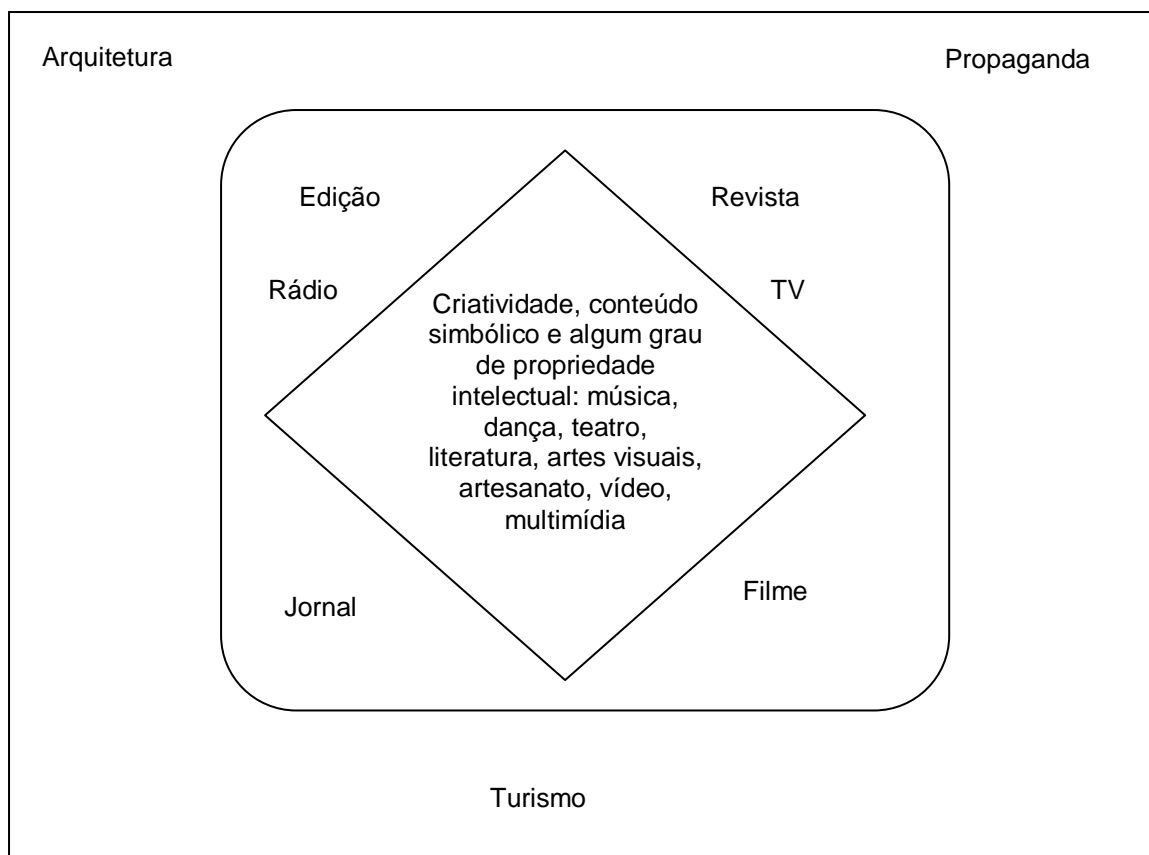
O uso do trabalho criativo é um elemento fundamental da política cultural. Reis (2007) exemplifica a questão com a chegada do Partido Trabalhista ao poder, em 1997, na Inglaterra com o primeiro-ministro Tony Blair. Na sua política, ele associou o potencial criativo da nação e geração de direitos autorais, qualificando a importância do tema, pois viu que a tradicional manufatura não era mais o carro chefe da economia do país e sim as indústrias criativas. A indústria criativa foi definida como a que tem origem na criatividade, habilidade e talento individuais e eu tem potencial para geração de renda e empregos por meio da geração e exploração da propriedade intelectual, como propaganda, arquitetura, *desing*, moda, mercados de arte e antiguidade, artesanato, jogos de computador, televisão, rádio, moda, filme e vídeo, entre outros.

A estratégia e a responsabilidade com que foi conduzida (objetivos claros, transparência, pastas governamentais unidas, visão de longo prazo, coerência entre discurso e prática e parceria com o setor privado) renderam bons frutos. Segundo os dados mais recentes disponíveis, as indústrias criativas foram responsáveis por 8,2% do PIB em 2001. Suas exportações contribuíram com £ 11,5 bilhões (U\$\$ 18,4 bilhões) para a balança comercial de 2002 (ou 4,2% do total de produtos e serviços exportados), tendo crescido a uma média de 11% ao ano, no período de 1997-2002 (contra 3% dos totais de bens e serviços). O fantasma do desemprego

também foi exercizado em 2003, quando o setor respondeu por 1,9 milhão de postos (1,1 milhão nas indústrias criativas e 0,8 milhão relacionado a elas), tendo apresentado um crescimento médio de 3% ao ano, nos seis anos anteriores (perante 1% da economia) Os dados levantados têm motivado o ministro das Indústrias Criativas (pasta criada em 2005) a desfraldar aos quatro ventos seu ambicioso intuito de transformar o Reino Unido no centro criativo do mundo (REIS, 2007, p. 284).

Reis (2007) aponta que não existe um consenso para a definição de indústrias criativas e gera polêmica no momento de diferenciá-las das indústrias culturais. O conceito britânico de indústrias criativas aborda todos os setores capazes de gerar direitos de propriedade intelectual (inclui setores criativos que não são culturais), e por outro lado, o conceito de indústrias culturais engloba apenas setores que geram propriedade intelectual, existindo uma sobreposição das indústrias criativas às culturais.

Throsby (2001) retomou o debate acerca das indústrias criativas. Ele se refere a produtos e serviços culturais que envolvem criatividade em sua produção, englobam certo grau de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico. Elaborou um modelo formado por círculos concêntricos, conforme figura abaixo, em que o mais interno compreende as atividades culturais, com maior carga cultural, o segundo círculo que além de conter o primeiro também compõe as indústrias que podem gerar produtos e serviços com conteúdos culturais e não culturais, por último o terceiro círculo que engloba as indústrias que têm algum conteúdo cultural, mas podem se expandir para setores não culturais.



Uma categorização de indústrias culturais e criativas
 Fonte: Adaptado de Reis, 2007 *apud* Throsby.

A análise da economia criativa é de que cada país ou cidade deve explorar suas potencialidades e encontrar um modelo próprio de desenvolvimento, que utilize o seu potencial criativo como estratégia de desenvolvimento socioeconômico sustentável. O modelo a ser implantado deve se adequar a sua realidade socioeconômica. Reis (2007) destaca:

A situação se torna ainda mais delicada nos países ditos em desenvolvimento. Conforme o próprio nome sugere, esses países buscam o desenvolvimento sustentável – e não somente o crescimento econômico. Reforçar a representatividade econômica das indústrias criativas no PIB e na geração de empregos é parte desse quadro, mas não o todo. De pouco adianta estimular o crescimento de setores geradores de montantes siderais de direitos de propriedade intelectual, se a criação dessa riqueza produzida não for acompanhada de uma melhor distribuição de renda, propiciada pela inclusão socioeconômica e descartar benefícios simbólicos fundamentais, *inter alia* de democracia de acesso, valorização da diversidade, reforço da identidade nacional. Cabe, então, encontrar uma definição e um modo de

introduzir essa política, de modo que atendam efetivamente às características dos países do hemisfério sul, aproveitem seus talentos, lacerem as fundações de um caminho transversal e sobreponham os obstáculos que enfrentam, nacional e globalmente. Para isso, é importante expandir o conceito de indústrias criativas, setorial e limitado, essencialmente focado em produção, para o de economia criativa, abrangendo todo o fluxo de produção, distribuição e acesso de produtos, serviços e capacitação criativa (REIS, 2007, p. 293)

É necessário analisar a criatividade como matéria-prima em abundância. No entanto, ela deve ser estimulada e desenvolvida, para que o potencial criativo desabroche, é preciso reconhecer a influência de outras áreas, como o sistema educacional, que é um forte estímulo da produção de criatividade, promove a transferência do conhecimento, capacidade de raciocínio e expansão do talento. Deve-se superar o modelo formal de educação, para métodos que envolvam a capacidade de transgredir, unir idéias, reconhecer regras e limites. A criatividade não acaba com o seu uso, ocorre o contrário, ela aumenta, assim não há barreira de entrada para a produção criativa, uma vez que a concorrência é um estímulo aos demais. É a união de objetivos econômicos com objetivos sociais.

Tolila (2007) destaca que independente do âmbito em que se estude economia da cultura, o avanço só será possível através da organização, que permita confrontar as hipóteses com as pesquisas empíricas, a fim de construir indicadores e produzir alternativas para a ação do poder público. Dessa forma, temos a validação das decisões tomadas, inclusive com orientações sobre o que e como produzir. O autor sugere a idéia de criar observatórios nacionais para os Estados, e cita como exemplos a França, Finlândia e etc. que já implantaram estruturas centrais de observação, encarregadas de realizar pesquisas e difundir a cultura da observação, com metodologias, procedimentos estatísticos entre outros. Como existem vários observatórios culturais em torno do mundo, pode até dizer que a noção de observatório utilizada com o propósito de qualquer coisa desvalorizou a sua real intenção.

O importante não é forma estrutural que se observa, mas sim a observação com seus objetivos e sua forma. O essencial é a informação cultural econômica, é a conscientização de que o estudo econômico do setor cultural é um fator de progresso e um dos meios de ação eficaz a favor do desenvolvimento cultural. O

observatório pode ser uma parceria público-privada, ou não. O que realmente importa é construir ferramentas informacionais do setor cultural, para sabermos se estamos avançando, em que estágio nos encontramos e qual é a nossa força. Independente da forma de organização do Estado é essencial que disponha de estudos no âmbito do setor cultural. "Eles constituem a própria base de referência de qualquer pesquisa posterior e inclusive de qualquer pretensão de "pilotagem" geral das políticas públicas." (TOLILA, 2007, p. 136)

Tolila (2007) diz que é preciso ter conhecimento profundo desses desafios, como a economia dos direitos autorais. A ausência desta pode deixar o setor conturbado deixando os atores do setor incapazes de agir e reagir. Essa questão depende do estudo do setor das indústrias culturais e das lógicas econômicas. Esta é uma visão importante para o desenvolvimento futuro do setor cultural trazendo impactos aos fenômenos culturais. Para tanto, merece atenção especial a "medida econômica" do setor cultural, pois sua lógica interfere na eficácia da despesa pública.

Tolila (2007) acredita que a economia da cultura integrada na reflexão sobre o crescimento endógeno tem grande valor para o advento da economia do conhecimento. Não deve haver o esquecimento, indiferença, negligência diante dos enfoques econômicos que o setor cultural abrange. Na vida pública, a situação é bem diferente, onde a visibilidade e a firmeza são argumentos primordiais, uma vez que se reforçarmos as pesquisas econômicas sobre a cultura, ampliarmos os campos de estudo, dotarmos a pilotagem política e o debate público com indicadores convincentes, veremos, ao longo do tempo, diminuir invariavelmente o número de tomadores de decisões indiferentes. O que a doutrina do crescimento endógeno nos ensina é que a importância da coordenação dos fatores internos de produção é absolutamente determinante para o desenvolvimento dessa economia, que determina melhor interpretação das informações e a tomada de decisão nas sociedades.

3. CIDADES CRIATIVAS

Nos nossos dias é reconhecida a importância das cidades como fatores decisivos na economia e no desenvolvimento do país. Além de se constituírem como os espaços onde vive a população são, cada vez mais, elementos fundamentais para a promoção da competitividade, criatividade, da cidadania e da qualidade de vida. As cidades devem analisar os fatores que as diferenciam, apostar em estratégias que possam movimentar as atitudes dos cidadãos a criarem um espaço mais diversificado, não só culturalmente, mas também economicamente.

A abordagem sobre as cidades criativas, bem como a revitalização de centros urbanos, se refere à importância das políticas públicas ligadas à criatividade e à inovação urbana, numa aposta que visa à atração e a fixação de talentos, a capacidade de desenvolver investigação e produtos tecnológicos (universidades e empresas inovadoras) apoiada numa atitude tolerante, que valorize a diversidade social e cultural. A idéia é construir espaços urbanos onde a população sinta prazer em viver, desfrutar sua beleza, estudar, trabalhar, participar de atividades culturais e de lazer.

Quando tratamos de cidades criativas, devemos pensar sobre o ambiente urbano. É onde as pessoas vivem e trabalham, ou seja, um espaço com significados. Porém, é necessário que o cidadão conheça a sua cidade, as interligações entre os bairros, o que eles oferecem de atrações, mercado de trabalho, lazer e cultura. Assim, criamos um ambiente de negócios, mas também de criatividade, com capacidade para atrair e reter talentos, estabelecendo relações entre si.

Reis (2009) debate sobre a regeneração urbana e traz a discussão de que devemos entender a história da cidade para elaborar um plano de ação para tornar a cidade em uma cidade criativa. Antes tínhamos a economia voltada para o setor industrial, mas hoje vemos o setor de serviços em constante crescimento, com as discussões sobre economia do conhecimento e economia da informação.

Para entendermos a criatividade no território urbano, é preciso antes de tudo salientar que a cidade é um ser vivo. Geograficamente localizado,

fisicamente assentado em um traçado viário, administrativamente autônomo mas, acima de tudo, em constante mutação. Afinal, a cidade é formada por pessoas e suas relações físicas, sociais, culturais e econômicas. Entender uma cidade exige seguir um fio histórico, unindo pilares identitários do passado, singularidades do presente e vocações futuras. Requer, também, revelar as intrincadas e multifacetadas relações entre formas de perceber a cidade, ler suas fragilidades e soltar as velas de seus potenciais. (REIS e MARCO, 2009, p.235)

Reis e Marco (2009) também salientam a criatividade geradora de novos negócios, como moda, *desing*, arquitetura. Aposta que a criatividade não pode ser copiada, uma vez que a fonte de criatividade está nas pessoas que vivem em uma determinada região. A partir dessa abordagem, entramos no conceito de cidades criativas, que não é consenso na literatura econômica. Por um conceito de cidades criativas, é qual é o potencial econômico do que é produzido criativamente, enquanto que, para outros, é um ambiente de produção capaz de gerar, capacitar, atrair e reter talentos que sustentem essa criatividade e seu valor econômico agregado.

Ou seja, cidades criativas são aquelas capazes de modificar sua economia para atividades que envolvam a criatividade dos seus habitantes, dentro das suas especificidades culturais e suas vocações econômicas. A união dessas forças estabelece um ambiente estratégico de mudança social, voltado não só para a promoção da cultura, mas também para o desenvolvimento da economia local.

Temos aí o pressuposto básico de que a criatividade urbana interage com o campo cultural, já que o próprio território é um espaço de significados. Essa criatividade transborda a criação cultural em si e se refere mais ao modo de pensar e criar – inovador, aberto, descompromissado de dogmas – do que à cultura por seu aspecto estético, por valoroso que obviamente seja. Porém, aqui o eixo da discussão não é a estética, mas o reconhecimento de que a transformação urbana é desencadeada pelo processo de criação. A criatividade impulsiona a busca de novos arranjos de governança entre público, privado e sociedade civil; de formas alternativas de financiamento (mais voltadas ao capital de conhecimento do que às garantias físicas); de inovações na gestão da cidade; de valorização da criatividade; e de busca de modelos colaborativos, nos quais todos ganham (ao invés de competitivos, nos quais um ganha no curto prazo e todos perdem). (REIS e MARCO, 2009, p. 239-240)

Deve-se enfatizar que cada cidade tem sua história, singularidade, seus pressupostos, sua essência individual e sua diferenciação. Cada cidade deve expandir a sua indústria cultural para abranger aquelas que devolvam funcionalidade, como por exemplo, indústria têxtil e a moda. As cidades criativas

estão em permanente processo de transformação, ligação íntima com a criatividade e não se acomoda com os problemas. É necessário haver conexões entre os setores e indústrias, serviços, bairros e inovações culturais. Ou seja, a dinâmica urbana não é copiável entre as cidades.

Copiar o resultado de outra cidade tem, ademais, o péssimo efeito de não construir o próprio processo: não estabelece uma governança compartilhada entre o público, o privado e a sociedade civil; não constrói laços colaborativos entre os agentes criativos; leva uma cidade a achar que o reflexo no espelho da outra é seu e, via de regra, ainda incorre em custos vultosos de consultoria e projetos arquitetônicos de grande magnitude. Enfim, em vez de aprender a pescar, ao se copiar a solução dos outros compra-se um peixe que, além de tudo, pode ser muito indigesto. Aprender com as experiências (e cabeçadas) dos outros, porém, é muito saudável. (REIS e MARCO, 2009, p. 240-241)

A busca de um entendimento de cidades criativas requer a participação de várias ciências como do urbanismo, da sociologia, antropologia, filosofia, história, geografia, economia, administração, psicologia e comunicação. Esse objetivo multidisciplinar ajuda a obter novos modelos que possam trazer o crescimento econômico para a cidade, bom como melhorias socioambientais. É uma forma de reconhecer que a cultura está presente em todos os setores, trazendo benefícios a todos, uma vez que estamos na era do conhecimento. Essa integração pode ser material ou imaterial, tecnológica, criando novas inteligências e novas formas de lançar um produto.

As cidades criativas ampliam suas oportunidades de negócios na medida em que utilizam elementos simbólicos para a criação de novos produtos, mercados, bens e serviços culturais. Esse elemento que é a criatividade, à medida que é utilizado, gera ainda mais criatividade, ou seja, é inesgotável o potencial de desenvolvimento na medida em que estimula os demais setores a se recriarem como o exemplo do turismo, da moda, dos centros tecnológicos, das mídias e do entretenimento. A criatividade torna-se a principal matéria-prima das atividades artísticas e culturais.

A criatividade também é investida nas atividades sócio-ambientais, promovendo o desenvolvimento sustentável a partir do pressuposto que reconhecem seus elementos simbólicos para inovar antigas formas de produção, apresentando

resultados de alto valor econômico agregado. Nesse sentido, temos a criação de empregos em todos os níveis da cadeia produtiva, inovando e construindo novas identidades para os diversos grupos da sociedade, qualificando e diferenciando o território no processo de globalização. Percebemos que a criatividade é inesgotável diante do seu potencial de estimular continuamente novos setores.

Esse constante estímulo a utilização das idéias criativas, torna a cidade uma cidade inteligente, baseada no uso da cultura e da tecnologia. A inovação dos ciclos da cadeia produtiva transforma-se em cadeias de valor, qualificando os processos de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Temos presente neste processo o capital intelectual, através do conhecimento e da criatividade como um dos principais recursos para a manutenção dessa produção.

Nesse contexto temos a cultura como elemento de interligação dessas relações. Quando tratamos de desenvolvimento através do conhecimento temos presente também a educação, ou seja, a educação está no centro do processo da sociedade do conhecimento. O conhecimento construído a partir do indivíduo produz uma comunidade que se identifica com o meio em que ele vive, através da história, patrimônio, meio-ambiente e a cultura local.

Sendo assim uma comunidade reconhecedora de sua cultura local é capaz de ampliar o leque de suas atividades culturais e assim atrair pessoas, consumidores e investidores de outras regiões. Forma-se um pólo turístico e cultural, catalisador de novas atividades criativas e gerador de fluxos econômicos. Um exemplo disso é uma comunidade que antes estava excluída das atividades econômicas e culturais e que a partir do desenvolvimento da cultura e do turismo consegue entrar no universo econômico através do desenvolvimento do artesanato, que é uma atividade que tem um grande potencial criativo e que espelha a cultura e a história da região.

A economia do século XXI exige maiores e melhores relações entre os setores públicos, privados e a sociedade civil para a criação de novos mercados que façam crescer e desenvolver a economia da região. É preciso localizar as novas forças produtivas e incentivá-las, a partir de seus valores e crenças. Como a globalização está cada vez mais acelerando o processo produtivo, e o que antes trazia enriquecimento para uma cidade, que era apenas a fabricação de um

componente do produto, hoje, o que traz diferenciação é o intangível. É o valor, identidade, que o produto possui no mercado, ou seja, é tempo de agregar valor a cadeia produtiva, pensar em novas estratégias de diferenciação, iniciar uma revitalização.

Como a sociedade do conhecimento, e as redes de relacionamento, modelam a cidade criativa, a ênfase é a busca de remuneração do simbólico, do intangível e do imaterial. Entre os temas desafiadores para um trabalho consistente neste campo, destacam-se: (1) O patrimônio material e imaterial como recurso sustentável e remunerável, através do incremento da criatividade para a geração de novos negócios. Entram em cena as metamorfoses entre o global e a diversidade local, com a centralidade dos movimentos culturais das periferias urbanas. (2) As indústrias culturais e as trocas tecnológicas na construção de redes sociais de interatividade, compartilhamento, intersetorialidade e governança. Ressalta o dilema da identidade, da hegemonia, e o uso da cultura como setor econômico. (REIS E MARCO, 2009, p. 258-259)

Para que as cidades possam progredir é necessário que se desenvolvam através de seus talentos a fim de conectar as pessoas às oportunidades da cidade com a região e a região com a economia global. É preciso entender o que faz a cidade ser peculiar, diagnosticar sua identidade e por fim desenvolver sua capacidade para inovação tanto no governo como na comunidade. Talento, conexões, peculiaridade e inovação são elementos que formam o conceito de cidades criativas.

3.1 DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL

No processo de desenvolvimento sustentável de uma comunidade é fundamental que esteja inserido uma identidade cultural através da preservação do patrimônio cultural, ambiental e institucional. Percebemos como eixos principais para a sustentação de uma cidade sustentável a dimensão ambiental e cultural e é necessário analisar o papel da cultura na geração de políticas e ações que visam o desenvolvimento das cidades.

Florissi (2009) ressalta a questão do Brasil no que tange ao processo de urbanização. Após a Segunda Grande Guerra, iniciou um longo processo de urbanização, com a migração da população do meio rural para as grandes metrópoles. Ocorreu que o desenvolvimento das metrópoles não ocorreu no mesmo ritmo das migrações, e sendo assim, as cidades sofrem com os problemas de saneamento, transporte coletivo, limpeza pública, habitação entre outros custos sócio-ambientais como poluição, congestionamentos e outros, ou seja, os grandes centros urbanos foram perdendo qualidade de vida, com sociedades desiguais e com muitos contrastes.

Com o passar do tempo, e vivendo diante dessas dificuldades, foi se perdendo a visualização do conceito de cidades sustentáveis. São necessários novos instrumentos de políticas que resgatem novamente essa cultura. No entanto, surge a necessidade de promover novos padrões de consumo da cidade e também realizar um melhor gerenciamento dos recursos naturais, com regularização da urbanização. Como avanço neste tema temos o Estatuto da Cidade – a Lei Federal N.º 10.257, de 10 de julho de 2001, trazendo ao planejamento municipal uma democratização como a elaboração do Plano Diretor, Leis Municipais de Ordenamento e Uso do Solo e Planejamento e Gestão orçamentária. A questão fundamental dessa discussão é como assegurar o pleno exercício do direito a cidades sustentáveis.

Florissi (2009) ressalta que a discussão do termo desenvolvimento sustentável aparece nos questionamentos dos limites do crescimento econômico adotado. Percebeu-se que é necessário trazer a discussão para o ambiente local das cidades como a qualidade do ambiente urbano e seu cotidiano. Temos assim, um ambiente complexo composto de vários subsistemas, com preocupações que serão para sempre e não somente no longo prazo. A cidade deve ser compreendida enquanto um loco provedor de necessidades coletivas mantendo suas características ambientais e patrimoniais, sem comprometer as gerações futuras.

Fiorillo (2009) expõe que os bens culturais constituem valores de referência à identidade, à memória de diferentes grupos. Os bens que compõem o patrimônio cultural traduzem a história de um povo, a sua formação, cultura e os elementos que identificam a cidadania, argumentos também presente na Constituição Federal no

artigo 226, em que o patrimônio cultural brasileiro é constituído por bens de natureza material e imaterial, que incluem as formas de expressão, os diferentes modos de criar, fazer e viver, que podem ser criações científicas, artísticas e tecnológicas e também todos os conjuntos urbanos.

A preocupação com o desenvolvimento sustentável local deve estar de acordo com o desenvolvimento sustentável global, utilizando os recursos naturais de maneira que não comprometa o recorte global. O grande desafio é criar uma rede de cidades com preocupações ambientais, urbanas e sociais, tornando-se uma aspiração ética na relação do homem com a natureza e sociedade, da mesma forma em que há o questionamento do crescimento econômico através da manutenção dos recursos.

Na década de 1990 ocorreu um aprofundamento das discussões a respeito do conceito de desenvolvimento sustentável surgido na década de 1980. O economista Ignacy Sachs publicou em 1994 o artigo *Transition strategies for the 21st century* pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Cultura e Ciência (UNESCO). O autor utiliza a expressão ecodesenvolvimento, em que o “planejamento deve considerar simultaneamente: a sustentabilidade ambiental; a sustentabilidade econômica; a sustentabilidade ecológica; a sustentabilidade espacial; e a sustentabilidade cultural” (SACHS, 1994 *apud* FLORISSI, 2009, p.31).

Para Florissi (2009) o desenvolvimento sustentável trouxe à tona uma nova importância ao planejamento urbano, com especial atenção a gestão territorial, considerando os recursos naturais, as atividades econômicas, condições básicas de saúde, educação, respeito ao próximo, costumes e tradições e a legitimidade das instituições.

No século XXI, entendemos como modelo de crescimento a questão do patrimônio cultural, a gestão territorial e às estruturas político-institucionais e também as preocupações com as relações sociais bem como a vida humana integrada com as suas manifestações culturais. As áreas econômica, política e social estão intrinsecamente ligadas. O que ocorrer em cada uma delas condicionará severamente as outras. As questões sobre o desenvolvimento econômico e

desenvolvimento social devem andar juntos, altas taxas de crescimento não levaria necessariamente ao desenvolvimento social

Kliksberg (2001) fortalece a idéia de desenvolvimento social e reforça que o capital humano potencializa o capital social e gera estabilidade política, bases essenciais para um crescimento sadio e sustentável. Ou seja, a cultura está inserida no contexto de capital humano, ela é o centro da mudança de postura e atitudes frente aos novos rumos do desenvolvimento. A cultura aperfeiçoa e enriquece as discussões sobre o capital social que promove o desenvolvimento social.

O capital social e a cultura são componentes-chaves destas interações. As pessoas, as famílias, os grupos, são capital social e cultura por essência. São portadores de atitudes de cooperação, valores, tradições, visões da realidade, que são sua própria identidade. Se isso for ignorado, saltado, deteriorado, importantes capacidades aplicáveis ao desenvolvimento serão inutilizadas, e serão desatadas poderosas resistências. Se, pelo contrário, se reconhecer, explorar, valorizar e potencializar sua contribuição, pode ser muito relevante e propiciar círculos virtuosos com as outras dimensões do desenvolvimento. (Kliksberg, 2001, p. 115).

Kliksberg (2001) salienta que não há consenso na literatura quanto ao conceito de capital social, mas entende-se que o capital social é composto de valores e atitudes que influenciam como as pessoas se relacionam entre si, ou seja, são valores e atitudes que ajudam as pessoas a superarem as relações de conflitos em relações de harmonia.

O capital social tem a ver com coesão social, com identificação com as formas de governo, com expressões culturais e comportamentos sociais que fazem a sociedade mais coesiva e mais do que uma soma de indivíduos. Considera que os arranjos institucionais horizontais têm um impacto positivo na geração de redes de confiança, bom governo e equidade social. O capital social desempenha um papel importante ao estimular a solidariedade e superar as falhas do mercado através de ações coletivas e uso comunitário de recursos. (BASS, 1997 *apud* KLIKSBÉRG, 2001, p. 117).

É importante então, vermos qual é o valor que a cultura tem no desenvolvimento e entendermos que a dimensão cultural não é somente o capital social, ele também está inserido na dimensão da sustentabilidade em termos do capital cultural. O capital cultural, tangível ou intangível, é o que herdamos de gerações passadas e passamos para as gerações futuras, sendo assim, temos o

sentido do processo de sustentabilidade. A cultura é todo o conjunto de questões referentes ao sentimento espiritual, material, intelectual e emocional, bem como os direitos, os modos de vida, as tradições, que são características de um grupo social.

O desenvolvimento passa a não ser apenas econômico, mas também para alcançarmos o desenvolvimento interessa o bem-estar social, entendido não como um meio, mas um fim, que é o bem-estar do indivíduo. A cultura é o elo desse processo, pois representa o valor simbólico existente na vida em sociedade e acaba sendo determinante para as políticas de desenvolvimento.

O indivíduo deve se reconhecer dentro do ecossistema para não ser capaz de destruir ou degradar o capital natural e cultural. A sua vida econômica deve convergir com todas as dimensões da sustentabilidade (ambiental, social, cultural, política e econômica), garantindo às futuras gerações uma rede de suporte que garanta os recursos naturais e culturais, sempre promovendo um ambiente democrático na tomada de decisões no ambiente em que está inserido.

Kliksberg (2001) traz o debate sobre como é vista a cultura dentro da Ciência Econômica. A cultura é colocada fora do campo central pelo qual se deve tratar o crescimento econômico, e sim vista como uma área que consome recursos, mas que não gera retornos sobre o investimento, e que é também vista como um setor de difícil medição e gerência da qualidade.

Na verdade, apenas em áreas de um economicismo exacerbado, pode-se pretender justificar o gasto cultural em função dos recursos tangíveis que este possa gerar como contrapartida. Os lucros que a vida cultural pode trazer à coletividade nem sempre cobrem os gastos gerados. Evidentemente, o interesse destes gastos deve ser avaliado em função de outros critérios que vão além da dimensão econômica. (BENHAMOU, 1996 *apud* KLILSBURG, 2001, p. 140)

Diante do exposto, todo o processo de mudança deve trazer consigo um desenvolvimento capaz de gerar condições para uma maior equidade social, de acordo com a preservação dos recursos naturais e ambientais, respeitando as identidades socioculturais. O conceito de cidades sustentáveis implica o equilíbrio destes fatores e na medida em que vão interagindo promovem o desenvolvimento

do indivíduo, do ser humano, garantindo que ele tenha oportunidades e liberdade de escolhas.

O patrimônio cultural representa a materialização da cultura, e tem um papel fundamental no fortalecimento do capital social, agregando valores históricos e culturais e fortalecendo a coesão social. Assim cria-se uma autenticidade para as gerações futuras, dando um sentido de identidade local para um bem que tem valor econômico, mas que deve ser conservado para as futuras gerações.

Nesse sentido, o patrimônio cultural é uma das partes mais visíveis da memória coletiva de uma sociedade, é através dele que a sociedade reconhece a sua história e reconhece seus significados. Caso haja a deterioração do patrimônio cultural, será interrompida a herança cultural entre as gerações, gerando impacto no desenvolvimento sustentável. No Brasil, o patrimônio cultural é salvaguardado por lei, conforme artigo 216 da Constituição Federal de 1988, como:

Artigo 216 - Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I – as formas de expressão; II – os modos de criar, fazer e viver; III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (BRASIL, 1988)

A discussão sobre a preservação ambiental e do patrimônio histórico também foram explicitados na Declaração de Amsterdã (1975). O Congresso de Amsterdã que gerou a Declaração de Amsterdã reconhece que a arquitetura singular da Europa pertence a todos os povos, ou seja, é parte integrante do patrimônio cultural do mundo inteiro. A Declaração de Amsterdã destaca que o patrimônio arquitetônico da Europa, bem como o seu entorno, a cidade, o bairro, leva os europeus a terem uma consciência de uma história e um destino.

Quanto ao patrimônio arquitetônico, o objetivo maior é o planejamento das áreas urbanas e o planejamento físico territorial, de maneira que toda a sociedade seja beneficiada. Ele só sobreviverá se for apreciado, e para isso devem ser

incentivados os programas de educação, que é uma discussão muito presente no conceito de cidades criativas.

Dessa forma, os poderes locais são responsáveis pelo planejamento e proteção do patrimônio histórico, através da troca de idéias, reabilitando bairros antigos, mas sem modificações na composição social dos habitantes, de uma forma de toda a comunidade possa usufruir do ambiente. A declaração de Amsterdã explicita como a significação do patrimônio histórico e a sua conservação é importante:

Sabe-se que a preservação da continuidade histórica do ambiente é essencial para a manutenção ou a criação de um modo de vida que permita ao homem encontrar sua identidade e experimentar um sentimento de segurança face às mutações brutais da sociedade: um novo urbanismo procura reencontrar os espaços fechados, a escala humana, a interpenetração das funções e a diversidade sociocultural que caracterizam os tecidos urbanos antigos. Mas descobre-se também que a conservação das construções existentes contribui para a economia de recursos e para a luta contra o desperdício, uma das grandes preocupações da sociedade contemporânea. Ficou demonstrado que as construções antigas podem receber novos usos que correspondam às necessidades da vida contemporânea (Cartas Patrimoniais, IPHAN, p.3).

3.2 CIDADES SUSTENTÁVEIS

A discussão do termo cidades sustentáveis tornou-se mais precisa quando ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992, que aprovou um documento chamado Agenda 21, a fim de analisar a situação do país, das regiões, dos Estados e dos Municípios para em seguida planejar o futuro de forma sustentável. Um dos temas centrais da Agenda foi o conceito de cidades sustentáveis.

A sustentabilidade vai desde a esfera privada, como reduzir o consumo individual, até a esfera pública, com ações de políticas públicas. Ou seja, tem-se preocupações referentes ao desenvolvimento urbano, ambientais, desenvolvimento sustentável, econômico, promoção da equidade e justiça social, e as especificidades culturais e urbanísticas (BRASIL, 2000).

A definição de sustentabilidade urbana está apresentada no Estatuto da Cidade, que compreende a cidade sustentável como direito fundamental da pessoa humana incluído no conjunto dos direitos humanos. Neste sentido, “a cidade é considerada como um espaço da qualidade de vida, cidadania e patrimônio. As políticas públicas servem para revalidar o projeto urbano segundo o modelo de eficiência e qualidade” (Florissi, 2009, p. 49).

As preocupações quanto aos aspectos ambiental e cultural são eixos tidos como centrais quando se trata de desenvolvimento sustentável. O legado cultural e patrimonial é o que se pretende transmitir as futuras gerações, onde trazem sentido histórico e cultural, além de identidade para a cidade e seus cidadãos.

A percepção da cidade enquanto possuidora de um legado patrimonial às futuras gerações, sendo ele cultural e natural, é a essência acerca da discussão sobre o desenvolvimento sustentável e suas preocupações enquanto uma continuidade física e existencial – natureza e cultura. Não somente toda a relação de uso e apropriação de recursos naturais próprios e do entorno, mas também questões referentes ao trato de sua herança cultural estão no cerne do debate da busca da sustentabilidade urbana. (FLORISSI, 2009, p.49)

A noção de sustentabilidade alinhada à ética de igualdade e justiça social traz a reflexão de que os cidadãos devem satisfazer “suas próprias necessidades e melhorarem seu bem-estar, sem degradar o meio ambiente e a vida dos demais cidadãos, tanto agora, como no futuro” (GIRARDET, 2004 *apud* FLORISSI, 2009).

Como grande parte das pessoas gasta a maioria do seu tempo em cidades, estas devem ser compostas por ambientes urbanos onde as pessoas possam ser estimuladas pela sua diversidade, através de um ambiente limpo, seguro e agradável. O direito a cidades sustentáveis está ligado aos demais direitos humanos, em especial com os direitos econômicos, sociais e culturais, através de políticas públicas.

Florissi (2009) faz um paralelo com o conceito de desenvolvimento sustentável e as definições de cidades sustentáveis:

A cidade que é capaz de modificar o padrão de desgaste do uso de seus recursos naturais e do seu patrimônio cultural; recuperar e preservar a qualidade do seu meio ambiente natural e do seu meio ambiente cultural; e

que é capaz de uma reestruturação social e institucional que leve a uma diminuição das diferenças sócias e ao fortalecimento de governança, assumidos como redes de suporte essenciais ao alcance de sua continuidade às futuras gerações. (FLORISSI, 2009, p. 52)

3.3 OUTRAS REFERÊNCIAS DE CIDADES CRIATIVAS

Se voltarmos a refletir sobre o conceito de cidades criativas, diremos que elas são capazes de construir uma agenda de políticas públicas e privadas geradoras de uma transformação sociocultural e econômica. A singularidade dessas cidades está no território, com suas identidades culturais, suas vocações econômicas, seu histórico e a forma em que ocorrem as dinâmicas entre os agentes.

No entanto, copiar o resultado de uma outra cidade pode ser um tanto perigoso, uma vez que não está sendo levado em conta o processo de governança, as parcerias entre o público e o privado, e não constrói relações com a comunidade. Além do mais, este processo pode incorrer em altos custos para o município, com a contratação de consultorias, que nem sempre propõem a melhor alternativa.

3.3.1 *Barcelona - Espanha*

Barcelona é hoje reconhecida como “cidade cultural por excelência, epicentro de produção criativa e pólo de atração de negócios e talentos, do audiovisual à biotecnologia” (REIS 2009, p.241).

A transformação de Barcelona tem raízes muito profundas, porém a identidade cultural da cidade foi mantida até a reconquista da democracia espanhola, em 1975. Foram feitas mudanças tanto no desenvolvimento físico da cidade, como também alteração no seu modelo econômico e social. Existe o projeto 22@barcelona atuando com planos para a região metropolitana, infra-estrutura da área e também modificações nos projetos de patrimônios culturais arquitetônicos, com cooperação público-privada e pautado por uma estratégia de longo prazo.

Reis (2009) destaca que Barcelona também foi uma cidade que sofreu com crises e processos de precarização no cenário pós-industrial. Atualmente, se destaca com força nos setores de tecnologia da informação, mídia e bioengenharia. Como Barcelona também investiu pesadamente na sua imagem para o exterior, a cidade atraiu mais turistas e os habitantes da cidade sofreram com o aumento do custo de vida, pois houve o aumento da procura de imóveis por estudantes e profissionais. A cidade vem se destacando, pois une tecnologia, cultura e turismo.

Conforme Amaral (2009), em reportagem publicada no Jornal Valor Econômico, incentivos mais tangíveis à inovação vem sendo oferecidos a fim de consolidar Barcelona como um pólo internacional da área, que são exigências da nova economia, como por exemplo o parque tecnológico que foi estabelecido no norte da cidade, e o pólo de pesquisas biomédicas que hoje funciona à beira-mar. A experiência mais radical é a do bairro de Poblenou, uma antiga região industrial que cresceu muito no século 19 e hoje está sendo totalmente remodelada. Fábricas obsoletas estão sendo convertidas em galpões ao estilo que tanto agrada os profissionais criativos.

Amaral (2009) também destaca que Barcelona ainda sofre com dificuldades para avançar na sua economia criativa, pois ela não está no centro das grandes redes de distribuição, e que a principal cidade com grandes grupos de comunicação e multinacionais é Madrid.

3.3.2 Bilbao - Espanha

De acordo com Reis (2009) Bilbao tem uma trajetória similar a Barcelona. A cidade se formou através de seu porto e da extração mineral. Entrou em crise aguda na era pós industrial. O momento era de crescimento do setor de serviços, sendo assim, o porto e a extração mineral passaram a não ser mais tão preponderantes.

Bilbao realizou “um profundo estudo de conhecimento” no final da década de 1980, e realizou parcerias entre agentes públicos e privados a fim de estabelecer

ações para reposicionar a cidade no mundo. Foram estabelecidos eixos de atuação entre eles o metrô e o aeroporto.

Reis (2009) destaca que a criação do museu de Guggenheim em 1997, atraiu turistas estrangeiros, motivando-os a ficarem mais tempo na cidade, trazendo impactos na arrecadação.

3.3.3 Lisboa – Portugal

Conforme Maria Teresa Craveiro, em sua apresentação no 1º Encontro de Planejamento Estratégico pra centros urbanos, realizado em Porto Alegre, em 2006, apresenta o projeto para reforçar a identidade da cidade reabilitando os centros históricos – O caso de Lisboa. O ponto de partida é o ano de 2002 e o ponto de aspiração dos objetivos propostos é o ano de 2012.

A missão do projeto é reposicionar Lisboa, simultaneamente, como Capital Atlântica da Europa e como Porta Européia do Mediterrâneo. Esse almejo leva em consideração os fatores como a posição geoestratégica, o patrimônio natural, construído e cultural, o dinamismo econômico e a distinção no contexto europeu.

O objetivo geral do projeto é afirmar a cidade de Lisboa como região de excelência para residir, trabalhar e visitar, através da revitalização das áreas históricas, qualificação dos espaços públicos e da imagem urbana.

As debilidades diagnosticadas em 2002 foram muito próximas com o projeto feito em 1992, nos quais são: mobilidades e acessibilidades, despovoamento dos núcleos históricos, carência de alternativas para mobilidade, áreas obsoletas do sistema industrial e insuficiente presença de atividades produtivas. No quadro abaixo, temos a síntese da visão estratégica do projeto da cidade de Lisboa, ou seja, o que se quer alcançar:

Lisboa 2012 - Visão Estratégica

Lisboa, cidade de bairros	Reabilitar o património, valorizar identidades Melhorar condições de habitabilidade e de acesso à habitação Melhorar o espaço público, garantir qualidade e segurança Melhorar mobilidade, integrar os bairros na cidade Apoiar lógicas de proximidade Impulsionar o planeamento e a requalificação urbana
Lisboa, cidade de empreendedores	Promover atividades econômicas de futuro baseadas na tecnologia e no conhecimento e incentivar o empreendedorismo e inovação Reforçar e internacionalizar a base econômica Promover a cidade no exterior e a participação em redes internacionais
Lisboa, cidade de culturas	Fomentar a coesão social, valorizar a interculturalidade Criar e recuperar espaços culturais Promover eventos culturais, animar a cidade Desenvolver o turismo e requalificar a oferta hoteleira
Lisboa, cidade de modernidade e inovação	Modernizar e reforçar as infraestruturas urbanas Promover a qualidade da mobilidade e a intermodalidade Modernizar e reestruturar os serviços internos e agilizar os processos de decisão

Fonte: Apresentação de Maria Teresa Craveiro, Prefeitura Municipal de Porto Alegre. 2006

Por fim, o plano estratégico da cidade de Lisboa, aborda que para se ter sucesso no planejamento é necessário que haja o envolvimento dos agentes públicos e privados, prefeitura e cidadão, com uma abordagem centrada nos valores, como promover a comunicação, facilitar o envolvimento dos agentes, fazer emergir os objetivos e identificar as oportunidades.

3.3.4 Um caso brasileiro: Belo Horizonte - Minas Gerais

Conforme Maria Fernandes Caldas, em sua apresentação no 1º Encontro de Planejamento Estratégico para centros urbanos, realizado em Porto Alegre, em 2006, assunto que será abordado com mais detalhes no próximo capítulo, apresenta o plano de reabilitação da área central de Belo Horizonte.

Entre 1960 e 1980, a capital mineira seguiu o modelo de crescimento e desenvolvimento de cidades observado no Brasil: exclusão e segregação sócio-espacial, crescimento econômico acelerado e desordenado, produção imobiliária

voltada para os mercados de média e alta renda, agravamento dos problemas de trânsito e transporte devido à concentração populacional, população de baixa renda carente de políticas habitacionais e consolidação da ocupação ilegal.

As características atuais de Belo Horizonte apresentam sinais de descaracterização e redução do dinamismo socioeconômico: imóveis fechados a mais de cinco anos, perda de atividades tradicionais e substituição dos tipos de comércio e serviços como fechamento de alguns cinemas, bares e restaurantes e fuga do comércio de elite para outras áreas da cidade, perda de população residente, dificuldade para venda de apartamentos muito grandes e sem garagem, com condomínio e IPTU caros, conflitos de uso: pedestres x veículos x mobiliário urbano. Para o público que não frequenta a área fica a imagem de um local inseguro e degradado.

Os agentes públicos verificaram a necessidade de um tratamento, pela sua importância econômica, simbólica e urbanística e instituíram o Programa de Requalificação da Área Central – Centro Vivo. As metas do programa são reforçar o papel dessa área como centro simbólico da cidade, da região metropolitana e do estado a fim de valorizar a diversidade de suas atividades e consolidar o centro como local de encontro para transformar o centro de Belo Horizonte em um lugar bom para morar, trabalhar, passear, aprender e conviver.

O Programa Centro Vivo tem como eixo de atuação principal o planejamento urbano e seguem a este programa também os eixos de segurança, inclusão social e econômica e por fim, a requalificação urbanística e ambiental. As razões principais do programa são melhorar a habitabilidade da região, melhorar as condições de quem trabalha e vive no centro tornando-o mais adequado e atrativo para o consumidor. Foram remanejados os camelôs e ambulantes, com adaptação ou construção de edificações para atividades de comércio popular destinadas a abrigar os ambulantes, retirando-os das ruas, porém, assegurando sua permanência na área central por meio de operações urbanas com a iniciativa privada.

Sendo assim, houve a apropriação das calçadas pelos pedestres com a melhoria da segurança, da acessibilidade e do comércio formal, bem como reabilitação ambiental da área. Também nas ações de inclusão social e econômica

temos o projeto Miguilim Cultural, oficinas de restauro, programa arena cultural, programa jovem jardineiro, oficinas culturais no Parque Municipal, incentivo à produção de eventos culturais e promoção turística, melhorias nos teatros Francisco Nunes e Marília e centro de cultura de Belo Horizonte, além de promover o circuito cultural gastronômico.

4. PORTO ALEGRE

Porto Alegre tem uma importante formação histórica no país, traz por todos os cantos as lembranças de sua história e promete ser uma das cidades brasileiras mais importantes social e culturalmente no Brasil. Para refletirmos sobre os importantes projetos realizados hoje em Porto Alegre, apresento de maneira breve as principais ações que estão sendo efetivadas, a fim de promover o bem-estar da comunidade e atrair novos investimentos para a cidade.

4.1 HISTÓRICO

Fundada em 1772 por imigrantes vindos da Ilha dos Açores (Portugal), Porto Alegre é capital do Rio Grande do Sul no extremo sul do Brasil. Possui, atualmente, 1,43 milhões de habitantes, sendo a décima cidade mais populosa e uma das capitais mais arborizadas do Brasil, com 17m² de área verde/habitante, conforme IBGE, censo de 2000. O centro histórico de Porto Alegre localiza-se numa península à beira do Rio Guaíba tendo, a partir desta ponta, começado a propagação da urbanização da cidade.

Construída como uma cidade colonial, teve uma mudança de perfil, com a metropolização ocorrida entre 1889 e 1940, promovida pelos primeiros governos republicanos. A Proclamação da República no Brasil foi articulada por militares, que seguiam os preceitos positivistas de Augusto Comte, filósofo francês que acreditava na unificação dos Estados.

Durante os primeiros anos da República, foram construídos edifícios como o do Correios e Telégrafos - atual Memorial do Rio Grande do Sul e a Delegacia Fiscal - atual Museu de Artes do Rio Grande do Sul - o ajardinamento da Praça da

Alfândega e a construção do Pórtico de Ferro do Cais. Da antiga cidade portuguesa colonial/imperial poucos edifícios sobraram. Podemos citar a Casa da Junta (1790) e o Solar dos Câmara (1818) - no entorno da Praça da Matriz - e o primeiro andar do Mercado Público Central (1864).

O centro histórico de Porto Alegre possui centenas de estátuas distribuídas entre fachadas de prédios e espaços públicos, que são heranças dos primeiros governos republicanos. Neste espaço, repletos de ícones histórico-culturais se desenvolviam a maior parte dos eventos de socialização da comunidade. O máximo *glamour* da época eram os encontros na Rua da Praia, aonde as pessoas iam para ver e serem vistas, além de adquirir os produtos da moda e degustar iguarias estrangeiras. O Clube do Comércio era o lugar da moda, onde ocorriam as grandes festas de Debutantes e Bailes de Gala.

Em 1940, a inauguração do Viaduto Otavio Rocha foi um divisor de águas; a partir de então, Porto Alegre passou a ser considerada uma cidade moderna. O Governo Municipal incentivava altos edifícios nesta área: quanto mais andares, menos imposto era pago. Com a nova ordem republicana e o sentimento de modernização daí advindo, ocorreu uma destruição da cidade colonial, já que tudo que representava o antigo regime passou a ser considerado retrógrado e de gosto duvidoso. Assim o casario português colonial foi sendo substituído por diferentes formas arquitetônicas, que utilizavam novas tecnologias e materiais de construção de última geração. A industrialização, outro fator que estimulou a nova ordem urbana, barateou materiais considerados até então caros e alternativos, como o ferro e o vidro.

Esta região central da cidade tem caráter heterogêneo em que o principal atrativo é a diversidade cultural, dispondo dos mais variados serviços de comércio e entretenimento, com destaque para as atividades histórico-culturais. Um passeio pelas ruas permite reconstruir a história de Porto Alegre e do Rio Grande do Sul, uma vez que ali se concentra em torno de 80% dos marcos históricos, tendo 50 prédios tombados.

4.2 PROBLEMÁTICA

Desde os primeiros povoados até a década de 70, ali na área central se localizava o pólo político, administrativo e comercial, sendo a região mais freqüentada e valorizada da época. As famílias tradicionais ali tinham as suas mansões ou os apartamentos em edifícios mais modernos. Nesta época, o poder público propôs uma descentralização administrativa e comercial, com o objetivo de diminuir o tráfego nesta área, passando os investimentos públicos a serem deslocados para novos bairros. Somado ao advento dos *shoppings centers*, que propiciaram uma nova e segura opção de compras, foi inevitável a migração dos principais estabelecimentos de comércio para os centros comerciais modernos, perdendo o centro histórico grande parte da sua importância como pólo político-administrativo e comercial.

Este fenômeno, resultado de um desenvolvimento inadequado, aconteceu, não só localmente, mas a nível mundial, passando os centros históricos a serem vistos como áreas não seguras e de menor importância, tendo perdido muitos moradores e comerciantes, que se deslocaram para áreas mais modernas, pretensamente mais seguras. Desde então, a região passou a sofrer com a degradação na infra-estrutura e o abandono de prédios históricos, tendo como principais pontos de conflito a insegurança, o comércio informal e os moradores de rua, características que são comuns nas grandes metrópoles e que desqualificam a imagem da região.

4.3 MUDANÇA DE CONTEXTO GLOBAL

Para o melhor compreensão das propostas do projeto de reabilitação da área central de Porto Alegre e também para um resgate afetivo da área central foi feito a alteração do artigo 1º da Lei nº 2.022, de 7 de dezembro de 1959, com a mudança

da denominação centro de Porto Alegre para centro histórico de Porto Alegre, que passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1º Denomina-se Centro Histórico da cidade de Porto Alegre a zona compreendida nos seguintes limites e confrontações: da Avenida Loureiro da Silva com a Avenida João Goulart, segue, por essa, até seu encontro com a Avenida Mauá; da Avenida Mauá segue até sua convergência com a Avenida Presidente Castelo Branco; da Avenida Presidente Castelo Branco segue até seu encontro com o Largo Vespasiano Júlio Veppo; do Largo Vespasiano Júlio Veppo segue até seu encontro com o Complexo Viário Conceição – incluem-se túnel, elevadas, acessos e a Rua da Conceição –; daí segue até a Rua Sarmiento Leite; da Rua Sarmiento Leite segue até a Rua Engº Luiz Englert; da Rua Engº Luiz Englert segue até seu encontro com a Avenida Loureiro da Silva; e, por essa, segue até encontrar a Avenida João Goulart, fechando o polígono.” (LEI Nº 10.364, de 22 de janeiro de 2008).

A partir da mudança da legislação a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos já está utilizando a denominação centro histórico e não mais centro da cidade de Porto Alegre. Esta medida faz parte da divulgação e da conscientização de outros setores a começarem a utilizar a nova terminologia para denominar a região central da cidade.

4.4 AÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE

A reabilitação da área central de Porto Alegre compreende um conjunto de ações que visam alcançar resultados consistentes, trazidos pela missão, objetivos, diretrizes e visão de futuro.

4.4.1 Projeto Viva o Centro

O Projeto Viva o Centro é coordenado pela Secretaria do Planejamento Municipal (SPM) em parcerias com Secretaria Municipal do Meio ambiente (SMAM), Secretaria Municipal da Cultura (SMC), Secretaria Municipal da Indústria e Comércio (SMIC), Empresa Pública de Transporte e Circulação (EPTC), Secretaria Especial de Acessibilidade e Inclusão Social (SEACIS), Procuradoria Geral do Município (PGM). Entende-se que o centro histórico é um lugar com diversidades e potencialidades, e que pode trazer retornos positivos para a cidade uma vez que sejam feitas mudanças no processo de desenvolvimento da região. Para tanto, é necessário reforçar e qualificar a atratividade que sempre existiu. Para atingir estes objetivos é imprescindível uma gestão integrada, contínua e de longo prazo, com atuação por meio da articulação de ações estratégicas.

O Projeto Viva o Centro procura estimular, além do seu caráter predominantemente de comércio e serviços da área central, outras vocações importantes e compatíveis com seu potencial econômico, cultural e ambiental, melhorando as condições gerais do bairro. Volta-se, desta forma, para questões como a paisagem, a recuperação de prédios e áreas públicas, o transporte coletivo e individual, a segurança, a moradia e o comércio informal.

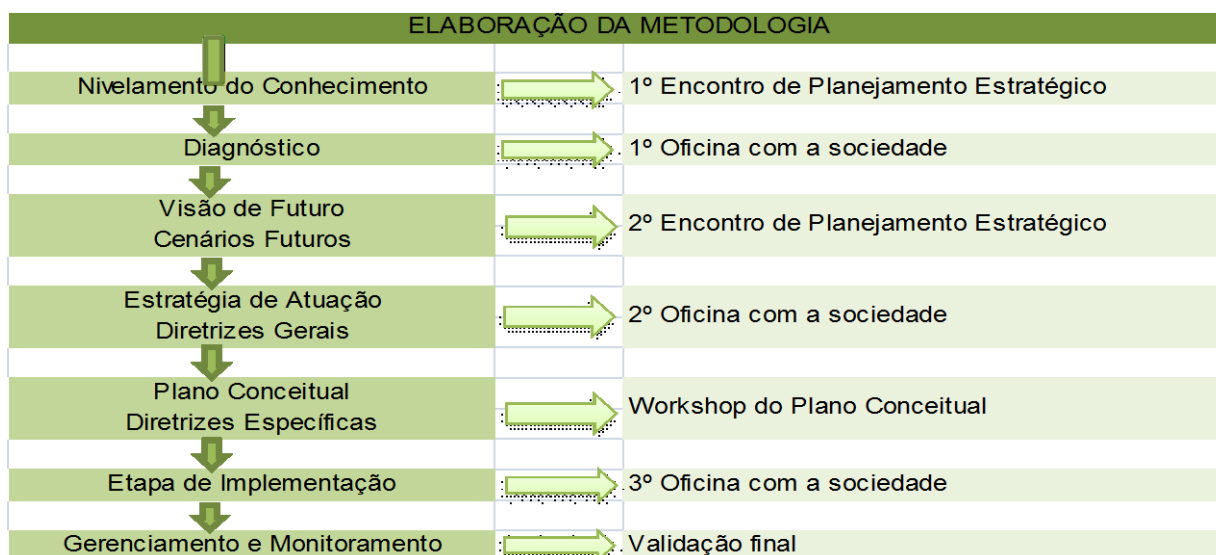
As melhorias realizadas nos prédios tombados do centro histórico estão sendo financiadas através do Programa Monumenta, que é um Programa do Ministério da Cultura com recursos do Orçamento da União e financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID, com a cooperação da UNESCO e da Caixa Econômica Federal, com contrapartidas do município. Tem por objetivo atuar nos sítios históricos urbanos brasileiros, não apenas como um programa de recuperação física de monumentos, mas visando criar referenciais para prática da gestão sustentada do patrimônio cultural.

Envolve 27 centros históricos tombados em nível federal em todo o território nacional. Começou a ser executado em Porto Alegre em fevereiro de 2001 em uma área de 24,5 hectares no centro da cidade. O primeiro imóvel restaurado pelo projeto através do Programa Monumenta foi o pórtico do cais do porto junto ao lago Guaíba. Construído em 1919, ele foi restaurado durante os anos de 2002 e 2003. Do total de recursos investidos, 70% são repassados a fundo perdido pelo Ministério da Cultura

e os 30% restantes são aportados como contrapartida pelo município, Estado ou iniciativa privada.

4.4.2 Metodologia do Projeto Viva o Centro

O Projeto prevê a elaboração de um Plano de Reabilitação com a participação da comunidade para a construção conjunta de soluções e a potencialização de oportunidades para o desenvolvimento do centro histórico de Porto Alegre.



Fonte: Síntese do Plano Estratégico – Reabilitação da área central de Porto Alegre. 2010.

O 1º Encontro de Planejamento Estratégico, realizado em 25 de outubro de 2006, teve por objetivo compartilhar experiências com outras localidades na reabilitação de áreas centrais, trazendo a Porto Alegre palestrantes de quatro países (Colômbia - Bogotá, Portugal - Lisboa, Equador - Quito e Argentina - Córdoba), bem como de outras capitais brasileiras (Belo Horizonte e Santos). As informações servirão como referência para o Plano Estratégico e de Gestão do centro de Porto Alegre, em fase de elaboração, que busca estabelecer ações conjuntas do poder

público, sociedade e iniciativa privada para a valorização, desenvolvimento e preservação da identidade histórica da área central.

A 1º Oficina com a sociedade, realizada em 14 de novembro de 2006, teve como objetivo a discussão dos principais conflitos e potencialidades da área central. Esta oficina contou com as participações de representantes do poder público, do setor empresarial, moradores, comerciantes e de outros grupos da sociedade civil. Os participantes foram divididos em grupos, em que cada um teve de responder as perguntas: O que é o centro para você? E Como está o centro para você? A seguir os grupos foram motivados pelas questões: o que me incomoda sobre? E o que me agrada sobre? Essas duas últimas questões deveriam ser respondidas de acordo com esses oito temas: as questões sociais do centro, a mobilidade no centro, uso e aparência do espaço público do centro, os imóveis do centro, as atividades culturais de lazer e de turismo do centro, as atividades econômicas, morar no centro e a gestão do centro.

O 2º Encontro de Planejamento Estratégico, realizado nos dias 06 e 07 de maio de 2008, teve como objetivo identificar e debater questões fundamentais para a reabilitação do centro histórico. Foram debatidos, de forma conjunta, temas como turismo, cultura e lazer, atividades comerciais e residenciais, segurança e projetos estruturadores, todos vitais para o crescimento da região. Foram realizados quatro painéis com os temas: Comércio, Serviços e Moradia, o centro tem futuro?; Mobilidade: Um veículo de transformação?; Um novo Porto – Alegre embarque em uma nova era; e, POA/Barcelona/POA.

A 2º Oficina com a comunidade, realizada no dia 02 de setembro de 2008, teve por objetivo a revisão dos fundamentos estratégicos (visão, missão e valores), visando definir diretrizes estratégicas para a reabilitação do centro histórico. Foram realizadas dinâmicas de grupo, embasadas no material produzido até o momento (dados, diagnósticos, coleta de opiniões, etc.), para definir o melhor caminho a seguir na etapa seguinte do Plano de Diretrizes.

O Workshop do Plano Conceitual, realizado entre os dias 06 a 09 de outubro de 2008, teve por objetivo o desenvolvimento de propostas, ações e projetos que poderão servir de orientadores para o Plano de Diretrizes, através da troca de

experiências e da reflexão profissional entre o meio acadêmico e a Prefeitura Municipal de Porto Alegre sobre as variáveis que afetam a implementação de projetos no centro histórico. Os pontos convergentes entre os grupos foram: Usina do Gasômetro e entorno, área da rodoviária e entorno, projeto para o Cais Mauá, mobilidade, qualificação do espaço público, e por último a reciclagem das áreas subutilizadas. A 3ª Oficina teve por objetivo a análise, complementação e consolidação do plano preliminar, conjunto de diretrizes específicas formuladas a partir da análise crítica do plano conceitual que visam minimizar os conflitos da estrutura físico-funcional do centro histórico de Porto Alegre.

4.5 DADOS GERAIS DO CENTRO HISTÓRICO

A Secretaria do Planejamento Municipal realizou o levantamento dos dados gerais do centro histórico juntamente com dados coletados do censo do IBGE do ano de 2000, a fim de realizar um diagnóstico do território, no qual se verificou:

- População: 36.862 habitantes
- Número médio de moradores por domicílio: 2,13 hab/domicílio
- Densidade: 162 hab/ha
- Área: 228 hectares
- Número de praças: 25 – 181.404m² de área verde
- Número de prédios: 2600 – 5.203.497m² de área construída
- Número de economias residenciais: 23.316 economias com área construída de 1.874.569m²
- Número de economias comerciais: 16.376 economias com área construída de 3.195.161m²
- Bens tombados: 50
- Bens Inventariados de Estruturação (Art. 14 do PDDUA): 242
- Hotéis: 47
- Atividades Culturais: 11 bibliotecas; 10 salas de cinema; 5 centros culturais; 16 museus; 9 teatros.
- Motivo do deslocamento dos usuários ao centro:
 - » Trabalho: 55,15%
 - » Estudo: 2,42%
 - » Lazer: 13,95%
 - » Compras: 12,12%
 - » Serviços: 8,48%
 - » Residência: 7,88%

Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre (2010).

O centro histórico é caracterizado por diversos conflitos e potencialidades. Por conflitos podemos entender como oportunidades de melhorias, em diversas áreas como segurança, condições do espaço público, mobilidade urbana, presença do comércio informal e a segregação econômica e social. As potencialidades são os pontos fortes do centro histórico como o patrimônio cultural, diversidade econômica e social, facilidade de acesso e o rico patrimônio ambiental.

A dinâmica funcional do centro histórico tem como característica a grande concentração de atividades comerciais, de serviços e culturais, presença de economia popular e um forte potencial turístico. Porém, existem barreiras físicas ao longo dos limites do bairro centro histórico, configuradas pelo sistema viário ou pelo uso do solo, ou seja, divisão fundiária, que gera uma descontinuidade com áreas adjacentes significativas como o 4º Distrito, a Redenção, o Centro Administrativo, o Parque Harmonia, a Orla, a Usina do Gasômetro e o Cais Mauá.

Dentre os fatores qualificadores do centro histórico temos a diversidade cultural, com destaque para a cultura, identidade cultural, patrimônio cultural, eventos culturais e paisagens naturais. Estes são fatores que tem potencial para atrair turismo para a região, bem como novos investimentos.

A diversidade econômica e social do centro histórico também são fatores qualificadores. Nele são encontrados diversos pólos de comércio e serviços especializados que não são encontrados em outros bairros da cidade, e temos como principal referência o Mercado Público. Quanto à diversidade social percebemos a presença de pessoas de diferentes grupos sociais que remetem a um ambiente socialmente heterogêneo, porém economicamente dinâmico.

Como fatores diferenciadores temos a qualidade ambiental, acessibilidade, credibilidade gerencial e a segurança. A qualidade ambiental é um fator que deve ter especial atenção na gestão da cidade. A garantia de espaços públicos, como o patrimônio cultural, em pleno uso e conservação é de fundamental importância para a reabilitação do centro histórico. A paisagem urbana harmoniosa é um aspecto positivo dentro da qualidade ambiental.

A acessibilidade pode se tornar uma barreira para a apreciação do centro histórico caso não esteja em condições de embarque e desembarque em terminais e vias públicas, bem como um adequado ordenamento dos serviços de carga e descarga, recolhimento de lixo, e vagas para estacionamento.

Um problema recorrente enfrentado pela cidade é a falta de continuidade dos projetos e programas entre uma gestão e outra. Outro fator negativo é não existir uma destinação específica no orçamento do município para atender as especificidades da área central. Ou seja, deve haver uma coesão de todo o governo a fim de atuar na qualificação ambiental, na integração econômica e promover mecanismos de controle da segurança pública.

Percebemos no que tange a governabilidade da cidade, há um longo trabalho a ser seguido, uma vez que deve ser alterada a imagem negativa que a população tem do centro histórico, e também é preciso alterar a dinâmica funcional com a qualificação do espaço urbano, focando principalmente na questão da mobilidade e acessibilidade do centro histórico.

Podemos observar que no centro histórico há concentrações de áreas residenciais, comerciais, institucional e cultural. Ou seja, a qualificação do espaço urbano deve atender as necessidades de todas essas áreas e enfocando na área cultural, esta deve oferecer uma programação de espetáculos e eventos culturais contínuos, a fim de manter a frequência de visitação e lazer.

4.6 PROJETOS EM ESTUDO NA PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE

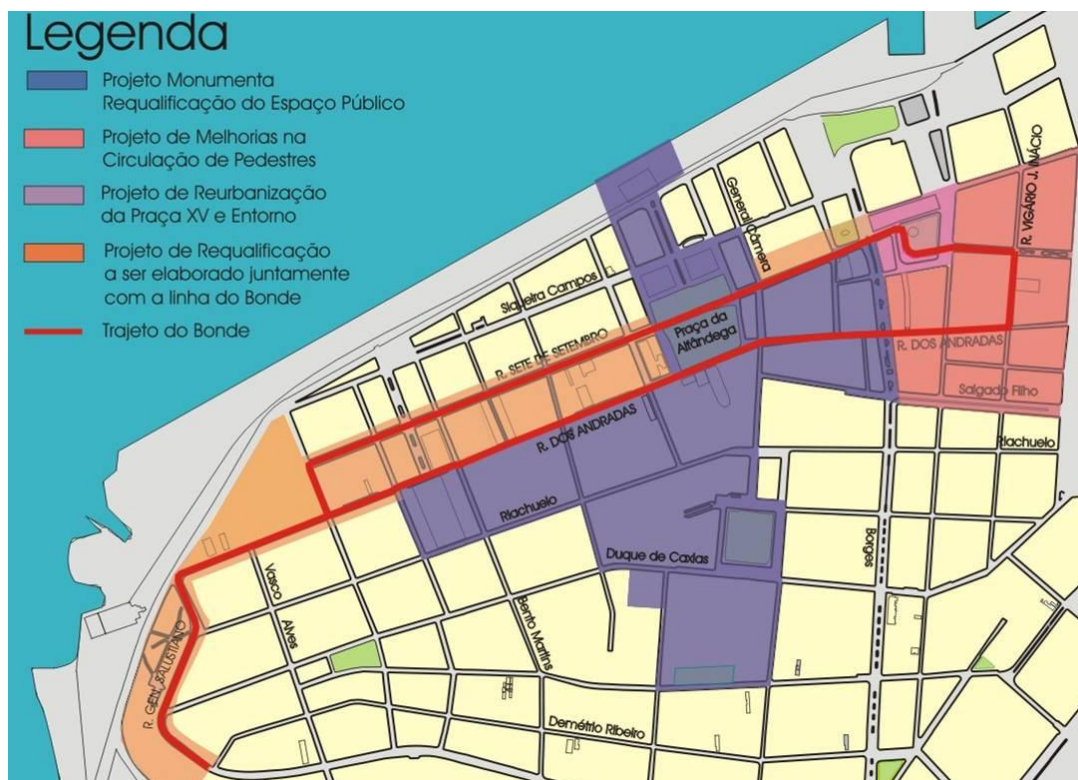
Atualmente na Prefeitura Municipal de Porto Alegre existem oito planos de ação em estudo, quais são: aumento da comporta – Pórtico Central, Bonde Histórico, Corredor Cultural, espaç s públicos da área do Programa Monumenta, Portais da cidade, Projeto Cais Mauá, rua dos Andradas, Teatro da Ospa.

A seguir, apresentamos dois projetos que consideramos promover um maior resgate cultural e afetivo do cidadão, e que também ajudaria a alterar a imagem do centro histórico.

4.6.1 Plano piloto para o “corredor cultural” do centro histórico

O Projeto de revitalização e promoção do centro histórico, parte integrante do Plano de Reabilitação da Área Central, tem como área de abrangência o chamado “Corredor Cultural”, onde se concentram os principais exemplares do patrimônio edificado incluindo referências culturais do porto-alegrense como museus, memoriais, teatros e casas de cultura.

A área de intervenção compreende as ruas Sete de Setembro, Andradas e adjacências, integrando as praças XV de Novembro, Alfândega, Brigadeiro Sampaio e Júlio Mesquita, perpassando o Programa Monumenta e o projeto da Praça XV, já em fase de implementação. A área do Programa Monumenta é delimitada pelo sítio histórico das Praças da Matriz e da Alfândega”, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), e o projeto da Praça XV envolve a reurbanização da praça e das ruas José Montauray e Marechal Floriano – entre Voluntários e Otávio Rocha. Além disso, estão previstas ações de recuperação e melhorias no Largo Jornalista Glênio Peres e vias do quadrilátero formado pelas ruas Voluntários da Pátria, General Vitorino, Doutor Flores e Marechal Floriano, conforme imagem abaixo:



Fonte: Arquivos eletrônicos da Secretaria do Planejamento Municipal

A primeira etapa do plano piloto consistiu no levantamento de dados referentes ao cadastro de imóveis da Secretaria Municipal da Fazenda e das ações sugeridas nos encontros com a sociedade promovidas pela Secretaria do Planejamento Municipal na ocasião da definição do Projeto Viva o Centro. Ou seja, esta metodologia representa uma continuidade e transversalidade das relações existentes entre o poder público, a sociedade civil e a iniciativa privada.

Intervenções urbanas visando requalificação em áreas já consolidadas envolvem ações em diversos níveis e escalas e agentes diversos. Assim sendo, o produto final não é expresso apenas por um projeto de intervenção física, mas também por um conjunto de ações integradas que constituam uma parceria solidária a ser implantada. A requalificação urbana do centro histórico traz como consequência um ambiente urbano qualificado e democrático, podendo representar suas potencialidades positivas latentes.

Dessa forma é possível renovar a economia com atividades econômicas e culturais integradas e potencializadas, visando uma dinamização econômica

sustentável, compatível com as características paisagísticas e as potencialidades da área, estando hoje totalmente subutilizadas, para promover o uso turístico, cultural e de lazer, através da otimização dos recursos econômicos, culturais, de lazer e turismo, visando integral utilização, tanto dos edifícios quanto dos espaços abertos, através de atividades de animação, especialmente as noturnas, nos feriados e nos finais de semana.

4.6.2 Projeto turístico cultural de reintrodução do bonde na memória e na paisagem de Porto Alegre

O projeto da linha turística do Bonde Histórico, que visa articular cultura, arquitetura e transporte com a interligação das instituições de caráter histórico e cultural do setor, potencializam o plano piloto para o corredor cultural, pois cria uma escala de conjunto capaz de transformar este setor em relevante área econômica, turística cultural da cidade. Propõe a reurbanização e qualificação paisagística da área do plano piloto, denominada corredor cultural, a ser materializada e caracterizada pelo circuito cultural proposto com a implantação da Linha Turística do Bonde Histórico.

A importância do projeto se potencializa na medida em que se constitui no elemento de articulação dos investimentos culturais concentrados na região, dando escala de conjunto capaz de transformar este setor no maior projeto turístico da cidade. Além de constituir uma atração turístico-cultural por si só, esse verdadeiro museu vivo poderá, através de programas educativos se associar às futuras gerações noções de cidadania vinculadas à importância do transporte público, à preservação cultural, etc.

O objetivo geral é implantar um museu com uma linha turística de bondes em Porto Alegre. A linha é de fato o acervo vivo do museu e a partir deste, seguem os objetivos específicos: proporcionar o resgate da memória dos transportes à nossa cidade e valorizar o patrimônio cultural, criar um espaço atrativo ao turismo, valorizar

o centro histórico da capital e integrar-se a outras ações de requalificação da área central.

O trajeto do bonde histórico, conforme imagem abaixo, passa pelo chamado corredor cultural de Porto Alegre, que inclui os eixos das ruas dos Andradas e Sete de Setembro e adjacências. Ali se localiza o coração afetivo de Porto Alegre, com vários prédios e monumentos de grande valor cultural e turístico. Segue abaixo uma identificação dos principais pontos: Mercado Público, Chalé da Praça XV, Paço Municipal, Fonte Talavera, Santander Cultural, Praça da Alfândega, Igreja Episcopal do Brasil, Memorial do Rio Grande do Sul, Museu de Arte do Rio Grande do Sul, Casa de Cultura Mário Quintana, Museu Militar, Museu da Brigada, Museu da Marinha, Cine Imperial, Igreja Nossa Senhora das Dores, Usina do Gasômetro, Museu da Eletricidade, Museu da Comunicação Social J.H. da Costa, Galeria Chaves, Clube do Comércio.



Fonte: Arquivos eletrônicos da Secretaria do Planejamento Municipal

É importante destacar o esforço conjunto de diversas instituições para a captação de recursos para a viabilidade deste projeto: TRENSURB; Ministério das Cidades; Associação dos amigos do Bonde; Prefeitura Municipal de Porto Alegre através da Secretaria do Planejamento Municipal, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria do Meio Ambiente, Secretaria Especial de Acessibilidade e Inclusão Social, Secretaria Municipal de Indústria e Comércio, Secretaria de Obras e Viação, Secretaria Municipal de Turismo, Procuradoria Geral do Município, Empresa Pública de Transporte e Circulação e Companhia Carris porto-alegrense.

4.7 RESGATE AFETIVO

Em 07 de janeiro de 2009 foi criado o Blog dos AMICH – Rede de Amigos do centro histórico de Porto Alegre. É um canal de comunicação entre a sociedade e a Prefeitura Municipal de Porto Alegre que divulga as idéias e ações, através da discussão democrática entre os membros da Rede, para que seja possível concretizá-las.

A rede de amigos do centro histórico é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, que reúne pessoas e entidades de forma democrática e participativa, em torno de um objetivo comum: a valorização e a busca de melhorias para o centro histórico de Porto Alegre. Foi criada para evidenciar as potencialidades da área, oportunizar melhorias estruturais e articular estratégias, firmando parcerias para a consolidação da imagem do centro histórico frente à população local e possibilitando incremento no turismo cultural na capital. Estas ações estão mudando o olhar das pessoas em relação ao centro histórico, passando a ter uma visão de carinho e orgulho.

A criadora do blog é Rita Chang, Presidente da COMPAHC - Conselho Municipal do Patrimônio Histórico Cultural. A união de forças para reivindicar melhorias na segurança, infra-estrutura, e no incremento de ações culturais, visando o fortalecimento do turismo interno, acima de tudo com responsabilidade sócio ambiental, irá gerar ganhos para todos os setores da sociedade de Porto Alegre.

O estabelecimento de laços de afinidade, com tarefas articuladas e projetos desenvolvidos em parceria é fundamental para a concretização de ações, alcançando os objetivos com maior rapidez, propiciando um incremento no turismo cultural, movimentando toda a economia da cidade e permitindo a melhoria de todos os segmentos da sociedade de Porto Alegre.

Objetivos da Rede de Amigos:

- Estabelecer parceria com a sociedade civil, poder público, instituições e empresas em prol de melhorias para o centro histórico de Porto Alegre
- Dar continuidade às ações propostas pelo COMPAHC, como a Semana do centro histórico, em parceria com o Programa Viva o Centro desenvolvido pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre - Secretaria do Planejamento Municipal.
- Desenvolver ações estratégicas de comunicação com o objetivo de consolidar o conceito de centro histórico
- Criar canais de comunicação como site institucional e blog
- Reuniões periódicas e um caderno especial nas principais mídias impressa da região
- Lançar elementos de institucionalização da denominação centro histórico e divulgação de sua memória como o livro, placas, selo do centro histórico
- Captar recursos financeiros para viabilizar com maior rapidez os projetos articulados em parceria
- Integrar cultura e turismo, visando incrementar o turismo cultural da região, com o objetivo de gerar o desenvolvimento da economia local.

A conseqüente perda de status econômico por parte do centro histórico, fizeram escassear os investimentos privados. Apesar disso, o bairro centro se manteve com um forte comércio popular e uma quantidade de moradores que permitiu a manutenção de uma área bastante viva. Foi diagnosticado a necessidade

de ações que passassem pela alma e o coração da comunidade que, agregadas às obras de infra-estrutura e restauro dos prédios históricos, possibilitassem alteração da consciência e da percepção dos porto-alegrenses em relação ao seu centro.

O COMPAHC – Conselho Municipal do Patrimônio Histórico Cultural, em 2006, ao completar 30 anos, decidiu dar uma contribuição significativa para este resgate memorialístico e afetivo, propondo ao prefeito, que o bairro centro passasse a ser denominado centro histórico, fazendo justiça histórica à área mais antiga da cidade, uma vez que foi ali que a capital do Rio Grande do Sul nasceu e se urbanizou, concentrando 80% dos prédios tombados. Um passeio pelas ruas do centro histórico possibilita ao espectador entender muito da história de Porto Alegre e do Rio Grande do Sul. A oficialização do termo tem o intuito de agregar um conceito, voltando a atenção para a forte identidade cultural, alterando a percepção dos porto-alegrenses, com um novo olhar sobre a área mais antiga e mais rica em patrimônio histórico cultural da cidade, possibilitando, a partir daí, um resgate afetivo e emocional da comunidade.

4.8 EVENTOS COM PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE

A Prefeitura Municipal de Porto Alegre neste momento está realizando três projetos contínuos com a participação da comunidade.

4.8.1 Caminho dos Antiquários

Esta região caracteriza-se pela grande concentração de estabelecimentos que comercializam antigüidades. A partir daí, surgiu a idéia do Caminho dos Antiquários, um projeto desenvolvido pela Prefeitura de Porto Alegre em parceria com a comunidade, com o objetivo de fortalecer o comercio naquela área.

O espaço, já repleto de lojas de antigüidades, foi transformado em uma grande feira a céu aberto que acontece todos os sábados. A rua Marechal Floriano, entre as ruas Fernando Machado e Demétrio Ribeiro é fechada e as lojas colocam seus produtos na rua. A praça Daltro Filho recebe mais de 20 expositores de toda a cidade. Por meio dessa iniciativa foi possível resgatar parte da história e da identidade da capital gaúcha, incentivando a formação de mais um ponto turístico em Porto Alegre.

Foram executadas obras objetivando a qualificação física do local tais como execução de canteiros, sinalização, pavimentação, totem, recuperação da Praça Daltro Filho, incluindo ajardinamento, e restauração da fonte da Praça Marquesa de Sevigne. Além destas ações de melhorias urbanas, foi implantado um projeto de divulgação e animação dessa área.

4.8.2 Caminho do Livro

Um espaço de interação com a literatura. Uma parceria da Prefeitura de Porto Alegre, através do Programa Viva o Centro, da Secretaria do Planejamento Municipal, com a Câmara Rio-Grandense do Livro, onde transforma a rua Riachuelo em uma feira voltada à literatura. Uma vez ao mês, o trecho entre a avenida Borges de Medeiros e a rua General Câmara é fechado para veículos e tomado pelos livreiros. Ponto já tradicional do comércio de novos e usados, agora integra as demais ações de revitalização do centro, buscando fomentar o comércio e ampliar o público naquela região.

4.8.3 Viva o Centro a pé

Caminhadas orientadas por professores universitários, estudiosos em história, arquitetura e artes que narram a história de edificações e espaços públicos do centro histórico da cidade. Transformou-se em um sucesso de público, com a participação de 100 a 150 pessoas por vez. Acontece duas vezes ao mês, saindo do Caminho dos Antiquários e percorrendo diversos roteiros dentro do centro histórico, finalizando, algumas vezes, com recitais.

5. CONCLUSÃO

Neste trabalho procuramos realizar uma síntese da economia da cultura, tanto em seu aspecto teórico, quanto prático. No primeiro momento, foi introduzido e definido o tema. Em seguida, foi abordado o tema da Economia Criativa, fazendo uso das suas definições acerca de indústria cultural e indústria criativa a fim de definir o campo a ser estudado. Após, para o aprimoramento da discussão, trouxemos a discussão de cidades criativas e desenvolvimento sustentável urbano. Esses aspectos teóricos, além de alguns exemplos citados, nos possibilitaram desenvolver as ferramentas necessárias para o estudo do caso do centro histórico de Porto Alegre.

Quando analisamos a economia da cultura e percebemos que os bens públicos e os bens culturais são produtores de externalidades positivas, temos uma importante justificativa da intervenção do Estado na economia, no sentido de corrigir falhas de mercado e promover o bem-estar da comunidade, sempre levando em consideração os preceitos do desenvolvimento sustentável. Percebemos que uma união de forças entre o poder público e a iniciativa privada podem transformar o ambiente urbano e promover uma visão de mundo através do olhar cultural.

Percebemos uma mudança no desempenho da economia quando há essa união de forças, envolvendo os agentes em uma situação de alocar boa parte dos recursos públicos no setor cultural. A análise do conceito de desenvolvimento sustentável com foco na economia criativa nos permite refletir que a base desse reconhecimento está na educação e capacitação dos trabalhadores do setor.

Os investimentos públicos na cultura são essenciais para nutrir o talento criativo e promover a inclusão socioeconômica. Nesse sentido, podemos entender que as cidades criativas obtiveram êxito através da utilização desses estudos. As cidades criativas utilizam o seu potencial para se promover e se reinventar, criando novas oportunidades de negócios para as empresas e para novos negócios, ampliando a base de cidadãos e consumidores do capitalismo inclusivo.

No momento em que observamos uma cidade criativa, percebemos que há simultaneamente um desenvolvimento econômico sustentável e um desenvolvimento social. Por isso, a cultura abre um leque de oportunidades, permitindo a união entre as pessoas, e também promovendo um novo entendimento da política. Um ambiente desprovido de cultura, não há valor compartilhado e tão pouco o sentimento de identidade.

A economia criativa possibilita a geração de micro e pequenas empresas, oferecendo um canal de inclusão econômica e de atuação em mercados diferenciados. Embora a criatividade ser um ativo individual, o foco desloca-se para o desenvolvimento de toda uma cidade ou bairro. A presença da criatividade transversal perpassa e une o setor governamental, privado e terceiro setor.

No processo de desenvolvimento sustentável de uma comunidade é fundamental que esteja inserido uma identidade cultural através da preservação do patrimônio cultural, ambiental e institucional. Percebemos como eixos principais para a sustentação de uma cidade sustentável a dimensão ambiental e cultural e é necessário analisar o papel da cultura na geração de políticas e ações que visam o desenvolvimento das cidades.

Ao analisarmos os casos de cidades criativas, podemos perceber que elas utilizaram de suas vocações e redescobriram suas identidades para se desenvolver e também atrair novos talentos. O eixo da discussão não é a estética, mas o reconhecimento de que a transformação urbana é desencadeada pelo processo de criação. A criatividade impulsiona a busca de novos arranjos de governança entre público, privado e sociedade civil; de formas alternativas de financiamento; de inovações na gestão da cidade; de valorização da criatividade; e de busca de modelos colaborativos, nos quais todos ganham.

Na última parte desse trabalho, abordamos o caso da cidade de Porto Alegre, especificamente o bairro centro histórico. Percebemos um avanço no entendimento do setor público no que diz respeito a economia da cultura e a potencialidade que os bens culturais possuem para promover o desenvolvimento e o retorno da comunidade a voltar a usufruir o que ele tem de oferecer.

O centro histórico de Porto Alegre, através da sua revitalização está atraindo novos investimentos por parte dos empresários, promovendo uma valorização do bairro. A restauração e conservação do patrimônio histórico estão não só embelezando a cidade, como trazendo um novo olhar para suas potencialidades e seu valor simbólico. A cidade caminha rumo ao desenvolvimento sustentável a fim de melhorar a qualidade de vida da população.

Diante dos casos apresentados, podemos perceber que os investimentos em cultura são essenciais para nutrir o talento e promover a inclusão socioeconômica dos cidadãos. As mudanças nas cidades promovem a fixação dos talentos locais e atração de novos talentos, sempre orientados pela força que tem a união do poder público e a iniciativa privada nunca esquecendo os preceitos do desenvolvimento urbano sustentável.

Com isso, as cidades têm a capacidade de atrair novos investimentos, diversificando a economia da região. Portanto, a promoção da cultura é uma ferramenta de desenvolvimento social e aumento do bem-estar.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Rodrigo. **Barcelona atrai talentos variados com políticas firmes de incentivo**. Jornal Valor econômico, São Paulo: p. 3, 18 jun. 2009.

BECKER, Gary. **Human Capital**. New York: Columbia University Press, 1964.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina. “Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades”. São Paulo: RAE Scielo, v. 49, n.1, jan./mar. 2009. Disponível em URL: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>

BENHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BERTINI, Alfredo. **Economia da Cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2008.

BRASIL, **Constituição Federal do Brasil**. 1988.

BRASIL, Ministério do Meio Ambiente. **Cidades Sustentáveis: subsídios à elaboração da Agenda 21 brasileira**. Brasília 2000.

BRASIL. **Estatuto das Cidades: guia para a implementação pelos municípios e cidadãos**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2001.

BRITO, Paulo; BARROS, Carlos. Learning-by-consuming and the dynamics of the demand and prices of cultural goods. **Journal of Cultural Economics**. Holanda, v. 29, p. 83-106, 2205.

CARTAS PATRIMONIAIS: **Declaração de Amsterdã** (1975), **Carta do Rio** (1992). Disponíveis em <www.iphan.gov.br>. Acessado em 01 jun. 2010.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de Direito Ambiental Brasileiro**. 10 ed.rev., São Paulo: Saraiva, 2009.

FLORISSI, Elena. **Desenvolvimento Urbano Sustentável: Um estudo sobre sistemas de indicadores de sustentabilidade urbana**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Urbano, UFPE, 2009.

FLORISSI, Stefano; VALIATI (Orgs.), Leandro. **Economia da Cultura: Bem-estar Econômico e Evolução Cultural**. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

HEILBRUN, James; GRAY, Charles M. **The Economics of art and culture**. United States: Cambridge University Press, 2001.

HERSCOVICI, Alain. **Economia da Cultura e da Comunicação: elementos para uma análise sócio-econômica da cultura no capitalismo avançado**. Vitória: Editora Fundação Ceciliano Abel de Almeida, UFPE, 1995.

KLIKSBERG, Bernardo. **Falácias e mitos do desenvolvimento social**. São Paulo: Cortez, Brasília: UNESCO, 2001.

REIS, Ana Carla Fonseca (org.); **Economia Criativa:** como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.

PORTO ALEGRE. Prefeitura Municipal. Secretaria do Planejamento Municipal. **Síntese do plano estratégico:** reabilitação da área central de Porto Alegre. Porto Alegre [2010]. Disponível em URL <http://www.portoalegre.rs.gov.br>

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável:** caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (Orgs.). **Economia da Cultura:** idéias e vivências. Rio de Janeiro: Publit, 2009. 252 p.

SCHULTZ, Theodore W. **Investment in Human Capital:** the Role of Education and of Research. New York: Free Press, 1971.

THROSBY, David. **Economics and Culture.** Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia:** problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

[UNESCO] Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **“A Unesco e as cidades:** uma parceria”. Setor de Relações Externas e Cooperação, 2008. 23 p. Disponível em URL: <http://www.unesco.org>

VELLOSO, João Paulo Reis Velloso (Coord.). **O Brasil e a Economia Criativa**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.

OUTRAS REFERÊNCIAS CONSULTADAS

Arquivos eletrônicos Gabinete do Prefeito Municipal de Porto Alegre. Rita Chang, Presidente da COMPAHC, Presidente da AMICH, Consultora da INOVAPOA e Consultora Cultural. Prefeitura Municipal de Porto Alegre. 2010

Arquivos eletrônicos da Secretaria do Planejamento Municipal. Glênio Vianna Bohrer, Gerente do Projeto Viva o Centro da Prefeitura Municipal de Porto Alegre. 2010

PROJETO 22BARCELONA. Disponível em URL <http://www.22barcelona.com> .
Acessado em